



'Ciao!' es el concepto más cercano a la restauración colectiva como tal; tiene capacidad para atender a 4.000 comensales y sirve una media de 6.400 platos/día.

## Autogrill sirve 9.000 platos diarios a empleados y clientes de Distrito Telefónica

10-07-2013

**En 2006 abrió sus puertas el Distrito Telefónica, la sede que alberga a más de 14.000 empleados del grupo, en Madrid. En ese mismo año vieron la luz varios conceptos de restauración gestionados por Autogrill Iberia para responder a las diferentes necesidades de los empleados de Telefónica y clientes externos.**

Hoy en día, la oferta de **Autogrill Iberia** en Distrito Telefónica se ha sabido adaptar a las tendencias y a los nuevos gustos de los clientes reuniendo múltiples experiencias diferenciadoras en los diversos locales: 'Farggi', 'Starbucks', 'Rincones', 'Rodilla', 'Gambrinus', 'Ciao!', 'Caffe Espresso' y 'Sushita'. En conjunto, los nueve conceptos de Autogrill Iberia ofrecen, cada día, más de 9.000 platos en un espacio de 7.800 metros cuadrados y dan empleo a una plantilla de 84 trabajadores.

En 2013, Autogrill Iberia ha renovado profundamente su oferta gastronómica de Distrito Telefónica con la inauguración de cuatro nuevos puntos de venta ('Gambrinus', 'Rodilla', 'Starbucks' y 'Sushita'). El objetivo: adaptar los establecimientos a las nuevas tendencias de los consumidores y convertir la visita de los clientes en una experiencia única.

### 'Ciao!', la joya de la corona

'Ciao!' es la joya de la corona de Autogrill Iberia en Distrito Telefónica. Por sus dimensiones y capacidad es el concepto más cercano a la restauración colectiva como tal. Tiene capacidad para atender a 4.000 comensales y sirve una media de 6.400 platos al día.

'Ciao!' se podría definir como un *self-service* a la carta porque combina la libertad del *buffet* libre con una amplia oferta de platos. Además, el cliente puede indicar al chef el punto al que desea su plato y elegir los ingredientes que más le gustan.

'Ciao!' se diferencia de otros establecimientos en tres puntos básicos: la disposición no lineal de los platos, no sigue el orden entrantes, primeros, segundos y postres, sino que el cliente es libre de moverse por donde quiere; la exposición viva de los productos ya que el cliente escoge los ingredientes y cantidades que desea consumir; y la elaboración en directo de los platos, en la

que el chef trabaja frente al cliente.

El personal de Autogrill está permanentemente velando por la limpieza y correcta disposición de los productos expuestos. Cada uno de ellos conoce los platos que está preparando para resolver las posibles preguntas de los clientes y, en caso de duda, hay un responsable de sala que puede responder cualquier cuestión que surja sobre la composición de los platos, sus ingredientes, alergias, etc.

El restaurante 'Ciao!' está equipado con cerca de 2.000 sillas, dos zonas de cajas con 16 salidas y unos 40 bancos o islas donde se exponen y cocinan los productos en 900 metros cuadrados de superficie.

### **Cocina central y seguridad alimentaria**

Uno de los momentos clave en la historia de Autogrill en el Distrito Telefónica fue cuando obtuvo, en 2008, la certificación de las normas ISO 14001 y 22000.

Por una parte, la norma 14001 define la implantación de un Sistema de Gestión Ambiental (SGA) efectivo en la empresa. Por otra, la norma ISO 22000 es una norma internacional que define los requisitos relativos a la Gestión de la Seguridad Alimentaria para las compañías que desean alcanzar unos niveles de seguridad por encima de las exigencias legislativas y que pocas compañías de restauración españolas poseen por el momento.

En Distrito Telefónica hay unas instalaciones centrales de cocina con los espacios habituales. En el almacén de logística, la puerta de entrada de todos los productos que se consumen en los locales de Autogrill, cualquier movimiento que se produce se registra para asegurar la trazabilidad y seguridad de todos los alimentos. Se comprueba la temperatura a la que llegan los distintos productos, así como las condiciones del transporte. Es en esta zona donde desaparecen todos los embalajes de cartón y madera y el producto se traslada al almacén o a las correspondientes cámaras frigoríficas.

Tanto en Logística como en Cocina se trabaja al máximo para afinar las cantidades de cada producto que se encarga a los proveedores para que haya el menor excedente posible y el producto mínimo en las cámaras y almacenes.

Tras la sala de preparación de verduras y platos fríos, está la zona de cocina caliente. En ella hay marmitas de 300L de capacidad, ollas a presión de 150-200L y hornos mixtos de aire caliente y vapor. Tras su preparación, los platos calientes quedan a la espera de ser transportados al restaurante en carros calientes que mantienen las cualidades y características de los alimentos (temperatura, jugosidad, tamaño...).

Finalmente, los clientes que utilizan el restaurante 'Ciao!', pueden depositar sus bandejas en las cintas que recorren gran parte de la sala y que confluyen en el tren de lavado. Un sistema altamente automatizado que recoge las bandejas y su contenido para limpiarlo o destruirlo como en el caso de los restos orgánicos.

Solo hacen falta unos cuantos operarios para separar el vidrio, los platos, los residuos orgánicos, el papel y los envases. El resto (cubiertos y bandejas incluidos) es seleccionado por la propia máquina y transportado para su lavado y secado. Con este sistema se garantiza el suministro constante de utensilios incluso en los momentos de máxima afluencia de público.

