

MORROFINO

Restaurantes de Buena Mesa España

AGOSTO 2023

ANTONIO BANDERAS

PASIÓN Y COMPROMISO

FOOD TRUCKS

GASTRONOMÍA SOBRE RUEDAS

AJO

RECETAS DE BUENA MESA

BUENA MESA

GUÍA DE RESTAURANTES

ROMERO, ANSÓN,

ROCA, PAGÁN,

MORILLO,

&+

ANTONIO BANDERAS

PASSION AND COMMITMENT

FOOD TRUCKS

ASTRONOMY ON WHEELS

GARLIC

BUENA MESA RECIPES

BUENA MESA

RESTAURANTS GUIDE

ROMERO, ANSÓN,

ROCA, PAGÁN,

MORILLO,

&+



EDITORIAL



Querido MORROFINO:

Con gran orgullo que me dirijo a todos vosotros en esta ocasión para felicitaros por el extraordinario trabajo que estáis llevando a cabo en nuestros establecimientos asociados durante este intenso verano.

Es gratificante ver cómo abrazáis la visión de ofrecer experiencias gastronómicas excepcionales mientras os comprometéis a prácticas sostenibles. La forma en que incorporáis la sostenibilidad en el día a día, desde la elección de ingredientes locales y de temporada hasta la implementación de prácticas de gestión de residuos respetuosas con el medio ambiente, refleja vuestro compromiso con un futuro mejor tanto para nuestro sector como para nuestro planeta.

Nuestra Asociación se enorgullece de mantener la tradición y la calidad en cada plato que se sirve en nuestros restaurantes. Ver cómo mantenéis vivo este legado a través de la dedicación al buen hacer culinario es una demostración palpable de pasión por la gastronomía y por brindar experiencias inolvidables a nuestros comensales.

A medida que avanzamos, os animo a seguir cultivando estos valores y a continuar innovando en la búsqueda de la excelencia gastronómica y la sostenibilidad. Vuestro compromiso y esfuerzo contribuyen en gran medida a fortalecer nuestra Asociación y a enriquecer la reputación de nuestros establecimientos en España.

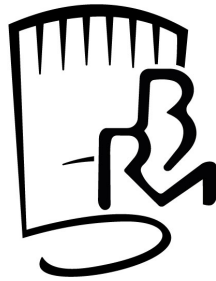
Una vez más, os felicito sinceramente por el trabajo excepcional y por ser embajadores de los valores que representamos como Asociación de Restaurantes de Buena Mesa. Juntos, seguiremos marcando la diferencia en el mundo de la gastronomía.

Unidos, seguimos avanzando.

Adolfo Muñoz

Presidente de la Asociación de Restaurantes de Buena Mesa España

EDITORIAL



Buena Mesa España
ASOCIACIÓN DE RESTAURANTES

Dear MORROFINO:

It is with great pride that I address all of you on this occasion to congratulate you on the extraordinary work that you are carrying out in our associated establishments during this intense summer.

It's gratifying to see you embrace the vision of offering exceptional dining experiences while committing to sustainable practices. The way you incorporate sustainability into your day-to-day life, from choosing local and seasonal ingredients to implementing environmentally friendly waste management practices, reflects your commitment to a better future for both our industry and for our planet.

Our Association is proud to maintain tradition and quality in each dish served in our restaurants. Seeing how you keep this legacy alive through your dedication to good culinary work is a tangible demonstration of your passion for gastronomy and for providing unforgettable experiences to our diners. As we move forward, I encourage you to continue cultivating these values and to continue innovating in the pursuit of gastronomic excellence and sustainability. Your commitment and effort contribute greatly to strengthening our Association and enriching the reputation of our establishments in Spain.

Once again, I sincerely congratulate you for your exceptional work and for being ambassadors of the values that we represent as the Association of Fine Dining Restaurants. Together, we will continue to make a difference in the world of gastronomy.

United, we keep moving forward.

Adolfo Muñoz
*President of Restaurantes
de Buena Mesa España*

La Tarjeta para restaurantes The Card for restaurants

AMERICAN EXPRESS



Busca el distintivo de American Express en la puerta del restaurante.

Look for the American Express decal on the door of the restaurant.



DON'T *live life* **WITHOUT IT™**

MORROFINO

Arte en la Sala. En los Restaurantes y en los Libros. Rafael Ansón	06	<i>Art in the dining room. In restaurants and in books. Rafael Ansón</i>
FOOD TRUCKS Gastronomía sobre ruedas	08	<i>FOOD TRUCKS Gastronomy on wheels</i>
No hay verano sin Canción ni Chiringuito Mar Romero	22	<i>There is no summer without a song or beach bar Mar Romero</i>
Ingredientes & Recetas AJO	24	<i>Ingredients & Recipes GARLIC</i>
Onboarding o bienvenida al personal Nuria Nicolau	36	<i>Onboarding or welcome to the staff Nuria Nicolau</i>
Whatsapp Manel Morillo	44	<i>Whatsapp Manel Morillo</i>
MUST HAVE	46	<i>MUST TASTE</i>
El Asiático Cartagenero Tomás M. Pagán	48	<i>The Cartagena Asiático Tomás M. Pagán</i>
ANTONIO BANDERAS Pasión y Compromiso	50	<i>ANTONIO BANDERAS Passion and Commitment</i>
Gastos imprevistos Lorenzo Roca	58	<i>Incidental expenses Lorenzo Roca</i>
Guía de Restaurantes de Buena Mesa	60	<i>Buena Mesa Restaurants Guide</i>

MORROFINO | El Magazine de los que no sólo viven de comer bien

© Asociación de Restaurantes de Buena Mesa España
Redacción y Edición | SUMMA ARTIS COMUNICACIÓN | Publishing and Editing

Foto portada david_shankbone on VisualHunt.com

redaccion@morrofino-media.es | **morrofino-club.es**

Colaboran | Sponsored by



Arte en la Sala. En los restaurantes y en los libros

La sala en un restaurante es de suma importancia, ya que juega un papel fundamental en la experiencia del comensal. Desde la atención al cliente hasta los detalles del interiorismo, hay varios factores que influyen en la satisfacción del cliente y que son clave para aumentar la fidelidad y el boca a boca positivo, contribuyendo al éxito general del restaurante.

Uno de los factores más importantes es la atención al cliente. Los profesionales de sala son quienes interactúan directamente con los comensales. Ofrecer un **trato amable, atento y profesional** hace que éstos se sientan bienvenidos y valorados. Incluso, dedicarles una atención más personalizada puede marcar la diferencia. Uno de los mayores atractivos en los restaurantes de buena mesa es que te reciba el dueño o una persona muy ligada a la empresa.

También es importante la **organización de la sala y del servicio**. Una buena distribución de las mesas, un diseño que facilite el movimiento del personal y una gestión efectiva del tiempo de espera contribuyen a lograr una mayor comodidad y fluidez para los clientes.

En cuanto al ambiente, la sala es el espacio donde los comensales disfrutan de su comida e interactúan con el entorno, por lo que un ambiente acogedor, elegante y bien decorado crea una experiencia más agradable y única.

También hay que cuidar la **presentación de los platos**, esencial para deleitar visualmente a los comensales. El personal de sala se encarga de servir y presentar los platos de forma atractiva, resaltando los sabores y cuidando los detalles estéticos.

Hay dos libros muy interesantes que abordan todos los aspectos de la sala desde puntos de vista muy diferentes. **“La sala al desnudo”**, de **Abel Valverde** (Premio Nacional de Gastronomía al Mejor Director de Sala 2008), cuenta su experiencia para poder comprender la realidad del día a día del servicio de sala en un restaurante, encontrar las herramientas necesarias para hacer frente a los imprevistos y conseguir crear la mejor experiencia gastronómica.

“Juli Soler que estás en la sala”, de **Óscar Caballero**, cuenta la vida de Juli Soler, el que fue director de sala y codirector, junto a Ferran Adrià, del mítico restaurante **elBulli**. Juli Soler rompió la rigidez del servicio de los grandes restaurantes clásicos, con su visión fresca, intuitiva y accesible en el trato con el cliente. El libro es un relato de sus vivencias, anécdotas y testimonios de quienes pudimos vivir y experimentar con él una de las mayores revoluciones en el mundo de la sala.

Art in the dining room. In restaurants and in books

The dining room in a restaurant is of the utmost importance, since it plays a fundamental role in the diner's experience. From customer service to interior design details, there are several factors that influence customer satisfaction and are key to increasing loyalty and positive word of mouth, contributing to the overall success of the restaurant.

One of the most important factors is customer service. The professionals in the dining room are the ones who interact directly with the diners. Offering a friendly, attentive and professional treatment makes them feel welcome and valued. Even giving them more personalized attention can make a difference. One of the biggest attractions in fine dining restaurants is to be received by the owner or a person closely linked to the company.

The organization of the room and the service is also important. A good distribution of the tables, a design that facilitates the movement of staff and effective management of waiting time contribute to achieving greater comfort and fluidity for customers.

Regarding the environment, the room is the space where diners enjoy their food and interact with the environment, so a cozy, elegant and well-decorated environment creates a more pleasant and unique experience.

You also have to take care of the presentation of the dishes, essential to visually delight diners. The dining room staff is in charge of serving and presenting the dishes in an attractive way, highlighting the flavors and taking care of the aesthetic details. There are two very interesting books that approach all aspects of the room from very different points of view. "La sala al desnudo", by Abel Valverde (National Gastronomy Award for Best Sala Director 2008), tells of his experience in order to understand the day-to-day reality of dining room service in a restaurant, find the necessary tools to deal with to the unforeseen and manage to create the best gastronomic experience. "Juli Soler, you're in the room", by Óscar Caballero, tells the life of Juli Soler, who was the room manager and co-director, along with Ferran Adrià, of the legendary elBulli restaurant. Juli Soler broke the rigidity of the service of the great classic restaurants, with her fresh, intuitive and accessible vision in dealing with the client. The book is an account of his experiences, anecdotes and testimonies from those of us who were able to live and experience with him one of the greatest revolutions in the world of the theater.



Rafael Ansón

Presidente de la Academia Iberoamericana de Gastronomía

GASTRONOMÍA SOBRE RUEDAS | GASTRONOMY ON WHEELS

+

FOOD TRUCKS

La Restauración Móvil | *Mobile Restoration*

Su versatilidad, oferta culinaria diversa y la experiencia única que brindan han consolidado a los Food Trucks como una tendencia que ha llegado para quedarse.

Its versatility, diverse culinary offer and the unique experience they provide have consolidated Food Trucks as a trend that has come to stay.







En los últimos años, los Food Trucks han revolucionado la industria gastronómica alrededor del mundo. Estos vehículos adaptados para la preparación y venta de comida se han convertido en un fenómeno cultural y económico que ha transformado la manera en que las personas disfrutan de la comida. En este reportaje, exploraremos las oportunidades que ofrece este sector en constante crecimiento y cómo su presencia se ha convertido en una estrategia efectiva para promocionar establecimientos tradicionales de restauración.

.....

In recent years, Food Trucks have revolutionized the gastronomic industry around the world. These vehicles adapted for the preparation and sale of food have become a cultural and economic phenomenon that has transformed the way people enjoy food. In this report, we will explore the opportunities offered by this constantly growing sector and how its presence has become an effective strategy to promote traditional restaurant establishments.





EL AUGE DE LOS FOOD TRUCKS

El concepto de Food Trucks no es nuevo, pero ha experimentado una evolución significativa en las últimas décadas. Lo que comenzó como vendedores ambulantes ofreciendo alimentos básicos, como hot dogs y hamburguesas, ha dado paso a una amplia gama de opciones gastronómicas que van desde comida callejera local hasta platos gourmet elaborados por chefs talentosos. Esta evolución ha sido impulsada en parte por la creciente demanda de opciones de comida rápida y sabrosa, pero también por la voluntad de los emprendedores culinarios de experimentar con conceptos únicos y creativos.

DIVERSIDAD SOBRE RUEDAS

Uno de los principales atractivos de los Food Trucks es la variedad de opciones gastronómicas que ofrecen. Desde tacos mexicanos hasta sushi fresco, pasando por cocina fusión y postres artesanales, los Food Trucks se han convertido en una forma de experimentar la diversidad culinaria sin necesidad de visitar varios establecimientos. Los chefs detrás de estos camiones tienen la libertad de innovar y experimentar con sabores, presentaciones y técnicas de cocina, lo que crea una experiencia única y emocionante para los amantes de la comida.

