

H&T 2021 PREMIA EN FYCMA A UN TOTAL DE DIECISÉIS EMPRESAS Y PROFESIONALES DE LA GASTRONOMÍA, EL TEJIDO PROVEEDOR Y LA INNOVACIÓN

El Salón de Innovación en Hostelería, H&T, ha clausurado hoy su vigesimotercera edición con la entrega de los ‘H&T Awards’ y los ‘Mejores Vinos H&T’, que han premiado a empresas y profesionales vinculados al ámbito de la gastronomía; la innovación aplicada a la hostelería, la industria hotelera y el turismo; la sostenibilidad, y las estrategias para la internacionalización y la recuperación

Esta última jornada ha incluido también la celebración del VII Concurso Provincial de Cocina Joven organizado por la marca promocional de la Diputación Provincial de Málaga, Sabor a Málaga

H&T ha marcado un hito en la reactivación de los salones profesionales al incluir la obligatoriedad de realizarse un test de antígenos para todas las personas que han accedido al encuentro. Esta iniciativa se ha enmarcado en el programa municipal ‘Málaga Segura’ de detección temprana de la Covid-19 promovido por el Área de Turismo y Promoción de la Ciudad del Ayuntamiento de Málaga

Málaga, 28 de abril de 2021.- El Salón de Innovación en Hostelería, H&T, ha cerrado hoy su vigesimotercera edición en FYCMA (Palacio de Ferias y Congresos de Málaga) con la entrega de los ‘H&T Awards’, que han reconocido este año a empresas y profesionales de los sectores hostelero, hotelero y turístico por su trabajo en torno a ámbitos como la sostenibilidad, la internacionalización o la innovación en la industria. Además, en un año en el que H&T ha puesto el foco en contenidos que ayuden a la reactivación de los negocios, el salón ha premiado a la mejor solución Covid, que ha recaído en las empresas RZERO Infection Prevention and Control y Turbosuite (Tourdata Tech), y la mejor estrategia de recuperación, que ha reconocido la labor de Mahou – San Miguel.

Se trata de la segunda edición de los ‘H&T Awards’, que en esta convocatoria ha recibido 39 candidaturas con propuestas en torno al talento innovador, y que cuentan además con un jurado compuesto por representantes de las principales administraciones y entidades dinamizadoras de la industria.

El acto, ha contado con la participación del alcalde de Málaga, Francisco de la Torre; el viceconsejero de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local de la Junta de Andalucía, Manuel Alejandro Cardenete; la vicepresidenta segunda de la Diputación Provincial de Málaga, Margarita del Cid, y el presidente del Comité Organizador de H&T, Manuel Villafaina.

De esta forma, la categoría ‘H&T Innova’ ha premiado a Activacar Mobility en la categoría mejor solución sostenible y a Alacarte Ventures como mejor solución innovadora para la hostelería. Los galardones han reconocido además la internacionalización del expositor H&T 2021, un premio patrocinado por la marca promocional Gusto del Sur -Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible de la Junta de Andalucía- que ha recaído en la empresa Sigfrido Fruit. Por su parte, Iñaki Teijón, de Asador Iñaki, ha recogido el premio a la trayectoria turística, innovadora y rompedora en Andalucía, mientras que el premio a las herramientas de promoción innovadoras ha recaído en la empresa Mecenas 2.0 + 3 intech. Por último, el salón ha reconocido el trabajo de Diego Gallegos por su innovación gastronómica y el de la empresa Cafento/Montecelio, que ha sido mención especial del jurado a la empresa expositora H&T 2021 por su compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Mejores Vinos H&T y concurso ‘Sabor a Málaga’

De igual forma, durante el acto se ha hecho entrega de los premios a los ‘Mejores Vinos de H&T’, unos galardones que se enmarcan dentro de las actividades de la Sala de Catas y que están destinados a reconocer la excelencia de los caldos presentes durante esta edición.

En este sentido, la selección de los premiados se ha realizado mediante una cata a ciegas a cargo de un jurado de expertos compuesto por Andrea Alonso, compradora de vinos en Makro España; Julio César García, head sommelier y director de compras en D-Wine Marbella; Juanma Galán, metre – sumiller en Estimar Madrid; Javier Núñez, gerente-sumiller en Distinto Vinos, y Juanmi Rubio, Ceo en Seiton Business Consulting.

Así, el ganador en la categoría vinos blancos jóvenes ha sido ‘Mi primera vez’ de bodegas Cornelio, mientras que el galardón de vinos tinto roble ha sido para ‘Vizconde de la Villa’, de bodegas Covitoro. Por su parte, Bodegas Lara ha recogido este año hasta tres premios en las categorías de vino rosado, para ‘La Depa Rosé’, tintos jóvenes, para ‘La Depa’ y tintos con crianza que ha recaído en su marca ‘El Arquitecto’. Por último, en el apartado vinos dulces ha sido reconocido ‘Rujak Andalusi’ de Bodegas Dimobe.

Durante esta última jornada de H&T, ha tenido lugar además el VII Concurso Provincial de Cocina Joven, ‘Sabor a Málaga’, que organiza la Diputación Provincial a través de su marca promocional de productos agroalimentarios. El certamen, que reconoce el trabajo y esfuerzo de los alumnos y alumnas de las escuelas de hostelería de la provincia, en su séptima edición ha contado con la participación de una decena de estudiantes de cinco escuelas diferentes. Así, un jurado de expertos ha fallado el premio, que ha recaído en Claudia González y Coumba Ndiaye de la Escuela de Hostelería de La Cónsula. Asimismo, han participado el IES Rosaleda, la Escuela Castillo del Marqués, la Escuela Hostelería Estepona y El Golimbreo (Ronda).

