



Foto: Meliá Hotels International

Buffets y productos de desayuno

Variedad, sabor y nutrición

El servicio buffet es una de las modalidades que más desarrollo ha tenido a lo largo de los últimos años en cuanto a diseño, estructura, disposición..., debido, principalmente, por el continuo interés de mantener las expectativas de los clientes cubiertas e incluso deslumbrarlos al visitar el salón. Actualmente, la mayoría de hoteles cuentan con un servicio buffet de desayuno en el que el comensal puede elegir sus preferencias. Se trata de un apartado fundamental, ya que el desayuno de los establecimientos hoteleros debe responder a las diversas necesidades de todo tipo de clientes, satisfaciendo a la gente que quiere cuidarse, al que quiere disfrutar, a celíacos, a intolerantes a la lactosa y a los más golosos.

Habitualmente, en nuestra rutina diaria, debido a la vida ajetreada que llevamos, la mayoría de nosotros desayunamos, prácticamente a diario, un café con leche rapidito, a pesar de que el desayuno está considerado

como la comida más importante, la que nos da fuerzas para afrontar el día, por lo que debemos realizarla en condiciones. Algo que ocurre en el momento en que nos alojamos en un establecimiento hotelero, donde tenemos a nuestro alcance toda

clase de alimentos y productos. De esta manera, el poder comenzar el día con un buen desayuno es un gustazo que habitualmente solo podemos permitirnos en vacaciones.

Por ello, el cliente desea contar en el desayuno de un hotel con una oferta amplia y saludable que se adecúe a sus necesidades y gustos, y que se adapte a todos, incluso para aquellos que cuentan con intolerancias a algún alimento o dietas especiales. En este aspecto, para los establecimientos hoteleros, contar con un buffet es algo esencial, ya que con él se ahorra en tiempo y se gana eficacia en el servicio.

Su principal atracción se basa en ofrecer la posibilidad de contar con una mayor oferta gastronómica, presentándola de una manera agradable, teniendo en cuenta tanto la colocación, el color y la textura de los alimentos.

Además, cuando un establecimiento se dedica al mundo de la hostelería debe contar con la mejor maquinaria y el



LA EXCELENCIA PARA EL BUFFET

Garantiza tu inversión con las nuevas porcelanas ultrarresistentes al desportillamiento y a la rotura Duracream® y Noble China®



NOBLE CHINA

Disfruta durante años de una vajilla que seguirá con el mismo brillo y aspecto impecable que el primer día gracias a su cocción a 1400°C.

Elige la elegancia y la finura de la Noble China® en color bonewhite con su exclusiva composición reforzada y patentada por fin una porcelana fina con sofisticados diseños apta para restaurantes así como banquetes y uso muy intensivo.

...Y PARA LA MESA



SCHÖN WALD
Germany

¡La excelencia no es cara!
Solicita la PROMOCIÓN actual para restaurantes y hoteles

Delegación España: Guerrero Claude T.: 936 628 161 - marketing@guerreroclaude.com
www.guerreroclaude.com



Foto: Eurofred

mejor mobiliario posible. Hay que tener en cuenta que, a día de hoy, es tal la competencia existente dentro de este sector que es imposible dejar nada al azar. Por ello, es importantísimo contar con un equipamiento de hostelería que, además de tener una buena relación entre calidad y precio, al mismo tiempo ofrezca un resultado final extraordinario. Todo esto, se observará por parte del cliente de tal manera que favorecerá o no la elección de este establecimiento como lugar de referencia.

Igualmente, con respecto a este servicio, “podemos decir que una de sus principales atracciones, es poder ofrecer a los huéspedes una mayor oferta gastronómica, siendo ésta una de las preferencias del turismo en auge. Así mismo, los usuarios pueden comer según las preferencias, necesidades y exigencias personales de cada momento”, describe Joan Ros Tapiola, Director de Compras de Serhs Projects.

De esta manera, con la incorporación de un servicio de desayuno buffet podemos ofrecer tanto a los usuarios como a los hoteleros diversas ventajas.

Flexibilidad: permiten una gran amplitud de elección en cantidad, en gustos, en horario... “El tamaño del buffet depende totalmente de las ocasiones y del entorno así como de la cantidad de comensales”, exponen desde Guerrero Claude, representantes en España de las

firmas APS, Sambonet, Hamilton Beach y Schönwald. Además, cuentan con una gran “adaptabilidad al espacio al que va a ir destinado, también la distribución de los espacios donde va a ir la comida, estudiando el circuito y ubicación más adecuada en el comedor”, define Joan Ros.

Gestión adecuada: “para conseguirlo es importante desarrollar y ejecutar diseños funcionales que permitan el perfecto flujo de personas y mercancías, aspectos fundamentales que deben cuidarse en cada proyecto”, indican desde Serhs Projects. Además, “para la misma cantidad de comensales, un

buffet supone un ahorro en tiempo, en espacio y en personal, así como una gestión más flexible en cocina para producir y para reabastecer el buffet si fuese necesario”, definen desde Guerrero Claude. Del mismo modo, añaden que contar con “un buffet bien organizado con zonas dedicadas por temas, con alturas diferenciadas, con recipientes mono-porción, con indicadores (pizarras y cartelitos) para que los consumidores sepan lo que está presentado, facilita el autoservicio y reduce el tiempo de servicio de cada comensal, reduciendo, por lo tanto, los ‘atascos’ en hora punta”.