OPORTUNIDADES DEL SECTOR

El auge de los Food Trucks ha creado oportunidades emocionantes tanto para los emprendedores culinarios como para los consumidores. Desde el punto de vista del negocio, los Food Trucks ofrecen una manera más accesible y asequible de ingresar a la industria gastronómica en comparación con la inversión requerida para abrir un restaurante tradicional. Los costos operativos son menores, ya que no se necesita un local permanente y los gastos de personal suelen ser más bajos.

Además, los Food Trucks permiten a los chefs y cocineros experimentados compartir su pasión por la comida directamente con los clientes, eliminando las barreras típicas de un establecimiento físico. Esto fomenta la interacción directa, el feedback inmediato y la construcción de una base de clientes leales.

THE RISE OF FOOD TRUCKS

The concept of Food Trucks is not new, but it has undergone significant evolution in recent decades. What started as street vendors offering staples like hot dogs and burgers has given way to a wide range of dining options ranging from local street food to gourmet dishes crafted by talented chefs. This evolution has been driven in part by the growing demand for fast and tasty food options, but also by the willingness of culinary entrepreneurs to experiment with unique and creative concepts.

DIVERSITY ON WHEELS

One of the main attractions of Food Trucks is the variety of dining options they offer. From Mexican tacos to fresh sushi, to fusion cuisine and artisan desserts, Food Trucks have become a way to experience culinary diversity without having to visit multiple establishments. The chefs behind these trucks have the freedom to innovate and experiment with flavors, presentations and cooking techniques, creating a unique and exciting experience for foodies.

SECTOR OPPORTUNITIES

The rise of food trucks has created exciting opportunities for culinary entrepreneurs and consumers alike. From a business standpoint, Food Trucks offer a more accessible and affordable way to enter the restaurant industry compared to the investment required to open a traditional restaurant. Operating costs are lower as permanent premises are not required and staff costs are generally lower.

Additionally, Food Trucks allow experienced chefs and cooks to share their passion for food directly with customers, removing the barriers typical of a brick-and-mortar establishment. This encourages direct interaction, immediate feedback and building a loyal customer base.



PROMOCIÓN DE ESTABLECIMIENTOS

Si bien los Food Trucks se han consolidado como una industria independiente, también han demostrado ser una estrategia efectiva para promocionar establecimientos de restauración existentes. Muchos restaurantes han incursionado en el mundo de los Food Trucks como una forma de expandir su alcance y atraer a nuevos clientes. Estacionarse en eventos, festivales y mercados locales les permite llegar a un público más amplio y diverso que quizás no hubieran alcanzado a través de su ubicación tradicional.

Además, los Food Trucks brindan la oportunidad de crear experiencias memorables para los clientes. Muchos establecimientos utilizan Food Trucks como una extensión de su marca, ofreciendo versiones móviles de sus platos más icónicos. Esto no solo promueve el restaurante en sí, sino que también crea un elemento de emoción y novedad que atrae a los consumidores.

DESAFÍOS y FUTURO

A pesar de sus ventajas, el mundo de los Food Trucks también enfrenta desafíos. Los reglamentos locales, los permisos y las restricciones pueden variar significativamente de un lugar a otro, lo que dificulta la operación fluida de estos negocios móviles. Además, la competencia en ciertas áreas puede ser intensa, lo que requiere una propuesta única y un enfoque creativo para destacar.

En cuanto al futuro, es probable que los Food Trucks continúen evolucionando y adaptándose a las tendencias cambiantes. La tecnología, como la pre-ordenación en línea y los pagos sin contacto, seguramente jugará un papel importante en mejorar la eficiencia de las operaciones. Además, podríamos ver una mayor colaboración entre Food Trucks y restaurantes tradicionales, lo que resultaría en experiencias gastronómicas híbridas y emocionantes. La lucha por encontrar ubicaciones adecuadas también es un obstáculo. Muchas ciudades tienen restricciones sobre dónde pueden estacionarse los Food Trucks, limitando su capacidad para llegar a un público amplio y diverso. Además, la competencia por los lugares de estacionamiento premium en eventos y lugares populares puede ser feroz, lo que dificulta aún más la capacidad de los Food Trucks para operar de manera eficiente.

PROMOTION OF ESTABLISHMENTS

While Food Trucks have established themselves as an independent industry, they have also proven to be an effective strategy for promoting existing restaurant establishments. Many restaurants have ventured into the world of food trucks as a way to expand their reach and attract new customers. Parking at local events, festivals and markets allows them to reach a broader and more diverse audience than they might not have reached through their traditional location.

Additionally, Food Trucks provide an opportunity to create memorable customer experiences. Many establishments use Food Trucks as an extension of their brand, offering mobile versions of their most iconic dishes. This not only promotes the restaurant itself, but also creates an element of excitement and novelty that attracts consumers.

CHALLENGES AND FUTURE

Despite its advantages, the world of food trucks also faces challenges. Local regulations, permits, and restrictions can vary significantly from location to location, making it difficult for these mobile businesses to operate smoothly. Additionally, competition in certain areas can be intense, requiring a unique proposition and creative approach to stand out.

As for the future, it is likely that Food Trucks will continue to evolve and adapt to changing trends. Technology, such as online pre-ordering and contactless payments, will surely play an important role in improving the efficiency of operations. Additionally, we could see more collaboration between food trucks and traditional restaurants, resulting in exciting hybrid dining experiences. The struggle to find suitable locations is also an obstacle. Many cities have restrictions on where Food Trucks can park, limiting their ability to reach a large and diverse audience. Additionally, competition for premium parking spots at popular events and venues can be fierce, further hampering the ability of Food Trucks to operate efficiently.

CLAVES DE PROMOCIÓN DE ESTABLECIMIENTOS TRADICIONALES

Más allá de ser una opción para emprendedores culinarios, los Food Trucks también se han convertido en una estrategia efectiva para promocionar y expandir la visibilidad de los establecimientos de restauración existentes. Muchos restaurantes establecidos han reconocido el valor de tener una presencia móvil en eventos, festivales y lugares con alta concurrencia de público. Algunos de los beneficios clave incluyen:

1. Alcance Ampliado: Los Food Trucks permiten a los restaurantes llegar a nuevos públicos y áreas geográficas que de otra manera podrían haber estado fuera de su alcance.

2. Experimentación: Los restaurantes pueden utilizar los Food Trucks para experimentar con nuevos conceptos y platos sin realizar cambios drásticos en sus menús principales.

3. Conexión con los Clientes: La interacción directa entre los chefs y el público en eventos y lugares públicos crea una experiencia más personalizada y memorable para los clientes.

4. Estrategia de Marketing: Los Food Trucks móviles a menudo se convierten en puntos de referencia visuales, lo que puede ayudar a aumentar el reconocimiento de la marca y atraer la atención en las redes sociales y en línea.

KEYS FOR THE PROMOTION OF TRADITIONAL ESTABLISHMENTS

Beyond being an option for culinary entrepreneurs, Food Trucks have also become an effective strategy to promote and expand the visibility of existing restaurant establishments. Many established restaurants have recognized the value of having a mobile presence at events, festivals and crowded venues. Some of the key benefits include:

1. Expanded Reach: *Food Trucks allow restaurants to reach new audiences and geographic areas that might otherwise have been out of reach.*

2. Experimentation: *Restaurants can use Food Trucks to experiment with new concepts and dishes without making drastic changes to their main menus.*

3. Connection with Clients: *Direct interaction between chefs and the public at events and public places creates a more personalized and memorable experience for clients.*

4. Marketing Strategy: *Mobile Food Trucks often become visual landmarks, which can help increase brand awareness and attract attention on social media and online.*







DAILY SPECIALS
+ cake
+ muffin

TENDENCIAS

A pesar de los desafíos, los Food Trucks siguen siendo una tendencia emocionante y prometedora en la industria gastronómica. Hay varias tendencias y desarrollos futuros que vale la pena destacar:

1. Colaboraciones y Fusiones: Se espera que los Food Trucks continúen colaborando con otros actores de la industria alimentaria, como restaurantes y proveedores de alimentos. Las colaboraciones pueden llevar a fusiones únicas de sabores y conceptos, lo que atraerá a un público más amplio.
2. Tecnología y Pedidos en Línea: La tecnología seguirá desempeñando un papel crucial en la mejora de la eficiencia operativa de los Food Trucks. La pre-ordenación en línea y los pagos sin contacto pueden agilizar el proceso de pedido y pago, mejorando la experiencia del cliente.
3. Enfoque en la Sostenibilidad: A medida que la conciencia ambiental crece, se espera que los Food Trucks adopten prácticas más sostenibles. Esto puede incluir el uso de ingredientes locales y orgánicos, así como la implementación de prácticas de gestión de residuos más ecológicas.
4. Menús Saludables y Dietas Especiales: Los Food Trucks continuarán adaptándose a las demandas de los consumidores en busca de opciones más saludables y dietas especiales, como veganismo y sin gluten. La diversidad en los menús seguirá siendo clave.
5. Experiencias Culinarias Únicas: Los Food Trucks no solo ofrecen comida, sino también una experiencia culinaria única. Se espera que los Food Trucks sigan sorprendiendo a los clientes con conceptos innovadores y emocionantes.

Los Food Trucks han conquistado el corazón y el paladar de las personas en todo el mundo, pero no están exentos de desafíos. Los obstáculos reglamentarios, la consistencia en la calidad, los problemas financieros y la sostenibilidad son cuestiones cruciales que los propietarios de Food Trucks deben abordar. A pesar de estos desafíos, el futuro de los Food Trucks es prometedor. Con la creatividad, la adaptabilidad y el enfoque en la calidad, los Food Trucks seguirán desempeñando un papel fundamental en la evolución de la gastronomía y la forma en que las personas disfrutan de la comida en un mundo en constante movimiento.

TRENDS

Despite the challenges, food trucks remain an exciting and up-and-coming trend in the food industry. There are several future trends and developments worth noting:

1. *Collaborations and Mergers: Food Trucks are expected to continue collaborating with other players in the food industry, such as restaurants and food suppliers. Collaborations can lead to unique fusions of flavors and concepts, which will appeal to a broader audience.*
2. *Technology and Online Ordering: Technology will continue to play a crucial role in improving the operational efficiency of Food Trucks. Online pre-ordering and contactless payments can streamline the ordering and payment process, improving the customer experience.*
3. *Focus on Sustainability: As environmental awareness grows, Food Trucks are expected to adopt more sustainable practices. This may include using local and organic ingredients, as well as implementing greener waste management practices.*
4. *Healthy Menus and Special Diets: Food Trucks will continue to adapt to the demands of consumers in search of healthier options and special diets, such as veganism and gluten-free. Diversity in the menus will continue to be key.*
5. *Unique Culinary Experiences: Food Trucks not only offer food, but also a unique culinary experience. Food Trucks are expected to continue to surprise customers with innovative and exciting concepts.*

Food Trucks have captured the hearts and palates of people around the world, but they are not without their challenges. Regulatory hurdles, consistency in quality, financial issues, and sustainability are crucial issues that Food Truck owners need to address. Despite these challenges, the future of food trucks is bright. With creativity, adaptability and a focus on quality, Food Trucks will continue to play a pivotal role in the evolution of gastronomy and the way people enjoy food in a world on the go.

No hay Verano sin Canción ni Chiringuito

Por supuesto que es un tópico pero no deja de ser una realidad. Lo de la canción también, pero hoy me refiero a ese único lugar donde se relajan las costumbres a la hora de comer, a veces en exceso.

Dice la RAE que en España un chiringuito es un “pequeño establecimiento a pie de playa que ofrece comidas y bebidas y que posee una terraza o área de mesas al aire libre para sus clientes”. Así empezaron muchos de nuestros empresarios hosteleros hoy ya jubilados o a punto de hacerlo, haciendo bien las cosas en los años 60 de Sitges a Málaga pasando por Barcelona, reivindicándose como creadores de este concepto ganador que forma parte de nuestro paisaje sentimental. Pequeños chiringuitos o merenderos que con los años han sabido convertirlos en restaurantes de prestigio.

El primer chiringuito de España se encuentra en Sitges y aunque se inauguró en 1913, inicialmente con el nombre de “El Kiosket”, un ilustre periodista y cliente habitual sugirió el cambio de nombre por lo que había visto en sus viajes a Cuba y pasó a llamarse chiringuito en 1949. Unos defienden que el origen de la palabra viene de “chiringo” que era la manera de llamar a la curiosa forma de servir café en los locales de la isla caribeña, echando un chorrito de agua hirviendo a través de una media. Otros dicen que la palabra se usaba para nombrar, también en México, un tipo de aguardiente elaborado en la época de las Colonias y que estuvo mucho tiempo prohibido más que por ser “venenoso y mortal”, por ser

una dura competencia para el aguardiente de Castilla.

