



Cubik Hub Barcelona

2022

2^a Edició

28 Novembre- 2 Diciembre

Gastropologia



Avanzando hacia la Sostenibilidad...

Barcelona Cubik HUB se configura como un espacio poliédrico donde se fijan planteamientos realistas, dando voz a los sectores involucrados con el segmento de la restauración, con el fin de generar soluciones concretas.

Un Lugar Donde...

- Unir al sector de la restauración
- Generar sinergias de colaboración
- Impulsar el avance hacia el futuro

Y marcar las nuevas líneas de la ***Sostenibilidad***

Para alcanzar dichos objetivos la edición de 2022 se ha compuesto por 3 encuentros profesionales y 4 mesas de trabajo online donde se han compartido experiencias y conocimiento desde perspectivas complementarias.

Las ideas principales quedan recogidas en este informe final. Cuya lectura se compartirá en un acto final presencial en el Ayuntamiento de Barcelona.

Avanzando hacia la Sostenibilidad...



Barcelona Cubik HUB Restauració Sostenible, organizado por Fundación Restaurantes Sostenibles y Barcelona Restaurantes Sostenibles, con el apoyo del ayuntamiento de Barcelona.



DIRECCIÓN DEL PROYECTO



Sergio Gil Flores

Presidente Fundación Restaurantes Sostenibles



Emma G. Cabanas

Project Manager Fundación Restaurantes Sostenibles

El producto ecológico al alcance de la empresa

Cómo optimizar el surtido de productos ecológicos en las despensas de los restaurantes bajo criterios sostenibles y saludables.



La hostelería vive momentos en los que ha de tomar la definitiva decisión de cuando caminar hacia una oferta gastronómica sostenible y saludable, en el marco de una economía circular y que tenga, como meta final, la descarbonización de sus actividades, entendida como reducción al mínimo de su impacto medio ambiental.

Uno de los primeros pasos hacia ese objetivo final es re-ordenar su política de suministro y compras de materias primas, que cumplan requisitos tales como proximidad, estacionalidad, eco-bio, comercio justo... en un mercado en el que existen aún deficiencias estructurales que no hacen sencillo superarlos.

Ponentes

Oferta de productos ecológicos

 Fundación Ferrer Sustainability	 Director Nomen	 Llotjas de Productos de Proximidad.	 Country Manager Werner&Mertz
--	---	---	---

Demanda de productos ecológicos

 Catering Arcasa	 Campos Estela	 Anna Ecológico 100%	
 Propietario Hotel Torre del Marqués	 Hoteles Abba	 Propietario Green Leka	 Chef y propietario Restaurante Nectari

El producto ecológico al alcance de la empresa



Principales conclusiones en restauración comercial:

- Sí se puede incrementar la presencia del ecológico en los establecimientos, siempre y cuando la comunicación fluya más entre los distintos eslabones de la cadena de suministro, en ocasiones cortocircuitada, de forma irracional, por elementos ajenos a ella, y donde unificar compras entre las empresas interesadas, acabaría con ciertos tópicos, si bien para ello las garantías de compromiso y continuidad ,serían imprescindibles.
- Aspectos como certificación de producto, garantía de suministro, proximidad/Km0, precios, alianzas proveedor/restaurador o comunicación al cliente, fueron la clave del contenido de los coloquios que se suscitaron tras las intervenciones de los expertos.

El producto ecológico al alcance de la empresa



Principales conclusiones en colectividades:

Desafíos a los que se enfrentan:

- El valor nutritivo de las frutas y hortalizas es cada vez más bajo, los suelos están muy dañados y su explotación es cada vez más insostenible.
- Existe un problema con la logística en producto ecológico, ya que las colectividades deben tener una previsión acotada de lo que van a necesitar con meses de antelación y muchas veces hay problemas de abastecimiento.
- Las peticiones de las empresas de restauración tienen que seguir unos protocolos de higiene, alérgenos, facturas y variedad nutricional muy exigente. Y tienen dificultades para encontrar productores de proximidad con este nivel de requisitos.
- Existen demandas por parte de los padres en cuanto a una gran variedad de frutas y verduras todo el año y el margen de beneficio está muy ajustado, por lo que muchas veces se tiene que optar por producto fuera de temporada de otros países que rompen con los precios establecidos aquí. Además de que el coste de los productos ecológicos es más elevado, ya que se saca menor rendimiento de la cosecha.
- Las administraciones tienen unos requisitos muchas veces demasiado altos, y no ayudan en las licitaciones a favorecer en producto ecológico. Ya que el precio de compra se estanca y los márgenes de beneficio no son suficientes.

La alta cocina como prescriptora social

Lunes 28 de Noviembre

La alta cocina juega un papel fundamental a la hora de establecer las nuevas líneas de acción hacia la sostenibilidad de la restauración comercial.

Como empresas referentes y ejemplos a seguir dentro del sector hostelero, se pretende debatir sobre cuál podría ser el rol de la alta cocina para los tiempos que se nos vienen y cómo desde este rol se podría facilitar la transición hacia las nuevas demandas sostenibles que se vienen generando en el público, las instituciones y el propio personal interno.



PRESCRIPTORA SOCIAL

Ponentes



Chef Restaurante Dos palillos



Chef Caells



Chef Estimar



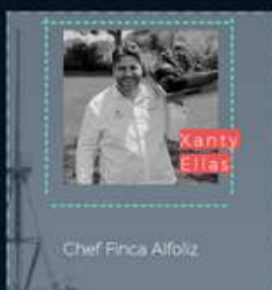
Chef restaurant Xavier Pellicer



Chef Hisop



Chef y propietario restaurante Nublo



Chef Finca Alfóiz



Chef y propietario restaurante La botica



Director y copropietario Catering Sensacions

DIRECCIÓN DEL PROYECTO



SERGIO GIL



EMMA G. CABANAS

MODERACIÓN



EVA BALLERÍN

La alta cocina como prescriptora social



PRESCRIPTORA SOCIAL

Principales conclusiones:

- Las instituciones y administraciones deben trabajar por y fomentar la sostenibilidad, así como apoyar, reconocer y premiar a aquellos que están comprometidos y trabajando por un futuro más responsable.
- Lo importante que es la colaboración y cocreación para tomar medidas que ofrezcan soluciones reales.
- Los proyectos tienen que aportar esa parte cultural, ese aporte de conocimiento que después se ve a nivel de pedagogía.
- La pedagogía, la educación y la consciencia como vía para alcanzar la sostenibilidad en la sociedad.
- Se debe recuperar y divulgar la cultura campesina, es la vía de crecimiento, el pages es básico para manter las raíces y la cultura.
- La sostenibilidad, el respeto al medioambiente a los recursos tiene que surgir de una manera natural, no impuesta.
- La alta cocina va dirigida a muy poca gente, pero es un escaparate mediático y puede presionar a quien tiene la capacidad de generar grandes cambios, a las administraciones.
- Existe una mayor sensibilización por parte del cliente hacia el trabajo de los restaurantes y hay una mayor concienciación del producto de proximidad.

Disponible la grabación del encuentro en la web de la Fundación Restaurantes Sostenibles

La alta cocina como prescriptora social



PRESCRIPTORA SOCIAL



Xavier Pellicer

"Si somos parte del tejido económico de la ciudad, también tenemos que tener nuestras zonas habilitadas."

"Está claro que la educación forma parte del proceso para que se puedan aplicar estos cambios.

Asociaría mucho más la sostenibilidad con la responsabilidad."



Rafa Zafra

"Cuando hablamos de sostenibilidad debemos poner una "barrita" (/) con educación."

"Creo que hay una conciencia muy bonita por parte de todos en mantener y cuidar el medioambiente y nuestros lujos naturales."



Romain Fornell

"Para que nuestros negocios sean sostenibles hay que trabajar, es imprescindible ser sostenibles económicamente"

"En nuestro sector, la participación de los restauradores dentro de las regulaciones/legislaciones que se van lanzando es absolutamente indispensable."