Ahorro de costes: “otro aspecto importante es que los buffets también permiten obtener un ahorro en los costes de cocina y personal de comedor”, destaca Joan Ros (Serhs Projects). Del mismo modo, Pablo Torres, Chef Corporativo de Rational Ibérica, asegura que “el servicio en buffet te permite atender a muchos clientes empleando menos recursos de servicio”.

Atractivos: “visualmente tiene que ser muy atractivo y desde el punto de vista operacional debe ser seguro para el cliente. Las elaboraciones en caliente las debe supervisar personal cualificado”, precisa Pablo Torres. “Los propietarios también dan mucha importancia al servicio visual y directo al cliente, los show cooking son cada vez más demandados, así como la preparación de pasta o pizza, e incluso la preparación de postres”, añade Joan Ros.

Foto: Guerrero Claude



30 years Saeco

Spain&Portugal 1987-2017



Office Coffee Service

Vending

Horeca

SaGa Coffe Ibérica, S.A.

P.I.Almeda C/Sant Ferrán 34-36 - 08940 Cornellà de Llobregat (Barcelona) Tel 934740017 Fax 934 74 04 34
Delegación Madrid P.I. Prado de Regordano. Torres Quevedo, nave 18 - 28936 Móstoles (Madrid) Tel 91 647 51 98 Fax 91 647 51 95
mail: saeco.saecoiberica@philips.com - www.saecoprofessional.es



COCINAS · CÁMARAS FRIGORÍFICAS · BUFFETS · CAFETERÍAS

“

La Hostelería y la Restauración, junto con la Construcción, son hoy los principales sectores donde Torrens se ha abierto su mercado, a unos clientes, a los que siempre con los últimos adelantos en maquinaria y tecnología, hemos procurado dar una calidad óptima en fabricación y acabados, todo ello gracias también al esfuerzo de un personal de plantilla altamente cualificado.

Buffet y showcooking

En **Torrens** diseñamos y fabricamos su mobiliario de buffet, adaptándonos al espacio y al entorno según las necesidades de cada proyecto y cada cliente, cumpliendo con todas las normativas de fabricación.

Todo el mobiliario de buffet esta realizado con una estructura portante de tubos en acero inoxidable o galvanizado, con sus correspondientes tubos de refuerzo para soportar el peso de los elementos que lo componen.

La estructura va forrada con material impermeable, sobre el cual se ubica la decoración correspondiente en la zona de servicio, y en la zona interior de trabajo se completa con puertas practicables y forros interiores con acero inoxidable, a fin de mantener unas perfectas condiciones higiénico sanitarias.

Las encimeras superiores de granito del espesor elegido, son adaptadas según el diseño del mueble, con su correspondiente protección térmica de cada elemento.

La instalación eléctrica va por el interior, con canaleta, según el diseño del mueble, con sus correspondientes molduras y elementos decorativos.

Además fabricamos toda una serie de complementos adaptables al espacio diseñado, en una amplia gama de materiales como latón, cobre, acero inoxidable y de color.

Instalación con central frigorífica a distancia, evitando ruidos y disipación de calor en el interior del local.



*“Nada es especialmente difícil
si lo dividimos en tareas pequeñas”*
Henry Ford

PALMA DE MALLORCA OFICINA CENTRAL
C/ Gremi Boters, 31. Polígono Son Castelló.
07009 Palma de Mallorca
Tel. +34 971 43 14 13 · mtorrens@torrens.com

DELEGACIÓN MÉXICO
mexico@torrens.com

DELEGACIÓN JAMAICA
jamaica@torrens.com

DELEGACIÓN REP. DOMINICANA
dominicana@torrens.com

www.torrens.com

LOS FOODIES, CUANDO SE CONQUISTA POR EL ESTÓMAGO

En los últimos tiempos han surgido alrededor de la gastronomía cientos de términos para identificar productos, servicios, novedades... De esta manera, de vez en cuando surgen nuevos términos que definen algo innovador o aúnan varios conceptos que juntos transforman su sentido y para los que no existe un término en español. Este es el caso del término ‘foodie’.

Se trata de una palabra aún poco dominada, pero que está dando la vuelta al mundo tomando cada día más fuerza gracias a las redes sociales. Se trata de un término inglés informal para una clase particular de aficionados a la comida y a la bebida que disfruta conociendo el origen de cada plato de los que disfruta. La palabra fue creada en 1984 por Paul Levy, Ann Barr y Mat Sloan para su libro The Official Foodie Handbook (El manual oficial para los foodies).