Hoy existe un abanico de diferentes modelos con muchos puntos en común y con muy diversas ofertas gastronómicas en las distintas provincias españolas. En muchos, la identidad culinaria está garantizada donde gana la cocina al postureo y la decoración. En ocasiones las instalaciones sencillas se compensan con vistas imponentes que despachan gastronomía ligada al mar. En otras, más que chiringuitos son verdaderos restaurantes.

Las últimas tendencias mezclan coctelería y música, son los “beach club” donde esta oferta pesa más que la gastronómica; también rumban los multiespacios junto a la playa incluso con el sello de chefs “estrellados”. Algunos son hervideros donde elegir entre decenas de espacios de moda como ocurre en Baleares donde la clientela internacional influye en la globalización de la oferta. Los surfers siempre buscarán pizzas, bocadillos o hamburguesas.

Está quienes han sabido mantener el equilibrio entre su propuesta de cocina tradicional cuya oferta está dominada por su despensa local, asomando la modernidad en su oferta coctelera y programación musical: arroces junto a pescados y mariscos en el mediterráneo, espetos en Málaga o mejillones en Galicia, por nombrar algo rico. En fin, que hay chiringuitos y chiringuitos. La identidad es lo fundamental y es lo que yo buscaría. Si ya han disfrutado de sus vacaciones, vayan buscando algo bueno para el próximo verano, que haberlo haylo.

There is no summer without a song or beach bar

Of course it is a cliché but it is still a reality. The song too, but today I'm referring to that only place where customs are relaxed at mealtimes, sometimes excessively.

The RAE says that in Spain a beach bar is a "small establishment on the beach that offers food and drinks and has a terrace or outdoor table area for its customers." This is how many of our hospitality entrepreneurs started today, already retired or about to retire, doing things well in the 60s from Sitges to Malaga passing through Barcelona, claiming themselves as creators of this winning concept that is part of our sentimental landscape. Small beach bars or snack bars that over the years have been able to turn them into prestigious restaurants.

The first beach bar in Spain is in Sitges and although it was inaugurated in 1913, initially under the name of "El Kiosket", an illustrious journalist and regular customer suggested the name change based on what he had seen on his trips to Cuba and it became called a chiringuito in 1949. Some argue that the origin of the word comes from "chiringo" which was the way of calling the curious way of serving coffee in the establishments of the Caribbean island, pouring a splash of boiling water through a stocking. Others say that the word was used to name, also in Mexico, a type of brandy made in Colonial times and that it was prohibited for a long time, more than because it was "poisonous and deadly", because it was a tough competition for brandy from Castile.

Today there is a range of different models with many points in common and with very diverse gastronomic offers in the different Spanish provinces. In many, the culinary identity is

guaranteed where the kitchen wins over posture and decoration. Sometimes the simple facilities are compensated with impressive views that deliver gastronomy linked to the sea. In others, more than beach bars they are real restaurants.

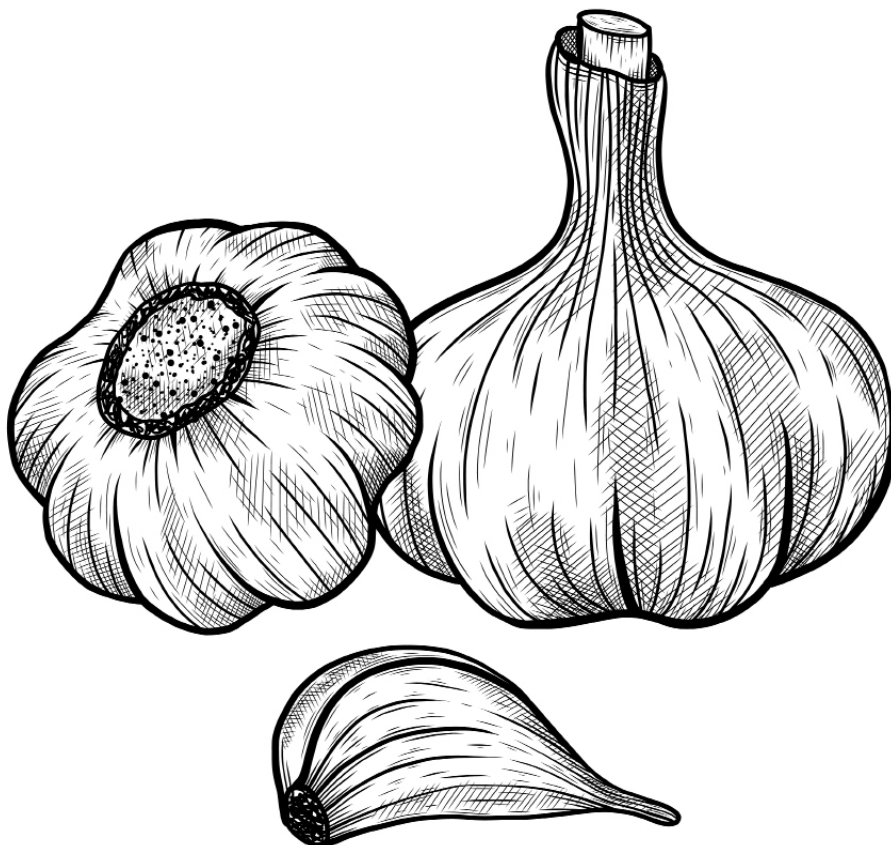
The latest trends mix cocktails and music, they are the "beach club" where this offer weighs more than the gastronomy; The multi-spaces next to the beach also party, even with the seal of "starred" chefs. Some are hotbeds where you can choose from dozens of fashion spaces, as is the case in the Balearic Islands, where the international clientele influences the globalization of the offer. Surfers will always be looking for pizza, sandwiches or burgers.

There are those who have managed to maintain the balance between their traditional cuisine proposal whose offer is dominated by their local pantry, showing modernity in their cocktail offer and musical programming: rice dishes with fish and shellfish in the Mediterranean, skewers in Malaga or mussels in Galicia, to name something rich. In short, there are beach bars and beach bars. Identity is fundamental and it is what I would look for. If you have already enjoyed your vacation, go looking for something good for next summer, there is.



Mar Romero





A J O | G A R L I C

El ajo es una de las bases de la gastronomía española, pero a la vez que es un ingrediente fundamental en la cocina internacional.

Garlic is one of the bases of Spanish gastronomy, but at the same time that it is a fundamental ingredient in international cuisine.

Sabor | Flavour

Su característico sabor áspero y picante, se suaviza al cocinarse, aportando intensidad a los platos.
Its characteristic harsh and spicy flavor softens when cooked, adding intensity to dishes.

Estación | Season

La temporada del ajo tierno da inicio a finales del invierno y se extiende hasta el mes de mayo.
The spring garlic season begins at the end of winter and lasts until May.

Preparación | Cooking Methods

Crudo, frito, al horno, a baja temperatura, macerado o cocido. Enteros, picados o laminados.
Raw, fried, baked, at low temperature, macerated or cooked. Whole, chopped or sliced.

Combinaciones | Flavour Affinities

Albahaca, frutos secos, pepino, tomate, pescados blancos, perejil, cilantro, menta, huevos, etc.
Basil, nuts, cucumber, tomato, white fish, parsley, coriander, mint, eggs, etc.

Maridaje | Pairing

Difíciles con vino, lo mejor es optar por un blanco, pero un blanco con crianza.
Difficult with wine, it is best to opt for a white, but a aged white.

El ajo, apreciado por su sabor y aroma, es esencial en la gastronomía mundial. Históricamente, se ha valorado por sus beneficios para la salud. Originario de Asia Central, ha sido un ingrediente clave en diversas culturas. En la cocina, realza platos desde salsas hasta guisos. Sus compuestos sulfurados no solo aportan sabor, también antioxidantes y propiedades antimicrobianas. En salud, el ajo contiene alicina, que podría reducir presión arterial y fortalecer el sistema inmunológico.

Su historia se entrelaza con civilizaciones antiguas como egipcios y romanos. Desde entonces, ha evolucionado en la cocina mediterránea y otras tradiciones, siendo un tesoro culinario y nutricional. Con su rica historia y su impacto en la salud y el paladar, el ajo sigue siendo una joya culinaria esencial en todo el mundo.

Garlic, appreciated for its flavor and aroma, is essential in world gastronomy. Historically, it has been valued for its health benefits. Originally from Central Asia, it has been a key ingredient in various cultures. In the kitchen, it enhances dishes from sauces to stews. Its sulfurous compounds not only provide flavor, but also antioxidant and antimicrobial properties. In health, garlic contains allicin, which could reduce blood pressure and strengthen the immune system.

Its history is intertwined with ancient civilizations such as the Egyptians and Romans. Since then, it has evolved in Mediterranean cuisine and other traditions, being a culinary and nutritional treasure. With its rich history and its impact on health and the palate, garlic remains an essential culinary gem around the world.

MORROFINO



Bonito con Pétalos de Ajos

Restaurante Arzak, San Sebastián.

Chef: Elena Arzak

Ingredientes: (para 4 pax) Para el mojo de guindillas: 50 gr. de piñones tostados, 50 gr de aceite de oliva 0'4, 5 gr de salsa de soja, 200 gr agua, 10 unid. de guindillas en vinagre, sal y azúcar. Para los lomos de bonito: 600 gr de bonito (150 gr/ud), sal, jengibre. Para la salsa roja: 1 cebolleta, 2 pimientos verdes, 3 pimientos del piquillo (conserva), 2 dientes de ajo, 4 fresas, 2 c.s. de aceite de oliva 0'4, 1 c.s. de vinagre de Jerez, sal y pimienta. Para los pétalos de ajos: 9 dientes de ajo, 900 gr de agua, 6 gr de cochinilla, 8 gr lombarda liofilizada, 8 gr de cebada verde liofilizada, 75 gr de azúcar. Para el kamut: 10 gr de kamut, agua, 1 dl de aceite de oliva 0'4^a, sal. **Elaboración:** Para el mojo de guindillas: Triturar el agua junto con las guindillas y colar. Recuperar del colador 40 gr de la pulpa que no habrá quedado y juntarlo con 85 gr de jugo colado y el resto de los ingredientes. Mezclar todos los ingredientes. Triturar y colar. Sazonar y dar punto de azúcar. Para los lomos de bonito: Cortar el lomo de bonito en rectángulos (2 unid. /per.). Uno de los rectángulos deberá ser algo más grande que el otro. Ahumar ligeramente los rectángulos de bonito durante 4 min. en ahumadora. Una vez finalizado, sazonar, untar el mojo y pasarlo por la plancha dejando el lomo jugoso. Para la salsa roja: Limpiar las verduras y asarlas al horno junto con el aceite a 175°C durante 20 minutos. Añadir las fresas al conjunto y hornear durante 5 minutos mas. Triturar y colar. Añadir el vinagre y salpimentar. Para los pétalos de ajos: Pelar los ajos y laminarnos finos con la ayuda de una mandolina. Escaldar en dos aguas los filetes de ajo. Dividir en tres cazos el agua y el azúcar y añadir en uno la lombarda en otro la cochinilla y en el ultimo la cebada verde. Hervir los preparados de los cazos. Dividir los ajos en cada cazo y cocer por periodo de 2 minutos. Colar los ajos y estirar sobre una hoja de papel vegetal uno a uno y secarlos a 55°C. Una vez secos, retirar

las láminas de ajo. Reservar por separado. Para el kamut: Cocer el kamut partiendo de agua hirviendo con sal. Una vez cocidos estirarlos en una bandeja con papel vegetal y dejarlos secar. Una vez secos, freírlos en aceite caliente. Sazonar. **Presentación:** En el centro del plato disponer los lomos de bonito de pie. A su lado, colocaremos los ajos coloridos y el kamut frito. Acompañar con la salsa.

.....





Northern Tuna with Petals of Garlic

Restaurant Arzak, Donosti.

Chef: Elena Arzak

Ingredients: (for 4 pax) For the chilli sauce: 50 gr. toasted pine nuts, 50 gr of 0'4 olive oil, 5 gr of soy sauce, 200 gr water, 10 units. of chillies in vinegar, salt and sugar. For the bonito loins: 600 gr of bonito (150 gr/unit, salt, ginger. For the red sauce: 1 spring onions, 2 green peppers, 3 piquillo peppers (canned), 2 garlic cloves, 4 strawberries, 2 tbsp. 0'4 olive oil, 1 tablespoon of sherry vinegar, salt and pepper For the garlic petals: 9 garlic cloves, 900 g of water,

6 g of cochineal, 8 g of freeze-dried red cabbage, 8 g of green barley freeze-dried, 75 gr of sugar For the kamut: 10 gr of kamut, water, 1 dl of 0'4 olive oil, salt.

