

## **LOS CONTENIDOS GASTRONÓMICOS DE H&T CONFIRMAN LA ALTA DEMANDA DE PRODUCTOS DE PROXIMIDAD Y TEMPORADA**

**Entre la amplia oferta expuesta en H&T, Salón de Innovación en Hostelería, la gastronomía adquiere un papel protagonista a través de empresas productoras, distribuidoras y comercializadoras del ámbito de la alimentación. De hecho, son más de 90 las compañías del ámbito agroalimentario las que están participando en esta edición, entre las que el producto autóctono y local está representado a través de las marcas promocionales de las diputaciones provinciales de Málaga, Badajoz, Granada, Sevilla, Segovia y Burgos**

**Por su parte, el programa de contenidos también contempla actividades y jornadas para promocionar la excelencia gastronómica y su innovación, como es el caso de la I Jornada Científica de Gastronomía, Conocimiento y Turismo, organizada por Gastrocampus Innovación de la Facultad de Turismo de la Universidad de Málaga que ha tenido lugar hoy**

*Málaga, 8 de febrero de 2022.-* La proximidad y la temporalidad son aspectos cada vez más valorados y prioritarios para el sector hostelero en la adquisición y consumo de productos gastronómicos para los negocios. Así lo han dejado ver durante la celebración de H&T, Salón de Innovación en Hostelería, donde la gastronomía y la alimentación ocupan un papel protagonista como parte fundamental para el canal Horeca y también del turismo. El salón, que cada año apuesta por este ámbito, por sus tendencias, el valor patrimonial de la cocina y su riqueza para los entornos y el desarrollo local, cuenta con un amplio abanico de empresas productoras, distribuidoras y comercializadoras con productos de alta calidad y donde lo autóctono gana peso.

En este sentido, firmas participantes en el salón como Trops han apuntado que “cada vez nos interesamos más por el origen de los productos”. Y no solo por la cercanía, los denominados kilómetro 0, sino también por la temporalidad. “Se gana en sabor y genera una economía local”, han detallado desde la compañía, dado que ahora existe un consumidor más consciente y responsable. También desde Dos Vegas Gourmet, su gerente, Carmen Vega, ha expresado que trabajan el producto local “como el chivo malagueño o el salchichón de Málaga porque la demanda ha crecido”. Como distribuidores de carne y pescado, han podido observar que cada vez más se busca “consumir productos de aquí”, es decir, de proximidad y singularidad. Además de la alimentación, esta tendencia se observa también en otros artículos como el vino o el aceite. Rafael Ramírez, propietario de Distribuciones 340, ha recalcado la demanda de “bodegas pequeñas, que no están reconocidas” ya que la hostelería busca “la novedad para sorprender a los clientes”.

Además, H&T cuenta con la participación de más de 90 compañías y productores del ámbito agroalimentario, donde gana protagonismo el producto autóctono local y regional con la presencia de las marcas promocionales de las diputaciones de Málaga, Badajoz, Granada, Sevilla, Segovia y Burgos -Sabor a Málaga, Sabores de Badajoz, Sabor Granada, Sabores de la Provincia de Sevilla, Alimentos de Segovia y Burgos Alimenta, respectivamente-.

Por otra parte, H&T ha incorporado a su programa de contenidos actividades en línea con este peso que la gastronomía ha ganado en el canal Horeca, para el conocimiento de nuevas tendencias y en la búsqueda de inspiración para el sector. Así, además de todos los chefs que están pasando por su espacio ‘The Kitchen’, como es el caso de Yayo Daporta, José Luis Estevan, Xanty Elías, María José Martínez, Jordi Limón, Gabriel Layera, Mauro Barreiro o Daniel Carnero que han participado hoy, el ‘Foro de Innovación’ también ha albergado en el segundo día la ‘I Jornada Científica de Gastronomía, Conocimiento y Turismo’ organizada por Gastrocampus Innovación y la Facultad de Turismo de la Universidad de Málaga.

Precisamente, han participado expertos como José Miguel Mulet Salort, catedrático de Biotecnología de la Escuela Técnica Superior de Ingeniería Agronómica y del Medio Natural de la Universidad Politécnica de Valencia, hablando sobre alimentación y salud en hostelería y el turismo. También ha destacado la presencia de Yvonne Colomer, doctora europea en Sistemas

de Organización Industrial por el Institut National Polytechnique de Lorraine, Nancy (Francia), profesora asociada de la Universidad Politécnica de Cataluña y directora ejecutiva de la Fundación Triptolemos, quien ha argumentado que dicha fundación tiene el reto de contribuir con sus acciones “a optimizar un sistema alimentario global, sostenible y equilibrado”.

### **Los hoteles, protagonistas mañana en la última jornada**

Mañana miércoles tendrá lugar la última jornada de H&T, donde la industria hotelera y también turística destacará entre los contenidos previstos. Será a través de dos paneles temáticos impulsados por el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) para abordar las nuevas aplicaciones en el ámbito de la tecnología hotelera y el estado de situación del turismo a través de las experiencias de algunos CEO del sector. Es el caso de Iker Llano de Hoteles Intur, José Luque de Fuerte Hoteles -además de ser presidente de la Asociación de Empresarios Hoteleros Costa del Sol (Aehcos)-, José Carlos Escribano de ML Hoteles, Juan Carlos Sanjuan de Casual Hoteles y Carlos Martínez de Paradores de Turismo de España.

El foro también albergará mañana una mesa sobre los clústeres turísticos como nueva estrategia internacional de desarrollo y un panel de la Mesa del Turismo, principal alianza de empresarios y profesionales del sector de España, con la participación de su presidente, Juan Molas.

Por otra parte, tendrá lugar una nueva convocatoria de la competición de jóvenes chefs de Sabor a Málaga con seis colegios de la provincia de Málaga. Además, el chef de El Lago Restaurante, Fernando Villasclaras -una estrella Michelin-, estará hablando de productos de kilómetro 0 como base creativa y de inspiración.

H&T permanecerá abierto en las instalaciones de FYCMA mañana miércoles 9 de 10.00 a 16.30 horas.

El salón está organizado por FYCMA (Palacio de Ferias y Congresos de Málaga) con el patrocinio principal de la Consejería de Turismo de la Junta de Andalucía. Tiene como promotores institucionales al Área de Turismo y Promoción de la Ciudad del Ayuntamiento de Málaga, Turismo y Planificación Costa del Sol y la Diputación de Málaga a través de la marca promocional ‘Sabor a Málaga’. Como promotores sectoriales participan la Asociación de Empresarios de Playas de la Provincia de Málaga - Costa del Sol (Aeplayas), la Asociación de Empresarios Hoteleros de la Costa del Sol (Aehcos) y la Asociación de Hosteleros de Málaga (Mahos). En el ámbito corporativo tiene como patrocinadores oficiales a Cervezas San Miguel, Solán de Cabras y Unicaja Banco. Makro es proveedor oficial.

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