Foodies vs gourmets vs sibaritas

Dentro de la gastronomía existen diversos términos que pueden confundir sus términos, como pueden ser foodies, gourmets y sibaritas.

En este aspecto, sibarita, según el Diccionario de la Lengua Española de la RAE se refiere a aquella persona que trata de gustos refinados. Es responsable consagrado a sus actividades, también busca exclusivos y altos placeres en todos los órdenes de la vida, en extremo es ostentoso en la búsqueda por el placer de lo que adquiere. Actualmente, las inclinaciones de los sibaritas son a productos de alta calidad: alimentación, tecnología, etc. Puede haber sibaritas de la moda, del diseño, de los automóviles..., así, un “sibarita de la comida” sería un “gourmet”.

Éste es un término que en ocasiones puede llegar a utilizarse como sinónimo de foodies, términos con diferentes significados. Los foodies se diferencian de los gourmets, es que estos últimos son aficionados con un gusto refinado que pueden ser profesionales de la industria de la comida, mientras que los foodies son amateurs, amantes de la buena mesa, a los que sencillamente les encanta la comida por su consumo, estudio, preparación y origen.

Así pues, gourmet es un estilo de vida y una actitud donde se conjugan muchas acciones alrededor de la gastronomía. El gourmet busca la excelencia a través de lo básico, lo valioso y lo favorable. Puede tratarse de una persona con un gusto delicado y exquisito paladar, conocedor de los platos de cocina significativamente refinados, que tiene la capacidad de ser catador de talentos en la gastronomía al probar el nivel de sabor, fineza y calidad de ciertos alimentos y vinos.

La principal diferencia con los foodies es que estos buscan aprender todo lo posible acerca de ella, tanto de lo mejor como de lo común, así como de la ciencia, industria y personajes que rodean a la comida.

De esta manera, la principal característica de un foodie es que no se dejan llevar simplemente por los ‘restaurantes premiados’ o los más elegantes, sino por los lugares que tienen la calidad e innovación como primer objetivo.

El movimiento foodie dio lugar a la aparición de canales de televisión especializados en cocina; así como al auge de los libros de gastronomía y tiendas especializadas en menaje durante la década de los 80 y 90.



Foto: Meliá Hotels International

Funcionalidad y distribución: naturalmente, la presentación no lo es todo porque la calidad y el estado del producto importan muchísimo. No obstante, hay que tener en cuenta que la presentación aporta más que la simple estética, “también aporta funcionalidad: por ejemplo las bandejas, expositores o boles sobre bases enfriadoras (con acumuladores de frío) alargan el tiempo de conservación de los alimentos con el aspecto impecable de los productos frescos. Al igual que los chafing dish son accesorios muy prácticos y sencillos para presentar platos calientes de forma elegante y eficiente”, determinan desde Guerrero Claude.

Foto: Quality Espresso



En este aspecto, “es posible utilizar la presentación del buffet para jugar, transmitir mensajes, imágenes, etc., incluso presentaciones temáticas. Un buffet bien montado es capaz de transmitir una sensación de calidad y de excelencia del hotel”, evidencian desde

Guerrero Claude. Así pues, se puede decir que el diseño también es otro aspecto muy importante a tener en cuenta. “Tiene que ser el más adecuado al tipo de establecimiento, incluso innovador y acorde con las modas actuales”, definen desde Serhs Projects.

“El diseño también es otro aspecto muy importante a tener en cuenta. Tiene que ser el más adecuado al tipo de establecimiento, incluso innovador y acorde con las modas actuales...”

De esta manera, Joan Ros lo ejemplifica de la siguiente manera, “para un buffet de desayunos es necesario tener un buen espacio para que los productos estén bien expuestos y tengan suficiente maniobrabilidad. Debemos destacar en estos muebles la incorporación de las máquinas dispensadoras de café y zumos, con las tazas y copas para servirse”. Sin embargo, añade que dado que este mueble se utiliza únicamente por la mañana, “lo proponemos de manera que las máquinas propias de este servicio queden cerradas, dejando libre el espacio para exposición de otros productos para los servicios de almuerzo y cena”. Igualmente, considera que no debe faltar



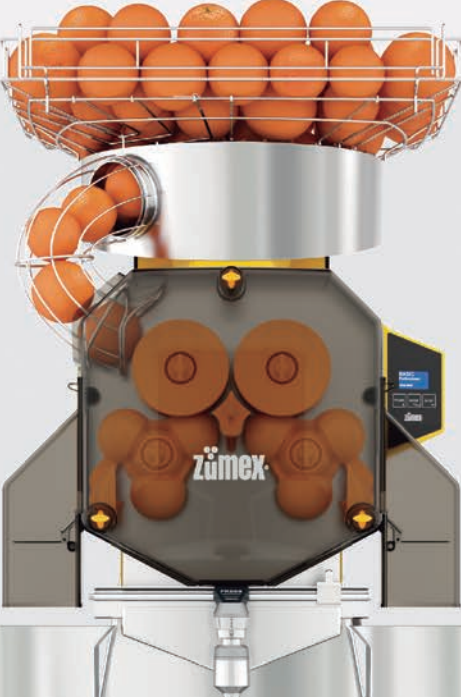
Foto: SERHS Projects

el espacio para el servicio de líquidos, para las tostadoras y un buen espacio neutro para variedad de exposición de otros productos y para la manipulación de los alimentos por parte del usuario.