Procedure: For the chilli sauce: Blend the water together with the chillies and strain. Recover from the strainer 40 gr of the pulp that will not have remained and combine it with 85 gr of strained juice and the rest of the ingredients. Mix all ingredients. Crush and strain. Season and add sugar. For the tuna fillets: Cut the tuna fillet into rectangles (2 units/per.). One of the rectangles should be slightly larger than the other. Lightly smoke the bonito rectangles for 4 min. in smoker. Once finished, season, spread the mojo sauce and grill it, leaving the tenderloin juicy. For the red sauce: Clean the vegetables and roast them in the oven together with the oil at 175°C for 20 minutes. Add the strawberries to the mix and bake for another 5 minutes. Crush and strain. Add the vinegar and season. For the garlic petals: Peel the garlic and slice finely with the help of a mandolin. Blanch the garlic fillets in two waters. Divide the water and sugar into three saucepans and add the red cabbage in one, the cochineal in another and the green barley in the last.

Boil the saucepan preparations. Divide the garlic into each saucepan and cook for a period of 2 minutes. Strain the garlic and stretch it out on a sheet of parchment paper one by one and dry them at 55°C.

Once dry, remove the garlic slices. Book separately. For the kamut: Cook the kamut starting with boiling water with salt. Once cooked, stretch them out on a tray lined with parchment paper and let them dry.

Once dry, fry them in hot oil. Season. Presentation: In the center of the plate, arrange the tuna loins upright. Next to it, we will place the colorful garlic and the fried kamut. Accompany with the sauce.

.....

Ajo Frito de Los Palacios

Restaurante Manolo Mayo, Los Palacios, Sevilla. Chef: Loli Rincón.

Ingredientes: 100 gr morcilla, 100 gr chorizo, 300 gr sofrito (cebolla, pimiento rojo, pimiento verde. tomate) 100 gr dientes de ajo, 6 codornices o alguna otra ave, 125 gr de pan, 6 dl aceite de oliva, 42dl agua, c/s pimentón y sal. Pan, especias y biscotes.

Elaboración: Plato simple sacado del recetario de la necesidad que emplea los recursos del entorno y, siempre, con dos productos fijos de la cocina popular: el ajo y el pan. La tradición contaba que entre los jornaleros, a la hora de la comida, uno de ellos con buena mano era el encargado de aviarlo para todos en los antiguos peroles y, como era habitual, se comía aplicando la ley de “cucheretazo y paso atrás”. El ajo frito es uno más de los llamados gazpachos calientes, esos que llenaban los estómagos y calentaban el cuerpo durante el invierno. Emparentado con el ajo caliente y el ajo meneao, se sigue haciendo en algunos pueblos de la Campiña. El ajo de espárrago o el ajo meneao, como el ajo molinero son parientes cercanos del ajo frito. Un plato único para una comida de mediodía con un contenido calórico que supone el 15% de las calorías totales de las necesidades diarias. Si lo acompañamos de una fruta cítrica (naranja, mandarina) tenemos un menú completo. Tiene un aporte importante de proteína animal y vitaminas A y C. Aporta hierro en cantidades significativas por la presencia de morcilla, siendo fácilmente utilizable por el organismo ya que es hierro orgánico, el denominado hierro “hemo”.

Fried Garlic from Los Palacios

Restaurant Manolo Mayo, Los Palacios, Sevilla. Chef: loli Rincón.

Ingredients: 100 gr blood sausage, 100 gr chorizo, 300 gr sofrito (onion, red bell pepper, green bell pepper, tomato), 100 gr garlic cloves, 6 quails or other poultry, 125 gr bread, 6 dl olive oil, 42dl water, c/s paprika and salt. Bread, spices and rusks.

Preparation: Simple dish taken from the recipe book of the necessity that uses the resources of the environment and, always, with two fixed products of the popular cuisine: garlic and bread. Tradition has it that among the day laborers, at mealtime, one of them with a good hand was in charge of frying it for everyone in the old pots and, as usual, it was eaten applying the law of “cucheretazo y paso atrás”. Fried garlic is one more of the so-called hot gazpachos, those that filled the stomachs and warmed the body during the winter. Related to ajo caliente and ajo meneao, it is still made in some villages of the Campiña. Garlic of asparagus or ajo meneao, like ajo molinero are close relatives of fried garlic. A unique dish for a midday meal with a caloric content that represents 15% of the total calories of the daily needs. If we accompany it with a citric fruit (orange, mandarin) we have a complete menu. It has an important contribution of animal protein and vitamins A and C. It provides iron in significant quantities due to the presence of blood sausage, being easily utilizable by the organism since it is organic iron, the so-called “heme” iron.





Faisán en Escabeche con Crema de Ajo

Restaurante Juanito, Baeza, Jaén. Chef: Pedro Salcedo.

Ingredientes: 2 pechugas de faisán, 250ml aceite de oliva virgen extra, AOVE temprano, 125 ml vinagre de vino, 1 cebolla mediana, 6 dientes de ajo, 1 cuchara de café de pimienta negra en grano, 3 clavos, 1 hoja de laurel, una ramita de tomillo, sal. Crema: 2 cabezas de ajo, aceite de oliva extra virgen.

Elaboración: Se limpian las pechugas, se sazonan. Se disponen en una olla a medida, añadimos la cebolla en rajadas, y todos los demás ingredientes. Terminaremos con el aceite de oliva virgen extra y el vinagre de vino. Es importante que el líquido cubra las perdices. Incorporamos 1/4 de agua, las ponemos al fuego con el recipiente tapado. Cuando rompa a hervir se baja el fuego. Normalmente alcanzan su punto de cocción a partir de 45 minutos. Si es necesario añadir un poco de agua a lo largo de la cocción. Es aconsejable dejar reposar tapadas y a temperatura ambiente veinticuatro horas antes de consumirlas. Para la crema: Partir en mitades las cabezas de ajo, en una sartén engrasada con AOVE, colocar los ajos por la cara plana sazonados y llevar a fuego lento hasta que doren. En un mortero, sacar los ajos y machacar hasta obtener una pasta, añadir un poco de escabeche del faisán y aligerar la crema hasta conseguir una textura uniforme. Servir humedeciendo la carne con AOVE de cosecha temprana.



Pheasant in Pickled Sauce with Garlic Cream

Restaurant Juanito, Baeza, Jaén. Chef: Pedro Salcedo. Ingredients: 2 pheasant breasts, 250 ml extra virgin olive oil, early EVOO, 125 ml wine vinegar, 1 medium onion, 6 cloves of garlic, 1 teaspoon of black peppercorns, 3 cloves, 1 bay leaf

m sprig of thyme, salt. Cream: 2 heads of garlic, extra virgin olive oil. juice, lime peel, honey and soy.

Preparation: Clean the breasts, season them. Arrange them in a pot to measure, add the sliced onion and all the other ingredients. Finish with the extra virgin olive oil and the wine vinegar. It is important that the liquid covers the partridges. Add 1/4 of water, put them on the fire with the container covered. When it starts to boil, lower the heat. Normally they reach their cooking point after 45 minutes. If necessary add a little water during cooking. It is advisable to let stand covered and at room temperature twenty-four hours before consumption. For the cream: Cut the heads of garlic in halves, in a frying pan greased with EVOO, place the seasoned garlic on the flat side and cook over low heat until golden brown. In a mortar, remove the garlic and crush to a paste, add a little of the pheasant marinade and lighten the cream until a uniform texture is obtained. Serve moistening the meat with early harvest EVOO.





Ajoblanco con Jengibre y Curry

Restaurante Mesón El Copo, Palmones, Cádiz. Chef: Manuel Moreno Rojas.

Ingredientes: 250 gr almendras marconas, 150 gr miga de pan blanco, 50 gr Jengibre fresco pelado, 25 gr curry de mandrás, 2 cucharadas soperas de vinagre, 3 dientes de ajo, 2 cucharadas aceite de oliva virgen extra, sal al gusto.

Elaboración: Poner en remojo las almendras y los ajos la noche anterior. Remojar la miga de pan con agua, el vinagre, el aceite y la sal la noche anterior. Mezclar todo, incluido el jengibre, el curry y el agua de haber estado en remojo los ingredientes, y con la ayuda de la túrmix batir todo hasta conseguir que no queden trozos . Rectificar de sal y ajo.

.....

Ajoblanco with Ginger and Curry

*Restaurant Mesón El Copo, Palmones,
Cádiz. Chef: Manuel Moreno Rojas.*

*Ingredients: 50 gr marcona almonds,
150 gr white bread crumbs, 50 gr
peeled fresh ginger, 25 gr mandras
curry, 2 tablespoons vinegar, 3 cloves
garlic, 2 tablespoons extra virgin olive
oil, salt to taste. Procedure: Soak the
almonds and garlic the night before. Soak
the bread crumbs with water, vinegar, oil
and salt the night before. Mix everything,
including the ginger, the curry and the
water from soaking the ingredients, and
with the help of the blender beat everything
until there are no pieces left. To rectify of
salt and garlic.*

.....



El Onboarding o bienvenida al personal

Parece ser que este año va a ser más difícil encontrar colaboradores, para trabajar en nuestro restaurante. Cada vez es más frecuente que los colaboradores/trabajadores, permanezcan muy pocos días o ni siquiera se presenten, para trabajar. Pero hay que reflexionar, como le damos la bienvenida a un trabajador, les preguntamos lo justo y le explicamos todavía menos, en que va a consistir su trabajo.

Así no es atractivo ir a una empresa a trabajar y menos con la “fama” que está adquiriendo la hostelería.

Es conveniente adquirir formas de dar la bienvenida a nuestro colaborador, o de hacer un programa de Onboarding, que consiste en, aparte de cumplir con la normativa de contratación, etc. hay que dar a conocer al colaborador la cultura y los valores de la empresa. Y también enseñarle cual va a ser su rol en el equipo.

Es muy sencillo, solo hay que dedicar un tiempo a que se sientan parte de la empresa o restaurante. Y este proceso solo hay que hacerlo una vez y tenerlo para todo el equipo. Consiste en unos pasos específicos:

1. Darle a través de un mail o carta, la bienvenida al restaurante, indicarle la dirección y como llegar y hablarle de la historia del restaurante si es nuevo, o si tiene un recorrido de tiempo o historia.
2. Con quien van a trabajar, presentarle a sus compañeros, así como a su encargado o jefe, que muchas veces no se le dice quién es.
3. Tener un proceso de trabajo bien definido y que sirva de formación inicial, para que sepa qué y cómo hacer las cosas.
4. Como trabajar la atención al cliente, pues cada casa tiene su manera de hacer.

5. Hacer un seguimiento de evolución y ayudarle para que todo salga bien.

6. Preguntarles como les va y que piensan de su trabajo, eso hará que se sienta uno más del equipo.

Con un programa de onboarding, se consigue que el colaborador se sientan parte de la empresa y que se implique y por tanto no quieran irse.

Es muy importante fidelizar al personal, pues este es el que se encarga de fidelizar a los clientes y de hacer que nuestro restaurante crezca. También damos una imagen de modernidad, lo que atraerá a más candidatos al restaurante.

Espero que tengáis un buen verano...

Onboarding or welcome to the staff

It seems that this year it will be more difficult to find collaborators to work in our restaurant. It is increasingly common for collaborators/workers to stay for a few days or not even show up to work. But you have to reflect, as we welcome a worker, we ask them just enough and we explain even less, what their work will consist of.

So it is not attractive to go to a company to work and less with the "fame" that the hospitality industry is acquiring.

It is convenient to acquire ways to welcome our collaborator, or to carry out an Onboarding program, which consists of, apart from complying with the contracting regulations, etc. The employee must be made aware of the culture and values of the company. And also teach him what his role will be in the team.

It's very simple, you just have to spend some time making them feel part of the company or restaurant. And this process only has to be done once and have it for the whole team.

It consists of a few specific steps:

- 1. Welcome you to the restaurant through an email or letter, tell you the address and how to get there and tell you about the history of the restaurant if it is new, or if it has a journey of time or history.*
- 2. With whom you are going to work, introduce your colleagues, as well as your manager or boss, who often is not told who he is.*
- 3. Have a well-defined work process that serves as initial training, so that you know what and how to do things.*
- 4. How to work customer service, because each house has its way of doing things.*

5. Monitor progress and help him so that everything goes well.

6. Ask them how they are doing and what they think of their work, that will make them feel like one of the team.

With an onboarding program, it is possible for the collaborator to feel part of the company and to get involved and therefore do not want to leave.

It is very important to retain the staff, as this is the one in charge of retaining customers and making our restaurant grow. We also give a modern image, which will attract more applicants to the restaurant.