Albert Raurich

"Es imprescindible meter la alimentación en las escuelas"

"Deberíamos ir hacia una sociedad de consumo más lógica"

"Nuestros proyectos tienen que aportar esa parte cultural, ese aporte de conocimiento que después se ve a nivel de pedagogía, de conocimiento en lo social"



Oriol Ivern

"La alta cocina puede presionar a quien tiene la capacidad, a las administraciones (debemos diferenciar entre grados de responsabilidad"

"Los productos de proximidad yo creo que ya están interiorizados en las mentes de nuestros clientes y esto es una gran noticia"

La alta cocina como prescriptora social



PRESCRIPTORA SOCIAL



Xanty Elías

"La gran magia que tenemos la gastronomía es que somos un gran cuerpo de influencia."

"Desde la gastronomía debemos hacer presión y exigir a las instituciones y enseñar a los clientes para que tengan conocimiento y criterio a la hora de comprar"



Miguel Ángel de la Cruz

"El respeto al medioambiente, a los recursos tiene que surgir de una manera natural, hay que hacer formación para que se aprenda que está pasando"

"Hay que saber que es lo que tiene la alta cocina para ofrecer y que es lo que de verdad hay en los negocios de alta cocino que van a ser a partir de ahora prescriptores de un modelo de sostenibilidad"



Miguel Caño

"Desde el inicio de nuestro proyecto había unas concesiones que no nos íbamos a permitir (en términos de sostenibilidad, eco-diseño"

"Para nosotros la sostenibilidad es una reto, intentamos ser prudentes y honestos en lo que hacemos y qué comunicamos"



Oriol Tortosa

"Desarrollar un modelo de negocio de grandes volúmenes hace que ciertas cosas sean más difíciles de conseguir (por ejemplo: el abastecimiento de productos con pequeños productores"

"Necesitamos cuidar al personal y cuidarnos a nosotros para ofrecer lo mejor de nosotros mismos"

La Sala como Propuesta de Valor

Miércoles 30 de Noviembre

En tiempos donde se ha apostado por una digitalización masiva y una estructura de personal rotativo y temporal, es cada vez más difícil encontrar un servicio de sala efectivo, pero a la vez cercano y vinculante.



Una buena gestión de la sala y del cliente se presenta pues, como una constante y un valor de debemos proteger y preservar. ¿Qué ha pasado con el valor de los intangibles? ¿Cómo podemos seguir apostando por el cuidado y la conciliación con el cliente?

Ponentes

Marian Martínez
Directora y co-propietaria Cenador de Amós

Diego Sandoval
Jefe de sala y co-propietaria Coque

Eisa Gutiérrez
Onirica Club

Carlos Echapestro
Co-propietario y jefe de sala Venta Moncalvillo

Arantxa Sainz
Jefa de sala y co-propietaria Tatau

Abel Valverde
Maitre y responsable de Servicio en Pescaderías Coruñesas Restauración

Isael Ramírez
Jefe de sala restaurante Saddle

Jaime Derqui
Supervisor de operaciones Barcelona grupo La Ancha

Juan Mediavilla
Coach formador consultor Upps

Gonzalo Parras
Coordinador del Área de Conocimiento de Sala y Servicio del BCC

DIRECCIÓN DEL PROYECTO

SERGIO GIL

EMMA G. CABANAS

MODERACIÓN

EVA BALLERÍN

La Sala como Propuesta de Valor



Principales conclusiones:

- Hay una demonización del trabajo de sala, por las malas condiciones de gran parte de la restauración y la falta visibilidad de aquellos que trabajan bien.
- Necesidad de visibilizar y reconocer el trabajo imprescindible de la sala para generar una experiencia satisfactoria para el cliente.
- Cada restaurante debe formar a sus equipos de manera personalizada y directamente relacionada con la filosofía y prácticas del restaurante.
- La necesidad de que los equipos desarrollen capacidades emocionales, los camareros no son transportistas de platos.
- Se deben mejorar las condiciones de los equipos: económicamente, de conciliación y de reconocimiento, una inversión que deben asumir tanto empresarios como los clientes.
- La importancia de los intangibles, de generar sensaciones en los clientes.
- Los clientes cada vez dan más valor a la experiencia vivida
- El cliente ha cambiado, es más culto, exige más, quiere más información, cada vez la gente está más concienciada.