Materiales adecuados: es de vital importancia saber elegir un buen material para la fabricación e instalación de este tipo de mobiliario, debido a que desempeñan un papel fundamental.



Speed Pro





Zumo recién exprimido, fresco y de calidad

La serie Speed Pro está diseñada para atender grandes demandas de zumo, con un servicio eficaz, seguro e impecable.

Los modelos de sobremesa se adaptan perfectamente a la zona de autoservicio de hoteles o buffets, para que proporciones a tu cliente el mejor zumo natural, de forma fácil y rápida.

Conoce todos los modelos en nuestra web.
www.zumex.com



Foto: Lada Horeca

En este sentido, además de garantizar limpieza e higiene, su selección debe adaptarse al diseño que se desea. “Cualquier tipo de material se puede utilizar en la construcción de estos muebles para hacer un diseño adaptado a las necesidades y demandas de la propiedad o prescriptores. Por supuesto, la estructura base de estos muebles, siempre es en acero inoxidable. Es la decoración exterior lo que adaptamos a las necesidades y singularidad del establecimiento”, definen desde Serhs Projects. No obstante, sí que es cierto que los materiales se escogen en función de la higiene y la durabilidad principalmente. No se puede usar un material, aunque sea económico o innovador en diseño, si no cumple los requisitos higiénicos necesarios para trabajar con alimentos.

Foto: Eurofred



2 tendencias, “aquellos que apuestan por una oferta más fresca con elaboraciones en directo y los que apuestan por productos procesados o vending. Tienen mayor aceptación aquellos que realizan elaboraciones calientes en directo”.

Primero que nada, analizaremos las diversas secciones que conforman los buffets, las cuales siguen un orden coherente que favorezca el movimiento de usuarios.

Fríos: “entre las secciones que forman los buffets se encuentra la zona de fríos de primeros platos (ensaladas, etc), para continuar con la sección de primeros platos calientes y zona para sopas”, analiza Joan Ros, de Serhs Projects.

Calientes: “posteriormente podemos encontrar los muebles calientes para los segundos platos, de tal manera que se mantiene toda la comida a temperatura. Igualmente, se deben tener en cuenta diversos puntos determinados para el pan y para los muebles de desayunos”, describe Joan Ros. “Los calientes utilizan tres tipos diferentes de sistema de calentamiento: el sistema baño María, el sistema con resistencias situadas en la parte inferior de la cuba para un calor seco y las placas vitrocerámicas”, define el Departamento de Marketing de Horeca de Eurofred.

Show cooking: “las zonas destinadas de show cooking son, sin duda en la actualidad, la atracción más destacada por los usuarios”, exponen desde Serhs Projects.

Postres: por último se localiza el destinado a los postres, el cual es uno de los más bonitos dentro de los productos de exposición para los usuarios. “Queremos destacar que en esta zona de postres puede haber alguna novedad en los próximos tiempos, con la incorporación en estos buffets de preparación in situ, tipo show cooking pero dedicado a los postres”, expone Joan Ros.

Así pues, desde Serhs Projects aseguran que lo que más demanda la mayoría de los establecimientos es tener un buen show cooking en el comedor ya que, como hemos dicho, es una de las zonas más atractivas para el consumidor.

“La clave se encuentra en saber organizarlo adecuadamente para la ocasión y en disponer de las herramientas necesarias para presentarlo...”

Además, dependiendo del establecimiento hotelero podemos encontrar distintas tipologías de buffets.

Servicio: esta división tiene en cuenta lo que se espera de los clientes y de lo que se les ofrece.

Servicio a la mesa: en este tipo los huéspedes elijen lo que desean comer de una mesa expositora, y una persona se la va sirviendo. De esta manera, el usuario únicamente tiene contacto con la comida cuando ya está ubicado en la mesa.

Buffet asistido: de igual modo que en el anterior, los huéspedes escogen lo que quieren comer, pero la diferencia



Foto: Lantmännen Unibake

radica en que es él quien lleva el plato a la mesa.

Autoservicio: suele ser el buffet que más gusta, tanto a hosteleros como a

los usuarios, ya que son más simples, más rápidos, es más fácil de armar y de visualizar. En éste, el usuario es quien se sirve de la mesa expositora a placer todo lo que desea comer.



Para el desayuno, para el almuerzo,
para un evento, para un capricho...
elige Cafés Candelas.

Special Vending



Foto: Oms y Viñas

Degustación: por parte de la compañía se organiza una exposición de determinada cantidad de productos en forma fraccionada de tal modo que pueden degustarse todos. Suelen ser de pie.

Tipo de comida: dependiendo de los alimentos que se sirvan en ellos podemos encontrar los siguientes:

Buffet salado: se presenta con porciones de tamaños pequeños, completando el buffet con diversos platos como pescados, carnes y aves, etc.