Hope you have a good summer...



Nuria Nicolau

Consultora de CX para Restaurantes

Bonito del Norte y varias elaboraciones de Ajo

Restaurante José María, Segovia.

Chef: Tomás del Amo.

Ingredientes: Alioli japonés de ajo negro:

1 yema de huevo, 30cl de aceite de soja, azúcar, 2 ajos negros, vinagre de arroz, zumo de limón y sal Ajos escabechados: ajos morados, aceite de oliva virgen extra, vinagre blanco, laurel, pimienta negra y clavo. Ajetes tiernos, Bonito del Norte.

Elaboración: Confitar los ajos morados en el aceite y añadir el vinagre dejando reducir. Cocer los ajetes tiernos a la plancha a fuego lento hasta que doren. Limpiar y cortar el bonito en dados (1cmx1cm) y saltar ligeramente. Colocar los ajetes tiernos en el fondo del plato con dados de bonito encima.

White tuna and various garlic preparations

Restaurant José María, Segovia.

Chef: Tomás del Amo.

Ingredients: Japanese black garlic aioli:

1 egg yolk, 30cl soybean oil, sugar, 2 black garlic, rice vinegar, lemon juice and salt Pickled garlic: purple garlic, extra virgin olive oil, white vinegar, bay leaf, black pepper and cloves. Baby garlic, white tuna..

Preparation: Confit the purple garlic in the oil and add the vinegar and let it reduce. Cook the garlic on the griddle over low heat until golden brown. Clean and cut the tuna into cubes (1cmx1cm) and sauté lightly. Place the garlic in the bottom of the plate with the diced tuna on top. We will use it to decorate the plate.





Sopas de Ajo

Restaurante Mesón de Cándido, Segovia. Chef: Cándido López.

Ingredientes: Para 6 personas: 100 gr de aceite o manteca de cerdo, 100 gr de jamón magro picado, 150 gr de pan del día anterior en rebanadas (si es posible, de hogaza), una cucharada de pimentón dulce, tres dientes de ajo, 6 huevos escalfados, un litro de caldo o agua, unos gramos de comino.

Elaboración: En una sartén, se funde la manteca o el aceite y se añaden los ajos. Cuando están ligeramente dorados, se les agrega el jamón y las rebanadas de pan. Se fríe durante dos minutos y se echa el pimentón. Se dora y agrega caldo o agua. Cuando rompa a hervir, se añade el comino. Luego, se sazona y se vierte en seis cazuelitas de barro. Se escalfan los huevos durante tres minutos al horno. Sírvese muy caliente.



Garlic Soups

Restaurant Mesón de Cándido, Segovia. Chef: Cándido López.

Ingredients: 6 servings: 100 grams of oil or lard, 100 grams of chopped lean ham, 150 grams of sliced bread from the previous day (if possible, loaf bread), a spoonful of sweet paprika, three cloves of garlic, 6 poached eggs, a liter of broth or water, a few grams of cumin.

Preparation: In a frying pan, melt the lard or oil and add the garlic. When they are lightly browned, add the ham and the slices of bread. Fry for two minutes and add the paprika. Brown and add broth or water. When it starts to boil, add the cumin. Then, it is seasoned and it is poured in six little earthenware casseroles. Poach the eggs for three minutes in the oven. Serve very hot.







Pez San Pedro con Gambas y Angulas

Restaurante Mesón El Refectorio, Ceuta.

Chef: Rafael Carrasco.

Ingredientes: un lomo de Pez de San Pedro, 50 gr de Gambas peladas, 25 gr de Angulas frescas(sustituible por gulas), unos ajos de primera calidad bien frescos, AOVE, algo verde para la presentación en el plato.

Elaboración: Limpiar una pieza del pescado y poner con su sal a la plancha moderadamente,
En una sartén pequeña con su AOVE echar los ajos partidos y una guindilla poner las gambas y, cuando apagas, las angulas, Una vez el pescado esta en el plato, regar por encima con los ingredientes que están en la sartén.

St. Peter's Fish with Shrimp and Eels

Restaurant Mesón el Refectorio, Ceuta.

Chef: PRafael Carrasco.

Ingredients: a loin of San Pedro fish, 50 grams of peeled shrimps, 25 grams of fresh elvers (can be replaced by gulas), some first quality fresh garlic, EVOO, something green for the presentation on the plate.

Procedure: Clean a piece of fish and grill it moderately with its salt,
In a small frying pan with its AOVE add the broken garlic and a chilli pepper, put the prawns and, when you turn it off, the elvers,
Once the fish is on the plate, sprinkle with the ingredients that are in the pan.

Whatsapp

Qué modernos son los dueños de los restaurantes, ay, con sus grupos de WhatsApp. Ya no hacen falta cartas ni emails. Ahora los empleados estamos pendientes del móvil a todas horas. El jefe nos manda un audio a las diez de la noche cambiando el turno de mañana. La cocinera se queja en un mensaje de que falta aceite. El camarero pide en el grupo que le cambien el domingo libre.

Los grupos de WhatsApp son la nueva sala de estar digital de los negocios hosteleros. Da igual la hora, uno ha de estar disponible. Y da igual si has entrado en “la charla” desde el principio o hay un scroll de 80 mensajes que tienes que releer para ponerte al día. Y claro, en tantos mensajes surgen malos entendidos. La jefa cree que le hemos contestado mal. O entendido peor. Total, que nos echa la bronca, no muy educada, delante de todos.

Qué tiempos aquellos en que esto se hablaba en persona, se dignificaba. Ahora lo vemos escrito, sin matices, expuesto públicamente en el móvil como prueba irrefutable de quién se equivocó. Porque además luego salen pantallazos por Twitter... y no siempre el empresario sale bien parado: decir barbaridades por WhatsApp o exigir abiertamente condiciones laborales ilegales es un error garrafal que acaba apareciendo en medios de comunicación (y que demuestra no solo que como empresarios podemos ser idiotas por ponerlo por escrito, sino que somos unos inmorales).

Se ha perdido la discreción. Da igual si estaba uno cansado o tuvo un mal día. Las palabras quedan ahí, circulan y se malinterpretan. El móvil las eterniza.

Por no hablar de la falta de desconexión que suponen estos grupos. Antes uno llegaba a casa y se olvidaba del trabajo. Ahora la jefa sigue enviando audios sobre la carta del mes que viene. Total, que se acaba respondiendo en domingo porque si no el lunes te espera una bronca.

Añoro aquellos tiempos en los que al salir por la puerta la jornada laboral quedaba atrás. Cuando los problemas se solucionaban hablando, mirándose a la cara, sin intermediarios tecnológicos que lo eternicen todo. Porque grupo de WhatsApp que se precie siempre acaba en drama. Malentendidos, broncas, pantallazos públicos... Ay, qué modernos son los jefes de ahora y sus grupos de WhatsApp. Casi prefiero cuando había que hablar las cosas en persona.

Whatsapp

How modern are the restaurant owners, oh, with their WhatsApp groups. No need for letters or emails anymore. Now the employees are aware of the mobile at all hours. The boss sends us an audio at ten at night changing the morning shift. The cook complains in a message that there is a lack of oil. The waiter asks the group to change his Sunday off.

WhatsApp groups are the new digital living room for hospitality businesses. No matter the time, one has to be available. And it doesn't matter if you entered "the chat" from the beginning or there is a scroll of 80 messages that you have to reread to catch up. And of course, in so many messages misunderstandings arise. The boss thinks we have answered her wrong. Or understood worse. Total, who scolds us, not very polite, in front of everyone.

What times those when this was spoken in person, she dignified herself. Now we see it written, without nuances, publicly exposed on the mobile as irrefutable proof of who was wrong. Because then screenshots appear on Twitter... and the employer does not always come off well: saying barbaric things on WhatsApp or openly demanding illegal working conditions is a blunder that ends up appearing in the media (and that shows not only that as businessmen we can be idiots for putting it in writing, but we are immoral).

Discretion has been lost. It doesn't matter if you were tired or had a bad day. The words remain there, circulate and are misinterpreted. The mobile eternalizes them.

Not to mention the lack of disconnection that these groups represent. Before, one came home and forgot about work. Now the boss keeps sending audios about next month's letter. Total, that ends up answering on Sunday because if not on Monday a fight awaits you.

I long for those times when the working day was left behind when I walked out the door. When problems were solved by talking, looking each other in the face, without technological intermediaries that eternalize everything. Because a self-respecting WhatsApp group always ends in drama. Misunderstandings, fights, public screenshots... Oh, how modern are today's bosses and their WhatsApp groups. I almost prefer when you had to discuss things in person.



Manel Morillo

ConGustosm.com

MUST HAVE



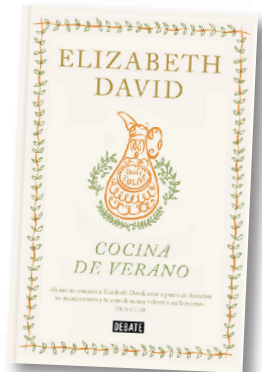
1



2



3



5



4



6

1. Suncare. Gel-Crema After Sun Refrescante e Hidratante - Diego dalla Palma 39€ | 2. Coso WineCase One Inox - Enfriador de vino 120€ | 3. Druuxto Bici de Agua 1550€ | 4. Liyabu Manta de Picnic Playa 150 x 200 22€ | 5. Elizabeth David Cocina de verano Tapa dura 22€ | 6. Cubitera de hielo Glacio Clear Cube Ice Duo, de cristal, transparente 130€ | 7. Nueva Edición Reserva de Familia de ANCHOAS CODESA | 8. Iohannes Vino tinto Iohannes Reserva 2013 Penedés de JUVÉ&CAMPS juveycamps.com 38€ | 9. Chipirones en Aceite procesados a mano CONSERVAS PACO LAFUENTE | 10. CAPEL Moai pisco de Chile reservado botella 70 cl 35€ | 11. MOLINO ROCA arroz gran reserva especial paella By Roca saco 1 kg 6,5€ | 12. I CONTADINI passata rustica salsa de tomate frasco 500 g 5€ | 13. Vino blanco elaborado por EDUARDO PEÑA con Treixadura y Albariño entre otros, D.O. Ribeiro 16€

MUST TASTE



1. Suncare. Refreshing and Moisturizing After Sun Gel-Cream - Diego dalla Palma 39€ | 2. Coso WineCase One Inox - Wine Cooler 120€ | 3. Druxto Water Bike 1550€ | 4. Liyabu Beach Picnic Blanket 150 x 200 22€ | 5. Elizabeth David Summer kitchen Hardcover 22€ | 6. Glacio Clear Cube Ice Duo ice cube tray, glass, transparent 130€ | 7. New Edition Family Reserve of ANCHOVIES CODESA | 8. Johannes Red wine Johannes Reserva 2013 Penedés from JUVÉ&CAMPS juveycamps.com 38€ | 9. Squid in Oil processed by hand CONSERVAS PACO LAFUENTE | 10. CAPEL Moai pisco from Chile reserved bottle 70 cl 35€ | 11. MOLINO ROCA gran reserva special rice paella By Roca bag 1 kg 6,5€ | 12. I CONTADINI passata rustica tomato sauce jar 500 g 5€ | 13. White wine made by EDUARDO PEÑA with Treixadura and Albariño among others, D.O. Ribeiro

El Asiático Cartagenero

Es una mezcla deliciosa que seduce los paladares, nacido en Cartagena una ciudad Trimilenaria, se sirve en una copa muy especial, se mezcla café con leche condensada, coñac, un chorrito de Licor 43, (bebida que se fabrica en Cartagena), corteza de limón solo corteza, dos granos de café y un golpe de canela. Destaca por su sabor y su presentación en capas que lo diferencian por los distintos ingredientes y su densidad, antes que se vaporice y se mezclen.

Una de sus peculiaridades es la copa donde se sirve, específicamente dedicada a esta bebida. Sin lugar a dudas el asiático es la combinación perfecta del sabor, la vida y la historia de Cartagena. La copa donde se sirve y conocida como copa de asiático, aunque en principio era conocida como copa de campana, por su forma, aparece en el año 1908 de la mano de la fábrica cartagenera Unión Vidriera de España, situada en el barrio pesquero de la Villa y Condado de Santa Lucía.

El asiático, más que un café, es un símbolo que condensa en su sabor la esencia de Cartagena y sus gentes. Fue creada esta bebida por Pedro Conesa en un conocido bar de carretera el Bar Pedrín, en El Alujón en el año 1947, y que aún hoy continúan sirviendo esta bebida. De la mano de la empresa familiar José Díaz, se están comercializando en toda España esta típica bebida cartagenera, que en su época se tomaba en el puerto, poco a poco su consumo fue a más y actualmente está introducida en gran parte de la hostelería regional. Esta firma fabrica la típica copa de asiático y distribuye los estuches que llevan todos los componentes para prepararlo y tomarlo en casa.