La Sala como Propuesta de Valor



Juan Diego Sandoval

"La sala no necesita una revolución, la sala necesita creatividad."

"La gente debe empezar a tener conciencia del trabajo que estamos haciendo en cada uno de nuestros restaurantes."



Elsa Gutiérrez

"Nosotros contratamos personas, buenas personas con curiosidad, con ganas de aprender y con ganas de crecer."

"Mi trabajo es super digno, lo que hay que dignificar son las condiciones, no solo en términos económicos, también de tiempo libre y reconocimiento del trabajo."



Carlos Echapresto

"Creo que hay una parte del cocinero que ha cohibido y ha quitado a la figura del camarero."

"Creo que los proyectos hay que acometerlos cuando el equipo esta totalmente entregado y entiende lo que es el proyecto en sí, la filosofía de la casa."



Marián Martínez

"La hospitalidad que ofrecemos al comensal es vital, hacerles sentir que le importas sin tener que decirlo."

"Creo que el cambio se debe producir en los propios cocineros, que algunos de ellos ya están valorando el trabajo de la sala, pero les pediría más, más compromiso y más iniciativas que pongan en valor a la sala."



Juan Mediavilla

"La sala esta en depresión, porque entiende que no es importantes."

"Nosotros desde la sala podemos dar tiempo, dinero y reconocimiento."

"Un líder es el que primero cuida a su equipo, que fideliza a su equipo. El equipo es el que fideliza al cliente."

La Sala como Propuesta de Valor



Abel Valverde

"Nos ha costado entender que si queremos un cliente feliz, debemos tener una plantilla feliz."

"Reivindico la parte formativa de los propios centros de trabajo, tenemos que ser muy conscientes de la huella que generamos en los trabajadores."



Israel Ramírez

"Los grandes cambios que se están produciendo o que se van a producir es en la parte sensorial, de hacer sentir a la gente."

"Lo que no se puede copiar es lo que te hace sentir la gente, es una cosa única y que pasa distinto en cada mesa, yo creo que somos el ultimo ingrediente de cada plato."



Arantxa Sáinz

"Tenemos pendiente visibilizar a las personas que están haciendo las cosas bien."

"La sostenibilidad de las personas pasa por unas condiciones de trabajo que implican cambios culturales que habrá que asumir."



Gonzalo Parra

"Nosotros vendemos intangibles."

"La creatividad se educa a través del planteamiento de retos."



Jaime Alfonso Derqui

"El cliente nos transmite que quiere producto de proximidad."

"Nosotros en fismuler tenemos un lema: simpleza y profesionalidad, para nosotros la sostenibilidad es una cuestión de respeto. "

Contra el desperdicio alimentario

Jueves 1 de diciembre

Un tercio de todos los alimentos a nivel mundial se tiran a la basura. Desde el sector horeca tenemos una oportunidad de actuar de una manera más coherente y ser ejemplos del cambio también para los hogares.



En esta mesa debatiremos sobre cuáles son los factores que más inciden en esta problemática y que medidas podemos tomar, en forma de nuevos caminos hacia la mejora, desde los diferentes actores que derivan del sector y de la cadena de aprovisionamiento.