Una edición imprescindible

H&T, Salón de Innovación en Hostelería, concluye así una de sus ediciones más significativas en las que ha apostado por un formato presencial, con la puesta en marcha de un ambicioso protocolo de seguridad que ha permitido a los asistentes participar en el evento con las máximas garantías sanitarias. El evento, que se ha diseñado como una herramienta impulsora de reactivación para los sectores hostelero, hotelero y turístico, ha alcanzado este año una afluencia de 6.000 profesionales, que han accedido a FYCMA durante los tres días de celebración y jornada de mañana y tarde.

Así, se han convertido en el punto de encuentro imprescindible para los profesionales y empresas de la industria que han destacado tanto su presencialidad como la calidad y actualidad de los contenidos, centrados en esta edición en las herramientas para la reactivación y en la innovación. Asimismo, los participantes han subrayado la capacidad del salón para volver a retomar el contacto con clientes, colaboradores o socios potenciando medio millar de reuniones de trabajo, siendo, como han manifestado, el punto de partida para la recuperación de un sector clave en la economía nacional.

Todo ello gracias al despliegue de medidas higiénico-sanitarias que ha realizado FYCMA, organizador del evento, para garantizar un entorno seguro. Entre estas, por primera vez, se ha establecido la realización de test de antígenos. La organización ha puesto a disposición de todos los participantes un servicio gratuito mediante el que expositores, ponentes, prensa, autoridades, asistentes al salón y personal de la organización han podido acceder a la prueba en las propias instalaciones del Palacio y en el marco del programa municipal ‘Málaga Segura’ de detección temprana de la Covid-19 promovido por el Área de Turismo y Promoción de la Ciudad del Ayuntamiento de Málaga.

Además, destaca la adecuación de los espacios a través de delimitaciones y señalización para asegurar una distancia interpersonal, establecimiento de flujos de entrada y salida e itinerarios para una movilidad segura por el edificio, aforos limitados, diferenciación entre asientos habilitados e inhabilitados, intensificación de la limpieza y desinfección a través de la intervención permanente de personal cualificado durante el evento, puntos de dispensación de gel desinfectante distribuidos en diferentes zonas, apuesta por la digitalización para evitar elementos de necesaria manipulación y toma de temperatura a los asistentes a su llegada al recinto, entre otras.

El salón ha estado organizado por FYCMA (Palacio de Ferias y Congresos de Málaga). La Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía. Consejería de Turismo de la Junta de Andalucía ha sido Premium Partner. Ha tenido como promotores institucionales al Área de Turismo y Promoción de la Ciudad del Ayuntamiento de Málaga, Turismo y Planificación Costa del Sol, la Diputación de Málaga y la Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible de la Junta de Andalucía a través de las marcas promocionales 'Sabor a Málaga' y 'Gusto del Sur', respectivamente. Como promotores sectoriales han participado la Asociación de Empresarios de Playas de la Provincia de Málaga - Costa del Sol (Aeplayas), la Asociación de Hosteleros de Málaga (Mahos) y la Asociación de Empresarios Hoteleros de la Costa del Sol (Aehcos). En el ámbito corporativo ha tenido como partners a Makro, San Miguel, Solan de Cabras y Unicaja Banco. Han colaborado también el Centro de Innovación Turística de Andalucía Lab, área de la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía. Consejería de Turismo de la Junta de Andalucía; la Cámara de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Málaga; la Asociación Española de Directores de Hotel (AEDH); Gastrocampus de Innovación impulsado por la Universidad de Málaga a través de la Facultad de Turismo; el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH); Málaga TechPark; el Círculo Internacional de Directivos de Hotel (CIDH); Frozen España, Landaluz También son colaboradores la Academia Gastronómica de Málaga, la Academia Andaluza de Gastronomía y Turismo, la Asociación de Empresarios de Camping de la Costa del Sol (Aecamping), Gastroarte, La Cocina y Winterhalter.

Toda la información está disponible en www.salonhyt.com, en la página de [Facebook](#) y en el perfil de Twitter [@salonhyt](#).

Información Mahou San Miguel y su compromiso con la hostelería

Mahou San Miguel, compañía 100% española, líder del sector cervecero en nuestro país, mantiene un firme compromiso con la Hostelería, que es histórico y con vocación de largo plazo. En el marco de ese compromiso, con el inicio del confinamiento que llevó al cierre de los establecimientos hosteleros, consideró que ahora más que nunca, debía estar a su lado.

Por ese motivo, la Compañía puso en marcha un Plan Global de Apoyo a la Hostelería, reconduciendo importantes inversiones y acciones previstas para otros proyectos, con el objetivo de contribuir a su reactivación y al impulso del sector. Entre las iniciativas puestas en marcha, destaca la aportación extraordinaria de cerveza y agua a sus clientes que supuso para ellos una facturación estimada de 75 millones de euros. Adicionalmente, llevó a cabo otras medidas, como el acondicionamiento de terrazas con la llegada del invierno, facilitando que pudieran continuar con su actividad durante los meses de frío o el apoyo financiero a sus clientes y distribuidores. En total, en 2020 Mahou San Miguel destinó más de 200 millones de euros al sector, la cifra más alta de su historia.

En 2021, la Compañía continua con su contribución al sector a través de un nuevo Plan de Transformación de la Hostelería con diversas iniciativas para contribuir a la evolución de este sector en el medio y largo plazo, con foco en la digitalización y la sostenibilidad, al que destinará 40 millones de euros. Contribuir a que los establecimientos sean entornos seguros, en los que los consumidores puedan relacionarse y disfrutar, es prioritario para Mahou San Miguel que, de esta forma, ayuda también a preservar nuestro estilo de vida tan ligado a la socialización.