Para conseguir hacer un buen asiático, es conveniente seguir el orden de los ingredientes, empezaremos con un café

expreso concentrado, con una buena crema del propio café. A continuación se añadirá 50 ml de leche condensada, se le incorpora 20 ml de brandy y 10 ml de Licor 43, para después añadirle un trozo pequeño de cáscara de limón, dos granos de café y un poco de canela en polvo, siguiendo este orden para su elaboración, se consigue por la diferente densidad de los ingredientes que se puedan ver las tres capas que hacen tan vistoso este cóctel.

Esta armoniosa combinación perfecta de sabor, es vida e historia de Cartagena, es todo un emblema de la ciudad y que, hoy, se ha convertido en un icono moderno y colorista, que cobra vida en los estuches de Asiático Shop, de una o varias copas y con todos sus ingredientes, pudiendo disfrutarla en casa y convirtiéndolo en un café de sobremesa singular y único para sorprender a familia y amigos con un producto made in Cartagena. Terminó con una reflexión: **“La verdadera gloria consiste en hacer lo que merece escribirse y en escribir lo que merece leerse”.**

The Cartagena Asiático

It is a delicious mixture that seduces the palate, born in Cartagena, a Trimilenary city, it is served in a very special glass, coffee is mixed with condensed milk, cognac, a splash of Licor 43, (drink made in Cartagena), bark of lemon only rind, two coffee beans and a touch of cinnamon. It stands out for its flavor and its presentation in layers that differentiate it by the different ingredients and its density, before it is vaporized and mixed.

One of its peculiarities is the glass where it is served, specifically dedicated to this drink. Without a doubt, the Asiático is the perfect combination of the flavor, life and history of Cartagena. The glass where it is served and known as the Asiático glass, although in principle it was known as a bell glass, due to its shape, appears in 1908 by the Unión Vidriera de España factory in Cartagena, located in the fishing district of La Villa and County of Santa Lucia.

The Asiático, more than a coffee, is a symbol that condenses in its flavor the essence of Cartagena and its people. This drink was created by Pedro Conesa in a well-known roadside bar, Bar Pedrín, in El Albuñón in 1947, and they still serve this drink today. Hand in hand with the family business José Diaz, this typical Cartagena drink is being marketed throughout Spain, which in its time was taken in the port, little by little its consumption increased and is currently introduced in a large part of the regional hospitality industry. This firm manufactures the typical Asian cup and distributes the cases that contain all the components to prepare and drink it at home.

In order to make a good Asiático, it is convenient to follow the order of the ingredients, we will start with a concentrated espresso coffee, with a good

cream from the coffee itself. Then add 50 ml of condensed milk, add 20 ml of brandy and 10 ml of Licor 43, and then add a small piece of lemon peel, two coffee beans and a little ground cinnamon, following this order For its preparation, it is achieved by the different density of the ingredients that you can see the three layers that make this cocktail so attractive.

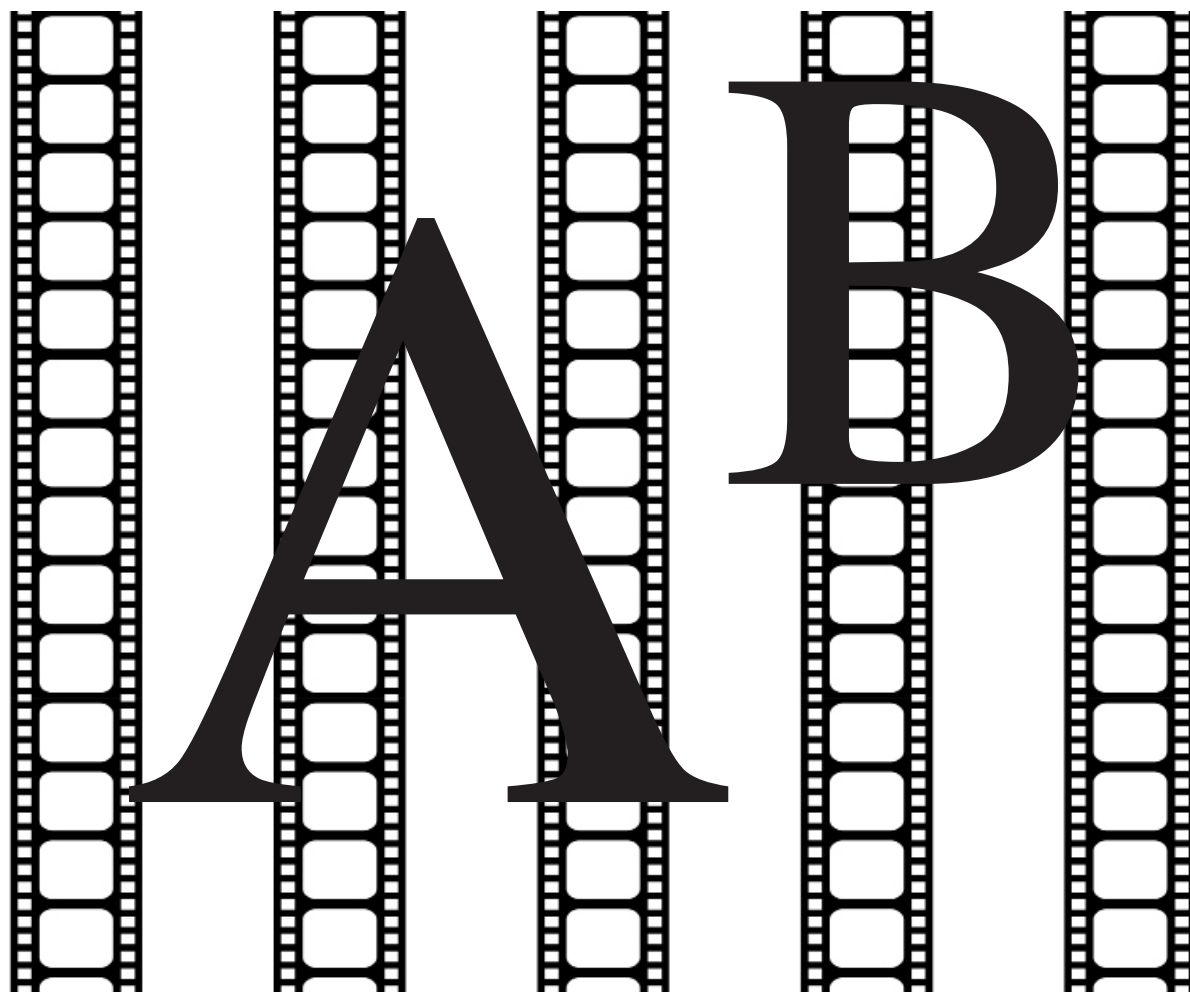
This harmonious, perfect combination of flavor is the life and history of Cartagena, it is an emblem of the city and, today, it has become a modern and colorful icon, which comes to life in the cases of Asiático Shop, of one or more glasses and with all its ingredients, being able to enjoy it at home and turning it into a singular and unique after-dinner coffee to surprise family and friends with a product made in Cartagena.

*I end with a reflection: **“True glory consists in doing what deserves to be written and in writing what deserves to be read.”***



Tomás M. Pagán

ANTONIO BANDERAS



PASIÓN Y COMPROMISO

PASSION AND COMMITMENT

MORROFINO



Desde sus inicios en el mundo del cine, Antonio Banderas ha demostrado ser mucho más que un actor talentoso. Su carisma, pasión por la actuación y su profundo compromiso con la filantropía lo convierten en una figura destacada en la industria del entretenimiento. Sin embargo, su amor inquebrantable por Málaga, su ciudad natal en España, es lo que realmente define al hombre detrás del actor.

.....

Since his beginnings in the world of cinema, Antonio Banderas has proven to be much more than a talented actor. His charisma, passion for acting and his deep commitment to philanthropy make him a leading figure in the entertainment industry. However, his unwavering love for Malaga, his hometown in Spain, is what truly defines the man behind the actor.



En una entrevista reciente, Banderas compartió su visión sobre su carrera actoral: **“Para mí, la actuación es un medio para explorar diferentes aspectos de la condición humana y conectarme con audiencias de todo el mundo”**. Esta conexión es evidente en su amplia gama de roles, desde el apasionado músico en “La Ley del Deseo” hasta el icónico Zorro en “La Máscara del Zorro”. Su versatilidad y dedicación le han valido reconocimiento tanto en Hollywood como en su España natal.

Pero más allá de los reflectores y las cámaras, Banderas ha demostrado una profunda preocupación por su comunidad y por causas humanitarias. En una entrevista con CNN, habló sobre su motivación filantrópica: **“He sido bendecido con oportunidades increíbles, y siento que es mi responsabilidad usar mi influencia para hacer una diferencia positiva en el mundo”**. Banderas respalda activamente organizaciones benéficas que se enfocan en la salud infantil y la lucha contra enfermedades como el cáncer. Su participación en eventos y recaudaciones de fondos demuestra su compromiso genuino con estas causas.

El actor también ha sido un firme defensor de la educación y la cultura. En una entrevista con El País, habló sobre su fundación, La Fundación Lágrimas y Favores, que busca promover la educación y el desarrollo cultural en Málaga y otras áreas necesitadas. Banderas enfatiza la importancia de brindar oportunidades a las generaciones jóvenes: **“La educación es la clave para el progreso y la igualdad de oportunidades, y es fundamental para el futuro de nuestra sociedad”**.

Pero si hay algo que realmente define a Antonio Banderas, es su profundo amor por Málaga. En una entrevista con Vanity Fair, describió su ciudad natal como **“un lugar lleno de vida, luz y gente maravillosa”**. A lo largo de su carrera, ha llevado el nombre de Málaga con orgullo a nivel internacional. Incluso después de alcanzar el éxito en Hollywood, Banderas sigue regresando a su querida ciudad natal. Ha invertido en el renacimiento cultural de Málaga, colaborando en proyectos arquitectónicos y culturales que han revitalizado la ciudad y la han convertido en un destino turístico y artístico de renombre.

In a recent interview, Banderas shared his insights on his acting career: “For me, acting is a means to explore different aspects of the human condition and connect with audiences around the world.” This connection is evident in his wide range of roles, from the passionate musician in “The Law of Desire” to the iconic Zorro in “The Mask of Zorro.” His versatility and dedication have earned him recognition both in Hollywood and in his native Spain.

But beyond the spotlight and cameras, Banderas has shown deep concern for his community and humanitarian causes. In an interview with CNN, he spoke about his philanthropic motivation: “I have been blessed with incredible opportunities, and I feel it is my responsibility to use my influence to make a positive difference in the world.” Banderas actively supports charities that focus on children’s health and the fight against diseases such as cancer. His participation in events and fundraisers demonstrates his genuine commitment to these causes.

The actor has also been a strong advocate of education and culture. In an interview with El País, he spoke about his foundation, La Fundación Lágrimas y Favores, which seeks to promote education and cultural development in Malaga and other needy areas. Banderas emphasizes the importance of providing opportunities to the young generations: “Education is the key to progress and equal opportunities, and it is essential for the future of our society.”

But if there is something that really defines Antonio Banderas, it is his deep love for Malaga. In an interview with Vanity Fair, he described his hometown as “a place full of life, light and wonderful people.” Throughout his career, he has proudly carried the Malaga name internationally. Even after finding success in Hollywood, Banderas keeps coming back to his beloved hometown. He has invested in Malaga’s cultural renaissance, collaborating on architectural and cultural projects that have revitalized the city and made it a renowned tourist and arts destination.

MORROFINO



MF 55

Foto: A. P. on VisualHunt

Antonio Banderas es mucho más que un actor talentoso; es un individuo apasionado y comprometido con causas humanitarias y sociales. Su amor inquebrantable por Málaga y su dedicación a mejorar la vida de los demás son un testimonio de su carácter admirable. A través de su trabajo en la actuación y su labor filantrópica, Banderas demuestra que el éxito y la influencia pueden usarse para hacer el bien en el mundo. Como dijo una vez en una entrevista, “No se trata solo de ser famoso, sino de hacer cosas significativas”. Sin duda, Antonio Banderas ha logrado hacer precisamente eso: dejar una huella significativa en la industria del entretenimiento y en el corazón de su amada Málaga.

.....