Buffet dulce: se ubican al lado de los salados y pueden ser tartas y barquillas dulces, flan, gelatina...

Buffet de desayuno: se trata de una combinación de platos sencillos, usualmente con el desayuno típico de donde éste sea solicitado, aunque en muchas actividades y hoteles agregan desayunos típicos de varios países.

Buffet brunch: se trata de un buffet de desayuno con una oferta y horario más amplio. Suele ofrecerse en algunos hoteles para clientes que tienen costumbre de desayunar mucho y tarde para no comer en el hotel.

Buffet de tarde: se sirve como merienda o a la hora del té en la tarde, está

compuesto por platos dulces y salados. En lo referente a las bebidas podemos encontrar café, zumos naturales, chocolates, refrescos...

Buffet de noche: este tipo de buffet puede estar orientado a diversas temáticas, mexicana, italiana, oriental...

Buffets de desayuno

Como en todas las tipologías de buffet, en el del desayuno no debemos olvidarnos de la materia prima que se incluye en ellos. A este respecto, cuando los hoteleros eligen los productos para asociarlos en su pack de desayuno buscan aunar funcionalidad, diseño, calidad y precio, sin olvidarse de



Foto: Meliá Hotels International

la importancia que tiene contar con una gran variedad de productos que ofrecer a sus clientes, así como beneficiarse de las distintas ideas o sugerencias que, como empresas expertas en el sector, les pueden aportar sus proveedores.

De esta manera, y partiendo de esta necesidad, todas las empresa que quieran ofrecer sus productos a las cadenas hoteleras deben adaptarse en función de las necesidades específicas del mercado.

Referente a este asunto, también se debe tener en cuenta que no existe un único desayuno perfecto, sino un sinfín de posibilidades como puede ser el desayuno exprés, para madrugadores, para niños, desayuno sin horarios, en la habitación... así, los distintos establecimientos hoteleros proponen saborear un desayuno contundente, que llene de energía para afrontar bien el día y adaptado a los distintos gustos y necesidades.

Asimismo, "los hábitos de consumo también han cambiado a la hora de desayunar en los hoteles. Donde antes primaba la gran variedad y la cantidad del servicio de un gran buffet, ahora el cliente busca otra forma de empezar el día", explican desde illycaffè. Igualmente, desde el Departamento de Marketing de Eurofred consideran que, hoy en día, el desayuno es territorio de "foodies", protagonista incluso en las redes sociales. "En los buffets de hotel actualmente los desayunos están elaborados a base

de ingredientes ricos, saludables y de calidad lo que llamamos 'healthy'".

En este aspecto, hay que ser conscientes de que la cantidad no es un factor determinante como ocurría antes. "El consumidor quiere una oferta de calidad donde cada día se le presente un desayuno completo y variado, donde se cuiden aspectos como los productos de proximidad, frescos y saludables", aseguran desde illycaffè. De esta manera, "se potencia comer bien, que los alimentos y la comunicación del desayuno hagan más accesible esta alimentación más saludable, y que todos podamos aprender cómo integrar estos ingredientes sanos y de calidad en una comida tan esencial como es el desayuno", exponen desde Eurofred. Igualmente, añaden que se busca sorprender a los huéspedes, así que es muy importante el aspecto estético en la configuración del buffet y la zona de self service.

Del mismo modo, Jordi Meya, Director Comercial de Lantmännen Unibake en



Foto: Lada Horeca

España, precisa que para ellos, el valor fundamental es la diferenciación. Por ejemplo, "no presentar un croissant francés clásico sino ofrecer un croissant multicereal, o contar con una gama de bollería danesa con presentación y sabores muy variados que pueden

adaptarse a los diferentes gustos de la clientela de un hotel".

Con esta misma idea, desde illycaffè aseguran que cada vez se le da mayor importancia a utilizar productos de marcas que sean reconocidas por el huésped

Precio especial por tiempo limitado
3.499 €* + IVA

También hay un RATIONAL para ti.
El nuevo CombiMaster® Plus XS.

No pierdas esta oportunidad de conseguir tu RATIONAL.
Pregunta a tu distribuidor habitual o consulta
en www.rational-online.es

* Precio para el modelo estándar



ERRORES Y CONSEJOS PARA UN ADECUADO BUFFET DE HOTEL

Bien es cierto que a pesar de que se está mejorando y mucho en la calidad de los establecimientos hoteleros y sus espacios gastronómicos, en el buffet de hotel, como en todos los ámbitos profesionales, se han cometido bastantes errores y, aún se siguen cometiendo. De esta manera, entre los errores más comunes encontramos:

Café de mala calidad: éste es un error importante ya que provoca un mal arranque matutino.

Zumos artificiales: un zumo de naranja a base de concentrado o polvos suspende automáticamente lo que podría ser un desayuno aceptable, algo que no debería ocurrir. El catálogo de artilugios de exprimir naranjas, destinados a la hostelería está repleto de buenos ejemplos.