### **Servicio de nutrición personalizado para los trabajadores**

Los más de 14.000 trabajadores del Distrito Telefónica pueden acceder a un servicio de nutrición personalizado, gracias al acuerdo de Autogrill Iberia con la empresa Vitalista. Con este proyecto, Autogrill demuestra, una vez más, su compromiso con la salud y el bienestar de sus clientes y sus propios trabajadores.

Vitalista ha instalado un 'corner' para atender las necesidades de los clientes, ofreciéndoles la supervisión y el apoyo semanal de un nutricionista, a través de un plan de alimentación personalizado. Para poder disfrutar de este servicio, los trabajadores deben registrarse previamente a través de la web, para que el servicio médico pueda citarles y hacerles un reconocimiento completo en el propio centro de trabajo.

Finalizada la correspondiente valoración nutricional, se les proporcionará un programa de dieta acorde con sus necesidades: estándar, bajo en calorías, vegetariano o sin gluten, plasmado a través de un menú diario que podrán recoger en el 'corner' o degustar en su propio centro de trabajo (a través del servicio *delivery* de Vitalista).

### **Los siete conceptos que completan la oferta de Distrito Telefónica**

Como se ha comentado al principio del artículo, además de 'Ciao!', siete conceptos de restauración más puramente comercial y pensados para satisfacer las necesidades de los distintos perfiles y las diferentes necesidades, completan la oferta a la que tienen acceso todos los trabajadores y clientes de Distrito Telefónica. Estos conceptos son los siguientes:

#### **– 'Rincones', almuerzos de negocios**

Con una carta variada y rica en contrastes, 'Rincones' ofrece una cuidada selección de entrantes, ensaladas, pescados y carnes, a la que acompaña una amplia carta de vinos nacionales, cavas y licores. De este modo, este local de Autogrill Iberia se convierte en el lugar idóneo para celebrar almuerzos de negocios o para disfrutar de cocina elaborada y de alta gama sin necesidad de desplazarse.

Con una superficie de 340 metros cuadrados, este restaurante ubicado en la planta 0 del Edificio de Servicios y da cabida a 130 comensales diarios, con un precio medio por cubierto que ronda los 40 euros.

– **‘Sushita’, aromas y sabores de un mercado tradicional japonés**

Sushita sustituye a *Blue – the food spa*, el anterior concepto gestionado por Autogrill Iberia, que llevaba operando con excelentes resultados desde el año 2006. El grupo ha transformado el antiguo punto de venta en un espacio de 215 metros cuadrados con barras de sushi fresco y catering oriental, que recrea todos los aromas y sabores de un mercado tradicional japonés. Además, dispone de una amplia carta de ensaladas orientales; recetas de cocina al *wok*, postres tradicionales japoneses y una barra de té verde, gratuita, para todos los clientes.

– **‘Gambrinus’, sabor español**

‘Gambrinus’ sustituye a ‘La Barrila’. El grupo ha transformado el antiguo punto de venta en una franquicia de ‘Gambrinus’, que recrea las fábricas de Cruzcampo de principios del siglo XX, en un espacio diáfano de 450 metros cuadrados. ‘Gambrinus’ ofrece una amplia variedad de tapas y raciones, maridadas con la popular cerveza Cruzcampo. Uno de los reclamos más apetecibles del establecimiento serán las ‘cazuelitas’, pequeños guisos caseros para acompañar la cerveza, por tan sólo 1,50 euros.

– **‘Rodilla’, emblemáticos sándwiches madrileños**

Los clientes pueden disfrutar de los emblemáticos sándwiches de la marca madrileña fundada en 1939 en un espacio diáfano y amplio acorde con la nueva imagen que está implementando la compañía. En ‘Rodilla’ se puede disfrutar de una amplia gama de productos artesanales de excelente calidad y con una extensa variedad de sándwiches y ensaladas. Productos exclusivos y adaptables a cualquier momento del día.

– **‘Starbucks’, la pasión por el buen café**

Starbucks está ubicado en la planta baja, en un espacio de 200 metros cuadrados, diseñado específicamente para disfrutar de la pasión por el buen café. La apertura de este punto de venta se ha realizado bajo criterios eco-responsables como parte del programa de *Starbucks shared planet*, lanzado en 2004, a través del cual la marca se compromete a realizar todas sus acciones de forma responsable y sostenible. Esto incluye todas las actividades correspondientes al origen ético del café, la reducción de la huella medioambiental y la involucración de las comunidades locales.

– **‘Farggi’, los mejores helados italianos**

Farggi, cadena de heladerías de referencia en nuestro país, con más de 60 establecimientos y medio siglo de historia también está presente en Distrito Telefónica. El concepto Farggi nace de la idea de producir un helado de máxima calidad para ser degustado en un entorno exclusivo y agradable. La empresa, pionera en el sector de los helados y la pastelería de lujo en nuestro país, aúna las mejores materias primas –eligiendo sus proveedores de entre los mejores de todo el mundo-, con avanzadas técnicas de fabricación para obtener un excelente producto.

– **‘Café Espresso’, rapidez, sencillez y calidad**

Los nuevos ‘Café Espresso’ están pensados para aquellos trabajadores o clientes que no disponen de mucho tiempo y desean tomar su consumición en la propia barra del establecimiento o en mesa pero de una forma dinámica. Son espacios muy abiertos, con mobiliario de formas limpias y sencillas que favorece el tránsito de los clientes. El equipo de diseño y marketing de Autogrill Iberia ha prestado especial atención a la exposición del producto para que el cliente pueda conocer con un rápido vistazo toda la rica oferta del local y agilizar así su decisión.