Antonio Banderas is much more than a talented actor; he is a passionate individual committed to humanitarian and social causes. His unwavering love for Malaga and his dedication to improving the lives of others are a testament to his admirable character. Through his work in acting and his philanthropic work, Banderas demonstrates that success and influence can be used to do good in the world. As he once said in an interview, “It’s not just about being famous, it’s about doing meaningful things.” Without a doubt, Antonio Banderas has managed to do just that: leave a significant mark on the entertainment industry and in the heart of his beloved Malaga.



Gastos imprevistos

Todos conocemos o disponemos de una cantidad de recursos financieros para hacer frente a nuestros gastos previstos; esos recursos, en definitiva ese dinero, casi siempre es limitado en función a unos ingresos derivados por nuestro trabajo o por rentas de capital o por prestamos que hay que devolver en un plazo. Lo que no conocemos, son los gastos consecuentes por los llamados «imprevistos».

En la planificación de la gestión de la empresa comercial, aunque sea unipersonal, existe o debería existir un plan de ventas, que conlleva un plan de compras y a la vez un plan financiero.

En el plan de ventas se marcan unos objetivos y unas acciones y gastos comerciales. Con ello se puede planificar una parte de las compras y en función de los plazos de entrega de los proveedores, formas de pago y unas necesidades financieras para cumplir con los abonos y gastos fijos.

Es posible entonces que se deba rehacer el plan de negocio por falta de algunos recursos económicos, porque la capacidad de dinero, al igual que ocurre en la vida familiar, es limitada.

La previsión de las ventas es algo que se considera probable si se hacen ciertas acciones, pero por distintos factores puede que no se cumplan las expectativas o que el margen previsto sea distinto (casi siempre inferior).

En cuanto a los gastos comerciales para llevar a termino las ventas presupuestadas, ocurre algo distinto: muchos de esos

gastos se hacen antes de tener seguro la consecución de los objetivos, por ejemplo el gasto para la confección de un folleto se hace anticipadamente.

Algunos directores de venta se olvidan de algo muy importante: casi siempre los gastos de ventas se cumplen o se superan antes de acabar el año comercial, pero no siempre se cumple la previsión de ventas.

Durante el periodo comercial acordado, como por ejemplo un año, surgen «imprevistos» y a veces pueden ser notablemente negativos.

En mi camino empresarial aprendí a añadir al plan financiero una buena partida de imprevistos, «por si las moscas».

Si existe una planificación bien hecha, y con frecuentes revisiones, es posible hacer correcciones y evitar algún disgusto.

De modo que un plan de ventas no se puede hacer sin contar con la capacidad financiera que tiene la empresa, lo mismo que una unidad familiar y con una previsión de imprevistos.

Incidental expenses

We all know or have a number of financial resources to meet our expected expenses; Those resources, ultimately that money, is almost always limited based on income derived from our work or from capital income or from loans that must be repaid within a period of time. What we do not know are the consequent expenses for the so-called “unforeseen”.

In the planning of the management of the commercial company, even if it is one-person, there is or should be a sales plan, which includes a purchasing plan and a financial plan at the same time.

In the sales plan, objectives and commercial actions and expenses are set. With this, a part of the purchases can be planned and based on the delivery times of the suppliers, forms of payment and financial needs to comply with the payments and fixed expenses.

It is then possible that the business plan should be redone due to lack of some economic resources, because the capacity for money, as it happens in family life, is limited.

The sales forecast is something that is considered probable if certain actions are taken, but due to different factors, expectations may not be met or the expected margin may be different (almost always lower).

As for the commercial expenses to carry out the budgeted sales, something different happens: many of these expenses are made before the achievement of the objectives is certain, for example the expense for the preparation of a brochure is made in advance.

Some sales managers forget something very important: sales expenses are almost always met or exceeded before the end of the business year, but the sales forecast is not always met.

During the agreed business period, such as a year, “unforeseen” arise and can sometimes be markedly negative.

In my entrepreneurial path I learned to add a good contingency item to the financial plan, “just in case.”

If there is a well-done planning, and with frequent revisions, it is possible to make corrections and avoid any unpleasantness.

So a sales plan cannot be made without having the financial capacity of the company, the same as a family unit and with a forecast of unforeseen events.



Lorenzo Roca

RocaLorenzo.com

SÉ PARTE

de la solución
contra la pobreza

¡Hazte de Cáritas!

si quieres ser socio entra en:

www.caritas.es

AYER
HOY
MAÑANA



Guía de Restaurantes
de Buena Mesa España

MORROFINO

Buena Mesa España
Restaurants Guide



Buena Mesa España
ASOCIACIÓN DE RESTAURANTES





SERHOTEL
@

SUMINISTROS ESPECIALES PARA HOSTELERÍA

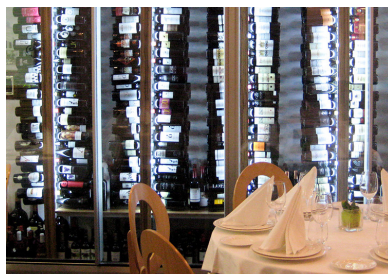
San Rafael

Desde 1960

Pol. Ind. "El Mugrón" - C/. Tejares, 14
02640 **ALMANSA** (Albacete)
Atención al cliente: 692 033 032
Telf. 691 869 694

www.suministroshosteleros-serhotel.com
juancuenca.serhotel@gmail.com
info@suministroshosteleros-serhotel.com

Albacete



ASADOR CONCEPCIÓN

Cocina sofisticada con sabores manchegos.
info@asadorconcepcion.com
 Tel. 967 524 350
 Familia Rosendo
 Concepción, 5.
 02002 Albacete



RESTAURANTE PINCELÍN

Comida autóctona, cocina actual.
pincelin@tvalmansa.es
 Tel. 967 340 007
 Diego y Pedro Blanco
 Las Norias, 10.
 02640 Almansa [Albacete]

Alicante



RESTAURANTE FRONTERA

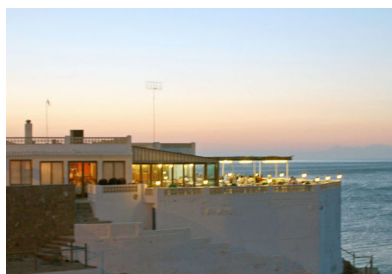
Cocina mediterránea con toques de autor.
info@restaurantefrontera.com
 Tel. 967 365 669
 Antonio y Carmelo Martínez Bleda
 Peñas, 57
 02500 Tobarra
 Albacete



RESTAURANTE BATISTE

Cocina mediterránea.
info@restaurantebatiste.es
 Tel. 965 411 485 | 965 411 186
 José López Fuentes y familia
 Pérez Ojeda, 6
 03130 Santa Pola
 Alicante

Asturias



RESTAURANTE MENA

Cocina mediterránea.
dangelmena@gmail.com
Tel. 965 780 943
Familia Mena Larrosa
Ctra. Las Rotas, Km. 5.
03700 Denia
Alicante



RESTAURANTE REAL BALNEARIO

Cocina tradicional con toques modernos.
info@realbalneario.com
Tel. 985 518 613
Isaac Loya
Av. Juan de Sitges, 3
33405 Salinas, Castrillón [Asturias]

Almería



RESTAURANTE TERRAZA CARMONA

Tradicional almeriense, creativa y de mercado.
terrazacarmona@terrazacarmona.com
Tel. 950 390 760
Familia Carmona Baraza
C/ del Mar, 1 | 04620 Vera [Almería]



RESTAURANTE EL TONEL

Cocina tradicional con nuevas tendencias.
info@restauranteeltonel.es
Tel. 985 892 359
Familia Cueto
Manuel Álvarez Miranda, 13
33300 Villaviciosa [Asturias]

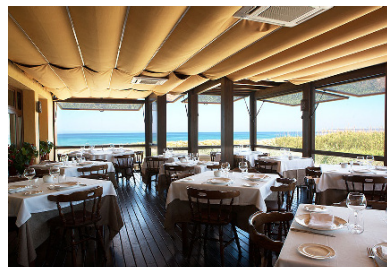
Barcelona



RESTAURANTE BOTAFUMEIRO

Cocina mezcla de marinera y mediterránea.
info@botafumeiro.es
 Tel. 932 184 230
 Moncho Neira
 Gran de Gracia, 81
 08012 Barcelona

Cádiz



RESTAURANTE ANTONIO

Cocina tradicional y de mercado.
info@antoniohoteles.com
 Tel. 956 439 542 | 956 439 141
 Familia Mota Verdejo
 Bahía de la Plata, Atlanterra, Km. 1
 11393 Zahara de los Atunes
 [Cádiz]



RESTAURANTE GORRÍA

Cocina vasco-navarra.
info@restaurantegorria.com
 Tel. 932 451 164
 Javier Gorría
 Diputación, 421
 08013 Barcelona



RESTAURANTE CASA BIGOTE

Cocina marinera al estilo de abordo
bigote@restaurantecasabigote.com
 Tel. 956 362 696
 Pórtico de Bajo Guía, 10
 11540 Sanlúcar de Barrameda | Cádiz



RESTAURANTE EL FARO DE CÁDIZ

Cocina tradicional, pescados y carnes.
info@elfarodecadiz.com
Tel. 956 211 068
Mayte Córdoba Serrano
San Félix, 15 | 11002 Cádiz



RTE. VENTORRILLO EL CHATO

Cocina tradicional, pescados y carnes.
info@ventorrilloelchato.com
Tel. 956 250 025 | 956 257 116
José Manuel Córdoba Serrano
Vía Augusta Julia, s/n.
Ctra. Cádiz-San Fernando | 11011 Cádiz



RESTAURANTE EL FARO DEL PUERTO

Cocina tradicional, pescados y carnes.
info@elfarodelpuerto.com
Tel. 956 870 952
Fernando Córdoba Serrano
Av. Fuentebravía, Km. 0,5
11500 Puerto de Santa María [Cádiz]



RESTAURANTE MESÓN EL COPO

Cocina de mercado.
elcopo@elcopo.es
Tel. 956 677 710 | 956 677 691
Manuel Moreno Rojas
Almadraba, 2.
11379 Palmones, Los Barrios
[Cádiz]

Cantabria



RESTAURANTE BOGA BOGA
Cocina marinera, producto de temporada.
restaurantebogaboga@gmail.com
Tel. 942 710 150
Antonio Gutiérrez Cortabitarte
Pza. Mayor del Fuero, 10
39540 San Vicente de la Barquera | Cantabria

Córdoba

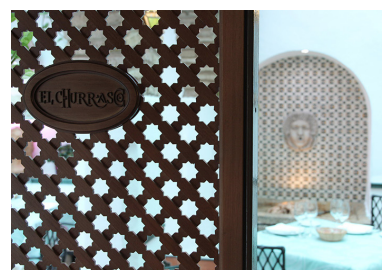


RESTAURANTE EL CABALLO ROJO
Antigua cocina de Córdoba con ciertos platos mozárabes.
elcaballorojo@elcaballorojo.com
Tel. 957 475 375
José García Marín
Cardenal Herrero, 28 | 14003 Córdoba

Ceuta



RESTAURANTE EL REFECTORIO
Cocina tradicional mediterránea con ligeros apuntes de elaboraciones modernas.
info@elrefectorio.es
Tel. 956 513 884
José María y Rafael Carrasco Morón
Poblado Marinero, Local 37
51001 Ceuta



RESTAURANTE EL CHURRASCO
Cocina tradicional cordobesa.
elchurrasco@elchurrasco.com
Tel. 957 290 819
Rafael Carrillo
Romero, 16
14003 Córdoba

Granada



RESTAURANTE LA TABERNA DE ALMODÓVAR

Casa de comidas del siglo XXI
angelsanchez@latabernadealmodovar.com
Tel.957 940 333
C. de Benito Pérez Galdós, 1,
14001 Córdoba



RESTAURANTE CHIKITO

Cocina tradicional
andaluza de mercado.
chikito@restaurantechikito.com
Tel. 958 223 364
Familia Oruezábal
Pza. del Campillo, 9 | 18009 Granada

Gerona



RESTAURANTE DURÁN HOTEL

Cocina catalana de mercado.
duran@hotelduran.com
Tel. 972 501 250
Luis Durán Simón
Lasauca, 5
17600 Figueres [Gerona]



RESTAURANTE OLEUM

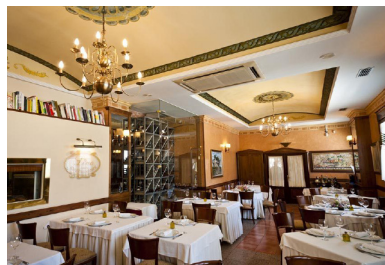
Cocina tradicional.
gregoriogarcia@restaurantoleum.com
Tel. 958 295 357
Gregorio García
San Antón, 81
18005 Granada

Guadalajara



RESTAURANTE RUTA DEL VELETA

Cocina creativa con raíces autóctonas.
miguelpedraza@rutadelveleta.com
 Tel. 958 486 134 | 958 481 201
 Miguel y José Pedraza Velázquez
 Ctra. de Sierra Nevada, 136.
 18190 Cenes de la Vega [Granada]



RESTAURANTE LINO

Alta cocina española.
info@grupolino.com
 Tel. 949 253 845
 Lino de Lucas
 Mario de Lucas
 Vizcondesa de Jorbalán, 10
 19001 Guadalajara

Huelva



RESTAURANTE LAS TINAJAS

Cocina tradicional andaluza con
 pequeños toques de innovación.
restaurantelastinajas@hotmail.es
 Tel. 958 254 393
 Carlos Nestares y José Álvarez
 Martínez Campos, 17 | 18002 Granada



RESTAURANTE AZABACHE

Cocina tradicional.
isabache@hotmail.com
beti.huelva@gmail.com
 Tel. 959 257 528
 Juan Francisco Martín
 C/ Vázquez López, 22 | 21001 Huelva

Jaén



RESTAURANTE JUANITO

Cocina tradicional.

juanito@juanitobaeza.com

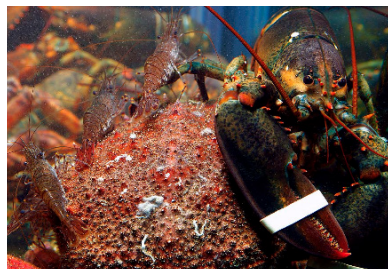
Tel. 953 740 040

Familia Salcedo

Paseo Arca del Agua, s/n

23440 Baeza [Jaén]

Las Palmas de G.C.