Mala disposición del mobiliario: el comedor de un buffet no es el mismo que el de un restaurante, por lo que debe notarse en el montaje de las mesas. Por ejemplo, en el comedor del buffet no debería ubicarse la servilleta donde va el plato, ya que cuando el usuario llega a la mesa, en ese momento, no tiene ninguna mano libre para retirar la servilleta. Igualmente, las colas interminables ante la máquina de café o zumo, circulación lenta y accidentada entre mesas, se pueden solucionar con una buena organización del espacio, especialmente si este es pequeño.

No contar con show cooking: al huésped le gusta ver cómo se realizan sus platos, ya sea en planchas, en una mesa elaborando una ensalada o preparando fruta. Además, genera un ambiente de calidad.

Abundancia no es sinónimo de bueno: hay que crear sensación de abundancia, que no es lo mismo. Esto hay que tenerlo en cuenta tanto por costes como por el posible deterioro de las elaboraciones, no se puede contar con el buffet siempre a tope de comida, por eso es una buena idea trabajar el montaje del buffet con conocimientos de escaparatismo y marketing, consiguiendo una visión apetitosa.

Por otro lado, entre los consejos para que un buffet destaque sobre el resto señalamos:

Apuesta por los productos frescos: en los buffets lo más popular suelen ser las ensaladas, lechugas, tomates, cebolletas, pimientos, brócoli, fruta pelada y cortada...

Importancia de la estética: a todos nos entra la comida primero por los ojos, y en un buffet eso no es diferente. Por ello, aunque se trate de un producto de lo más sencillo del mundo se deberán exponer de tal manera que los clientes crean que están probando el plato más suculento y elaborado del mundo.

Entorno agradable: el desayuno es la primera comida del día, y comenzar bien puede suponer la diferencia entre una jornada anodina o una fantástica, porque influye decisivamente en el estado de ánimo. Además de reponer fuerzas con un buen alimento, hay que cargar energías. Y para eso nada mejor que tomarlo en un lugar agradable, bien ventilado y bien iluminado.

Sabores de la zona: nada es más sencillo que mirar a nuestro alrededor y nutrirnos de los productos autóctonos. Ofrecer a los clientes una muestra de la gastronomía de la zona, le dará un valor añadido al buffet.

Sorprender: un toque personalizado que se salga de lo habitual puede convertirse en seña de identidad de un alojamiento. La sorpresa es lo que muchas veces se anhela de los desayunos.

Sí que es cierto que el grado de satisfacción hotelera no viene determinado en exclusiva por el hecho de cómo nos hayan dado de desayunar, claro está. Una buena habitación es más importante, pero se trata de un momento del día que puntúa mucho al hacer la valoración final de la estancia.



Foto: Rational Ibérica

extranjero y local y que sean sinónimo de calidad. “Cada vez se dispone de menos tiempo para desayunar, por lo que la calidad es primordial para empezar bien el día”.

Así, para conseguir un buen desayuno éste debe contar con una variada gama de productos bien presentados y de calidad, independientemente de la categoría de nuestro hotel. Bollería no industrial, algún tipo de zumo natural, fruta de temporada, embutidos de la zona, café de calidad, surtido de panes y tostadas y productos calientes elaborados durante el servicio...

Además, es muy importante contar, entre otras cosas, con:

- Recipientes pequeños que servirán para presentar los distintos productos, lo que obligará a realizar una reposición continua de los alimentos, consiguiendo contar con un buffet atractivo durante todo el servicio.

Foto: Lantmännen Unibake



- Unas buenas máquinas de café, así como poder ofrecer una alternativa de café expreso en el caso de que el cliente lo solicite. En lo referente a este tema, la procedencia del huésped influye a la hora de tomar el primer café de la mañana. “Según sean americanos, británicos, nórdicos o mediterráneos, la forma de tomar el café varía, desde un café largo negro americano, sin cuerpo ni crema, a un espresso aterciopelado con crema consistente y cuerpo”, analizan desde illycaffè. En este sentido, se ha observado que el café vive un momento único de gran interés, estando de moda y presente en todos los rincones. Y, añade que “lo que está ocurriendo en el mundo del café es que el consumidor ha pasado de tomarlo y considerarlo como una commodity y una necesidad de despertarse (cafeína), a tomarlo por placer para degustar sus más de 1500 aromas. Con un café de calidad se puede disfrutar de un pequeño momento de placer. Esta tendencia ya está muy desarrollada en el Norte de Europa y poco a poco

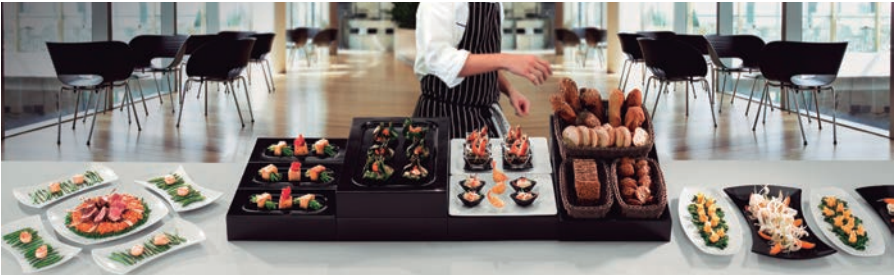


Foto: Guerrero Claude

se está difundiendo en las principales ciudades de España”.