Ponentes



Pau López
Director de Alimentación Sostenible Mercabarna



Pere Carrió
Chef y propietario Gat Blau



Juan Martini
Fat Veggies



Riccardo Radice
Chef Fishology



fismuler
Francisco Rubiño
Jefe cocina Fismuler



Dra. Helena Martín
Grup de Recerca i Gastronomia CETT



Miriam Puig
Responsable de proyectos de sostenibilidad Serunion



Miki Royan
Co-fundador Abono Kmzero

DIRECCIÓN
DEL PROYECTO



SERGIO
GIL

DIRECCIÓN
DEL PROYECTO Y MODERACIÓN



EMMA G.
CABANAS

Contra el desperdicio alimentario



Principales conclusiones:

- Los restaurantes como prescriptores pueden liderar o abanderar la lucha contra el despilfarro.
- El tema del despilfarro alimentario ya no es solo un deber moral, sino una deber legal, ya no podemos mirar hacia otro lado.
- Se debe contemplar el desperdicio desde una visión holística, contemplando toda la cadena.
- Los restaurantes pueden influir en la producción y en la distribución, en la elaboración y en la gestión de los desperdicios.
- Trabajar directamente con los productores permite reducir el desperdicio, así como el impacto medio ambiental en general.
- La importancia de repensar los alimentos y buscar maneras de revalorizar los subproductos.
- Parte de los desperdicios generados podrían evitarse si se hiciese un trabajo de sensibilización a la población y si no hubiese determinados tabús con respecto a determinados alimentos.
- La importancia de crear una economía de compartir, colaborativa, en la apoyarse del conocimiento y la experiencia de los demás.

Contra el desperdicio alimentario



Pau López

"Desde Mercabarna creamos un centro para luchar contra el desperdicio alimentario a nivel interno."

"Es positivo que no tengamos la mala medalla de liderar el despilfarro."



Pere Carrió

"Tenemos que contemplar los alimentos más allá de su coste económico (coste ambiental, valor real que tiene)."

"Las partes que tenemos que gestionar mejor las mermas son aquellas que tenga mayor impacto ambiental."



Juan Martini

"Somos agentes de economía y cultura, tenemos una voz, somos especialistas de alimentar y la gente nos escucha."

"Si uno está atento y es consciente y sensible a lo que está haciendo, a lo que tiene enfrente siempre vas a querer mejorar y hacer las cosas mejor."



Francisco Rubiño

"Si trabajamos con pequeños productores locales sin duda vamos a poder controlar mucho más estos desperdicios."

"Todos somos responsables, porque todos somos actores activos de la cadena. Igual que somos los culpables, somos los que debemos buscar soluciones."



Riccardo Radice

"Tanto el pescado como la carne tiene un impacto ambiental mayor y debemos acostumbrarnos a no hacer una distinción entre alimento noble y pobre."

"Queremos modificar las costumbres de la gente, y dar valor a todas las partes del pescado."

Contra el desperdicio alimentario



Dra. Helena Martín

"Nuestro principal objetivo es la educación y la concienciación sobre todo en el campo de la sostenibilidad."

"En el tema de la sostenibilidad está muy bien desarrollar estrategias, pero hay una parte muy importante que se debe hacer antes o en paralelo de concienciación."



Miriam Puig

"Cantidad no significa satisfacción, tener mucha oferta, tener mucha cantidad de comida parece que esté relacionado con la calidad, y no es así."

"Una de las mejores maneras para la toma de conciencia (sobre el desperdicio alimentario) está en la medición."



Miki Puig

"Hay que medir, Porque lo que no se mide se pierde."

"Fidelizar es mejorar tu equipo de trabajo."

La vigencia del término sostenibilidad

Viernes 2 de diciembre

La sostenibilidad es un término que ya está en boca de todos. Corremos el peligro de que un movimiento revolucionario de cambio pierda su fuerza debido a un uso excesivo e incoherente del concepto.



¿Cuáles son los peligros que corremos a la hora de hablar sobre sostenibilidad? ¿Cómo podemos proteger los valores y las acciones reales que surgen de este movimiento?