RESTAURANTE RIBERA DEL RÍO MIÑO

Cocina gallega.

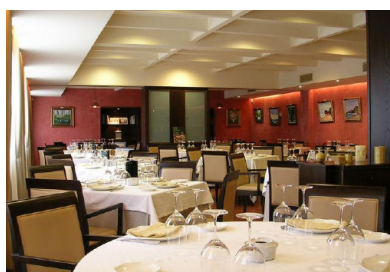
administracion@riberadelriomino.com

Tel. 928 264 431

Rafael Pulido García y Lydia

Olof Palme, 21 | 35010 Las Palmas [G.Canaria]

La Coruña



RESTAURANTE O'PARRULO

Cocina tradicional gallega.

info@oparrulo.com

Tel. 981 318 653 | 981 317 403

José Martínez Vidal

Av. de Catabois, 401

15405 Ferrol | La Coruña

Madrid



RESTAURANTE AMPARITO ROCA

Cocina moderna de inspiración regional.

cuentanos@amparitoroca.com

Tel. 913 48 33 04

Jesús Velasco Moreno

C/ Juan Bravo, 12 | 28006 Madrid



RESTAURANTE CASA LUCIO

Cocina castellana y de mercado.

info@casalucio.es

mari@casalucio.es

Tel. 913 653 252 | 913 658 217

Lúcio Blázquez y Familia

Cava Baja, 35 | 28005 Madrid



RESTAURANTE MESÓN CUEVAS DEL VINO

Cocina tradicional. Yajaira García Nieves.

cuevasdelvino@cuevasdelvino.com

Tel. 918 940 206

C. de Benito Hortelano, 13

28370 Chinchón, Madrid



RESTAURANTE PANAMERA

Cocina actual con fuerza de antaño.

contacto@restaurantepanamera.es

Tel. 689 271 194 | 616 953 494

Jesús López y Axel López

Fernández de la Hoz, 57

28003 Madrid



RESTAURANTE PORTONOVO

Cocina atlántica.

portonovo@grupoportonovo.es

Tel. 913 070 173

Calle Aguarón, 7

28023 Madrid



RESTAURANTE SPAIN PUNTO GASTRONÓMICO

Cocina española.

info@la-sacristia.es

Tel. 915 220 945

Valentín Galán

Pza. Pedro Cerolo, 1 | 28004 Madrid



RESTAURANTE LOS REMOS

Cocina de pescados y mariscos.

info@losremos.es

Tel. 913 077 230 | 913 073 336

Juan Miguel García Ferrer

Ctra. La Coruña, Km. 12,7

28023 Madrid



RESTAURANTE LA TRAINERA

Cocina marinera; pescados y mariscos.

Jamón ibérico.

info@latrainera.es

Tel. 915 760 575 | 915 768 035

Juan Miguel García Ferrer

Lagasca, 60 | 28001 Madrid



RESTAURANTE O'PAZO

Cocina de pescados y mariscos.

opazo@opazo.es

Tel. 915 532 333 | 915 343 748

Evaristo García Gómez

Reina Mercedes, 20

28020 Madrid



RESTAURANTE PALACIO DE CIBELES

Cocina creativa, de autor.
palaciodecibeles@adolfo-toledo.com
 Tel. 915 231 454
 Adolfo Muñoz
 Pza. de Cibeles, 1. Planta 6ª | 28014 Madrid



RESTAURANTE SANTIAGO

Cocina mediterránea.
reservas@restaurantesantiago.com
 Tel. 952 770 078
 Santiago Domínguez
 Av. Duque de Ahumada, 5
 29602 Marbella [Málaga]

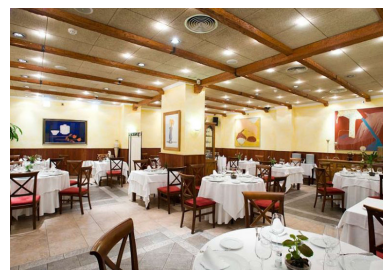
Málaga



MESÓN GALEGO ANTOXO

Cocina gallega: carnes, pescados
 y mariscos.
antoxo@antoxo.com
 Tel. 952 384 533 | 952 371 111
 Juan Mariño
 Hoyo, 5. 29620 Torremolinos [Málaga]

Murcia



RESTAURANTE EL CHURRA

Cocina típica murciana
 con toques modernos.
restauranteelchurra@elchurra.net
 Tel. 968 238 400
 Mariano Nicolás Hernández
 Obispo Sancho Dávila, 8 | 30007 Murcia



**RESTAURANTE
JOSÉ MARÍA LOS CHURRASCOS**
Cocina regional y de mercado.
reservas@loschurrascos.com
Tel. 968 136 028 | 968 136 144
José María Alcaraz Pérez y Josefa Ortas López
Av. Filipinas, 13 | 30366 El Algar, Cartagena



RESTAURANTE VENEZUELA
Cocina mediterránea.
info@restaurantevenezuela.com
Tel. 968 181 515 | 968 182 021
Fernanda, Sra. de Anastasio Giménez
C/ Campoamor, 1
30740 Lo Pagán [Murcia]

Palencia



RESTAURANTE SACROMONTE
Cocina española.
direccion@restaurantesacromonte.com
Tel. 968 535 328
Familia Martínez-Solano
Monte San Juan, 1 | 30394 Cartagena



RESTAURANTE SAN REMO
Cocina de abuela con toques de fusión de texturas y sabores.
rsanremo@gmail.com
Tel. 979 712 163
Alberto Villegas Villegas
Av. Brasilia, 2 | 34004 Palencia

San Sebastián



RESTAURANTE ARZAK

Cocina de autor, vasca de evolución, investigación y vanguardia.

restaurante@arzak.es

Tel. 943 278 465

Juan Mari Arzak Arratibel

Alto de Miracruz, 21 | 20015 San Sebastián

Segovia



RESTAURANTE DUQUE

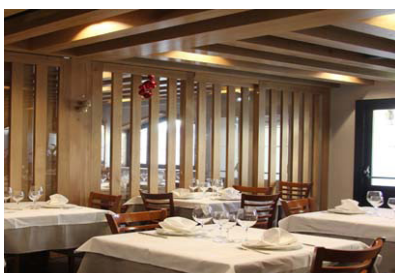
Cocina tradicional castellana.

info@restauranteduque.es

Tel. 921 462 487

Marisa Duque

Cervantes, 12 | 40001 Segovia



RESTAURANTE ARATZ

Cocina tradicional con toque de modernidad.

info@restaurantearatz.com

Tel. 943 219 204

Familia Zabaleta Kortazar

Igara Bidea 15

20018 San Sebastián



RESTAURANTE JOSÉ MARÍA

Cocina tradicional segoviana con toques de innovación.

reservas@restaurantejosemaria.com

Tel. 921 466 017 | 921 461 111

José María Ruiz Benito

Cronista Lecea, 11 | 40001 Segovia



RESTAURANTE MESÓN DE CÁNDIDO

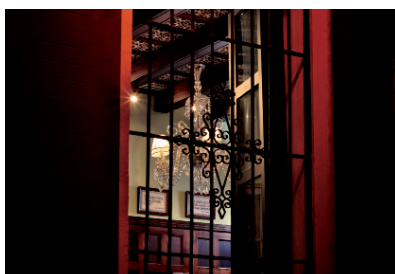
Cocina tradicional castellana.
candido@mesondecandido.es
Tel. 921 425 911
Familia Cándido
Plaza de Azoguejo, 5 | 40001 Segovia



RESTAURANTE EL ESPIGÓN

Cocina marinera.
elespigon@gmail.com
Tel. 954 626 851
D. Miguel Ángel Moro Lara
Calle Bogotá, 1
41013 Sevilla

Sevilla



RESTAURANTE CASA ROBLES

Cocina tradicional andaluza.
comercial@roblesrestaurantes.com
Tel. 954 213 150
Pedro Robles Cruzado
Álvarez Quintero, 58
41004 Sevilla



RESTAURANTE MANOLO MAYO

Cocina tradicional andaluza.
restaurante@manolomayo.com
Tel. 955 811 086
Hermanos Mayo Cabrera
Av. de Sevilla, 29
41720 Los Palacios y Vilafranca [Sevilla]

Toledo



RESTAURANTE ADOLFO

Cocina creativa, regional de autor.
restaura@adolfo-toledo.com
comunicacion@adolfo-toledo.com
 Tel. 925 227 321 | 639 938 140
 Calle Hombre de Palo, 7
 45001 Toledo



RESTAURANTE LA ORZA

Cocina basada en la tradición,
 el producto y estilo libre.
gerencia@restaurantelaorza.com
 Tel. 925 223 011
 Vicente y Lionel Barrejón
 Calle Descalzos, 5 | 45002 Toledo

Valencia



EL CAPRICHINO DE LOS TORRES

Cocina de vanguardia con toques
 tradicionales, brasa y carnes.
info@gastrobarelcapricho.es
 Tel. 925 160 734 | 617 485 263
 Carlos Torres. Av. de la Mancha, 24
 45860 Vilacañas [Toledo]



RESTAURANTE LA NORIA

Cocina mediterránea.
restaurantelanoria@restaurantelanoria.net
 Tel. 961 684 103
 Familia Pérez Gayete
 Maestro Serrano, s/n
 46119 Náquera [Valencia]

Zaragoza



RESTAURANTE SETAYGUES

Producto, receta y tradición.
sachanatur@gmail.com
Tel. 650 224 950
Familia Cándido
Av. Cerro, 15 | 46392 Siete Aguas



RESTAURANTE EL CACHIRULO

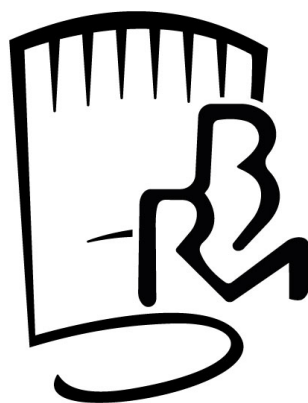
Tipo de cocina: aragonesa y de mercado.
esther@elcachirulo.es
congresos@elcachirulo.es
Tel. 976 460 146. Jesús Acín
Ctra. de Logroño, km. 1,5 | 50011 Zaragoza

Valladolid



PARRILLA VINOTINTO

Cocina de parrilla.
marketing@vinotintovalladolid.es
Tel. 983 342 291
Óscar Garrote
Campanas, 4. 47001 Valladolid



Buena Mesa España
ASOCIACIÓN DE RESTAURANTES

FAMILIA, TRADICIÓN Y BUEN HACER.

PRIMERA ASOCIACIÓN DE RESTAURANTES DE ESPAÑA FUNDADA EN 1974

RESERVA DE LA FAMILIA.
VITICULTURA ECOLÓGICA

BRUT NATURE
GRAN RESERVA

Juvé & Camps

RESERVA DE LA FAMILIA

2015

Botella nº 04061

CAVA