- No debemos olvidarnos de los zumos naturales, eso sí, los cuales son difíciles de encontrar en todos los establecimientos hoteleros, y que todos echamos de menos.

- En caso de disponer de show cooking, será necesario presentar una variada selección de productos a lo largo de toda la semana para que el cliente no vea siempre lo mismo. Además, en esta zona es de vital importancia la limpieza y la pulcritud.

- Será una buena idea crear pequeños espacios temáticos con diferentes tipos de productos, mermeladas, productos dietéticos, panes, té e infusiones, etc.

La calidad que se ofrezca en esta comida, considerada como la más importante del día, se ha convertido en un extra a la hora de decidirse entre un establecimiento y otro, y los hoteleros lo saben.

Adaptados a las nuevas tendencias

Como se ha comentado anteriormente, los hábitos de consumo han variado completamente.



¡Aislamos y conservamos la calidad!

LADA HORECA S.L.

Avda. San Isidro, 23
45223 Seseña-Toledo
Tfno: 918 080 501
Fax: 918 088 202
info@mlada.es
www.mlada.es

nuestro prestigio nuestro servicio
calidad y precio

Termos de leche de 3, 6, 12 y 20 litros



- Rapidez en el servicio de la leche
- Temperatura óptima
- Higiene y Salud en el producto lácteo
- Presencia y calidad
- Funcionalidad: fabricado con los mejores criterios de uso
- Garantía de producto

Equipamiento de Hoteles | Buffets y productos de desayuno: Variedad, sabor y nutrición



Foto: Guerrero Claude

Alergias e intolerancias

Las intolerancias y alergias alimentarias, es un punto muy importante para todos los usuarios de establecimientos hoteleros. En este aspecto, la información sobre los alérgenos contenidos en los platos que se ofrecen al cliente es obligatoria desde el 14 de diciembre 2014, fecha en que entró en vigor el Reglamento UE N°1169/2011 que exige una exhaustiva información al consumidor sobre la presencia de sustancias o productos con efectos alergénicos o de intolerancia en los alimentos. Todo esto, supone una enorme ventaja para el cliente alérgico o intolerante pues, a primera vista, puede identificar si puede consumir un plato, especialmente en casos donde no se percibe fácilmente el contenido de un determinado alérgeno (por ejemplo, en sopas o ensaladas compuestas).

“Reiteramos que los hábitos de consumo están cambiando y cada vez somos más conscientes de ciertas intolerancias y, por lo tanto, nos preocupamos más por seguir una dieta sana y equilibrada. Hoy en día, la mayoría de hoteles de cierta categoría ofrecen opciones para satisfacer las necesidades de celíacos o intolerantes a ciertos alimentos. De este modo todas las necesidades alimenticias quedan cubiertas”, confirman desde illycaffè.

Productos naturales

Bien es cierto que desde hace años se han ido incorporando progresivamente

criterios nutricionales en la oferta gastronómica de los hoteles.

“Somos conscientes de que hoy día los productos tienen que ser sanos, auténticos y más naturales, por ese motivo desde Lantmännen colaboramos estrechamente con nuestros clientes en la creación de productos de alto valor añadido. Nuestro departamento de I+D trabaja diariamente en la creación de soluciones y aplicación de buenas prácticas para responder a sus necesidades”, analiza Jordi Meya (Lantmännen Unibake en España).

Del mismo modo, desde illycaffè aseguran que los productos que poseen componentes fisiológicos que complementan su aporte nutricional y que representan un beneficio extra se están convirtiendo en bebidas muy populares entre la oferta gastronómica de buffets y desayunos de hotel. “Cada vez más se buscan productos naturales de proximidad y el café puede considerarse un producto natural fundamental en ese momento del día”. Igualmente, Pablo Torres (Rational Ibérica) asegura que es común en los buffets actuales encontrar una sección saludable con leche de soja, zumos naturales, tortillas y verduras.

No obstante, hay que ser conscientes de que el consumo de este tipo de productos más saludables “ha afectado en la distribución o ampliación de las zonas ya existentes, frías o calientes, incorporando cada vez más espacios para atender la demanda de este tipo de comida, que va en aumento”, analiza Joan Ros (Serhs Projects). En este sentido, un hotel necesita tener más variedad de equipamiento para exponer de la mejor forma el sinfín de alimentos que supone una dieta saludable. “No solamente contar con gastrobuffets, sino también con expositores de puerta de cristal de última generación para exponer pasteles, dispensadores de bebidas para zumos de todos los gustos...”, definen desde Eurofred.