Ponentes



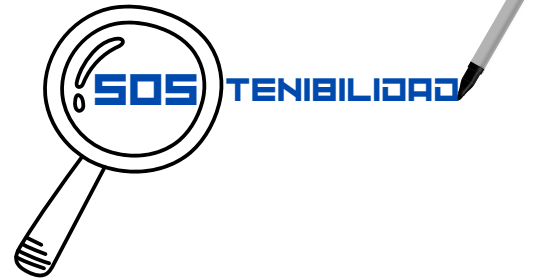
DIRECCIÓN DEL PROYECTO



MODERACIÓN



La vigencia del término sostenibilidad



Principales conclusiones:

- En todo aquello que estamos utilizando, estamos teniendo un consumo/ un impacto sobre el medio elevadísimo que va más allá de las emisiones de Co2, el problema es que estamos consumiendo mucho.
- Las empresas se han dado cuenta de la necesidad de cambiar y comunicar a los clientes que están comprometidos con el cambio.
- Incorporar la sostenibilidad en el ámbito de la restauración colectiva es especialmente complejo por las exigencias económicas de los pliegos, la falta de conexión directa con el cliente final, los usuarios finales no están necesariamente alineados con los objetivos ambientales de la empresa, etc.
- Las políticas publicas deben hacer un esfuerzo por las personas/empresas que trabajan por la sostenibilidad.
- La comunicación externa es muy importante: marcar objetivos concretos y utilizar métricas, identificar acciones concretas que lleva la empresa, dar identidad al producto..., las cosas que no conocemos no las valoramos.
- No podemos perder el foco, debemos reducir nuestro impacto, no solo compensarlo.
- La formación interna es clave, trabajamos en un sector con mucha rotación y necesitamos asegurar que todxs tenemos claro por qué hacemos lo que hacemos.

La vigencia del término sostenibilidad



Mar Isla

"¿Qué recursos le estamos poniendo a la sostenibilidad? ¿Qué le estamos dando a ese cambio de paradigma para que efectivamente puede llevarse a cabo?"

"El paradigma ecointegrador, el integrar el conocimiento de las diferentes disciplinas, es la única clave de desarrollo sostenible que nos va a permitir avanzar."



Jordi Vidal

"La sostenibilidad, igual que la insostenibilidad, es algo que tú eliges".

"Nosotros vamos a plantar ya 1.000 árboles, uno para cada persona que trabaja en Udon, nuestros clientes internos. Serán embajadores, y compensarán las emisiones que genera la empresa."



Candela Aldao

"Desde Mahou estamos volcados en ayudar al hostelero en hacer que su negocio sea un espacio más sostenible con una visión 360."

"Lejos de ser una moda, la sostenibilidad ha venido a quedarse por tres motivos: tema regulatorio puro, el cambio climático y el riesgo de pérdida de biodiversidad consecuente y la presión social de los consumidores hacia las empresas."



Miguel Ángel Mateos

"Nos hemos dado cuenta de que hay una ruptura del diálogo, con el producto ecológico"

"Hay un desconocimiento actual incluso de las etiquetas, hay chefs que utilizan productos ecológicos y ni lo saben."



Óscar Teruelo

"El término sostenibilidad no está perdiendo vigencia, está perdiendo autenticidad y rigor".

"Creemos mucho que, si trabajamos directamente con la payesía, también estamos creando un relevo generacional muy importante."

La vigencia del término sostenibilidad



Mar Isla

"Si nos ponemos las prioridades, el tema de intentar preservar aquellos recursos que tenemos y darles máximo valor y extender la vida útil de los productos, me parece importantísimo"

"No puede estar igual gravado un producto sin impacto ambiental, que un producto que lo tenga. Desde el ámbito económico luchamos por la idea de que el IVA no puede ser el mismo y que el IBI de los establecimientos que lo hacéis de una manera, tampoco puede ser el mismo."



Miriam Puig

"Creo que el problema no es tanto la repetición (de la palabra sostenibilidad) sino la falta de desglose y de definición."

"Enfocar el tema de la sostenibilidad en la restauración colectiva es un poco complicado, porque al final nosotros estamos en el medio del eslabón entre el productor y cliente final, y nuestro cliente final no elige que nosotros seamos su proveedor."



Pamela Pincheira

"Hay que educar al cliente, hay que hacerle participe, hay una cadena de valor sostenible donde todos tienen que estar involucrados desde el organizador o director hasta el consumidor, y contarle todo esto previo al consumo."

"Es complicado que la gente cambie la forma de hacer las cosas y muchos altos cargos de las empresas creen que es más caro."

CubikHub Barcelona

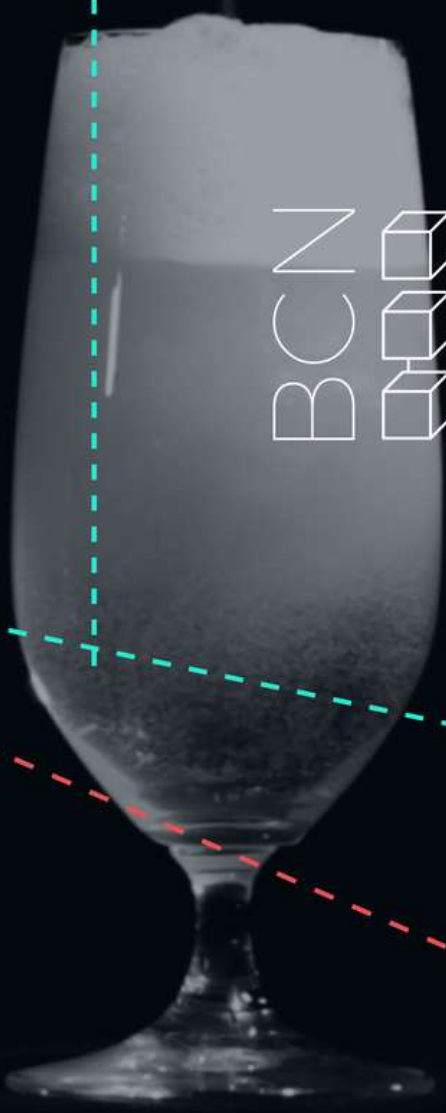
Restauració Sostenible 2022

La segunda edición online de CubikHub ha reunido a 40 profesionales del sector, con perfiles, experiencias y negocios muy distintos en torno a 4 temas que consideramos reveladores para entender la visión del sector a través de las personas que día a día se enfrentan a los retos que supone dedicarse a la restauración.

Aunque cada intervención ha denotado un punto de vista diferente, ha habido temas transversales tanto en un mismo encuentro, como entre las mesas. Por ello, a continuación se exponen las conclusiones más destacables de esta edición:

- La importancia de crear ecosistema: cada individuo tiene un conocimiento y unas capacidades determinadas, por mucha experiencia que uno tenga, rodearte y dejarte ayudar por otras personas y equipos es lo que enriquece las experiencias y la evolución del sector.
- El conocimiento y la formación como puntos claves para alcanzar una restauración más sostenible, con equipos estables y personas que valoran y revalorizan su trabajo.
- El reconocimiento de aquellos que trabajan bajo los parámetros de sostenibilidad y bienestar del personal llegará a través de una buena comunicación por parte de los propios restaurantes y una mayor visibilidad por parte de medios de comunicación y los profesionales del sector que tienen el altavoz y la visibilidad.
- Los restauradores necesitan del apoyo y la implicación de las administraciones para la adopción de medidas sostenibles y el cumplimiento de las exigencias que se les demanda sin ninguna ayuda detrás.
- Existe una mayor concienciación en torno a los 3 ejes de sostenibilidad (producto, procesos, personas) de los restauradores, sus equipos, y muy importante, por parte de los consumidores, no solo como valor añadido, sino como criterio indispensable.
- La presencia del producto ecológico en restauración es indispensable, para ello, es necesario un trabajo de concienciación por parte de los restaurantes y el desarrollo de alianzas y compromiso con productores.

Disponible la grabación del encuentro en la web de la Fundación Restaurantes Sostenibles



CUBIK

HUB RESTAURACIÓ
SOSTENIBLE

Gastropologia