Así pues, “es fundamental adaptarse a las necesidades de los consumidores y en esta línea venimos trabajando desde hace ya muchos años para ofrecer el producto de la misma calidad y sabor”, añade Jordi Meya.

En conclusión, hemos podido observar cómo la hostelería se está adaptando a los distintos y nuevos hábitos saludables de sus huéspedes, al mismo tiempo que a la legislación sobre alergias e intolerancias alimentarias, algo de vital importancia. Todo esto demuestra que la nutrición se va a convertir en un factor de diferenciación hotelera para fidelizar clientes.

El buffet del s.XXI

A lo largo del tiempo, el servicio de buffet que ofrecen los establecimientos hoteleros ha ido variando en su estilo. En un primer momento, en lo referido a su aspecto estético, “cada día se apuesta más por líneas sencillas, adaptadas a cualquier espacio en función de las necesidades del cliente, apostando siempre por la atención al usuario y por la calidad, fiabilidad, ergonomía, servicio y diseño en la elección de los materiales”, describe Joan Ros, de Serhs Projects. No obstante, continúa indicando que la decoración muy trabajada también tiene su mercado pero, sin duda, los buffets de líneas rectas y colores claros (tonalidades de blancos) son los más destacados.

La tendencia en buffets y en general en equipamiento hostelero de cocina, si bien en este último año ha sido positiva, de cara al próximo año los indicadores de la hostelería y el turismo apuntan a que se mantendrá el mismo crecimiento. “Se destinarán más esfuerzos a la fabricación orientada al ecodiseño y a la sostenibilidad del medio ambiente, aspectos fundamentales en cualquier



Foto: Guerrero Claude

proyecto de fabricación que pretenda ser un éxito en su ámbito de actuación”, continúa detallando.

Además, existe gran variedad de huéspedes, los cuales siguen sus propias tendencias y no están dispuestos a no encontrar en el buffet lo que toman en su propia casa. Sin embargo, esto no es suficiente, para conseguir la excelencia en el servicio de los establecimientos hoteleros es necesario ir más allá y ofrecer elaboraciones en el momento, tales como “show cooking”. La tecnología en el equipamiento de cocinas profesional nos permite afrontar este reto.

En relación a esto, “cada vez más, la comida y la bebida deben ser los protagonistas claros de los buffets de hoy y de mañana. La tendencia está en crear diseños funcionales y hermosos que sirvan para envolver y realzar con discreción pero con carácter las creaciones de los chefs. Todo un reto que han aceptado los diseñadores de APS Alemania con las colecciones APS+ y ASIA+, marcando tendencias”, definen desde Guerrero Claude. Así, relacionado con esto, “la incorporación de demostraciones y preparación de comida en vivo, tipo cocina a la vista, cada vez está más demandada y, por tanto, las perspectivas de futuro apuntan que estas zonas serán las más trabajadas en los comedores de los hoteles”, describe Joan Ros.

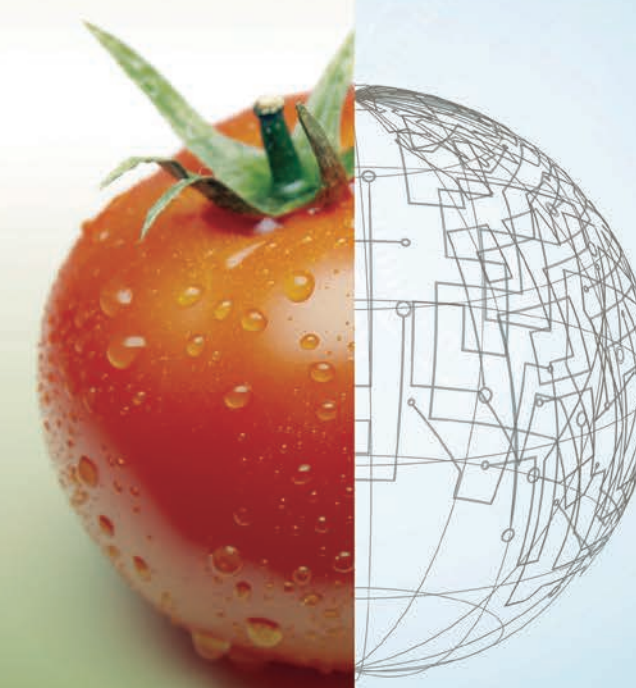
Igualmente, entre los usuarios los hábitos de consumo están en constante evolución, y desde illycaffè consideran que el mercado “tiene el reto de trabajar en base a la calidad para que los consumos de café en los desayunos en los hoteles vayan en aumento y se respeten todos los parámetros de elaboración, utilizándose las máquinas correctas para dar un café espresso al momento, cuidando todas las propiedades aromáticas que te da una buena taza de café, para empezar bien el día”.

Y, del mismo modo, desde Lantmännen Unibake aseguran que los consumidores demandan, cada vez en mayor medida, productos más saludables, enriquecidos con vitaminas, semillas, fibra, etc. “Los fabricantes debemos aportar productos encaminados a satisfacer estas necesidades y en esta medida en Lantmännen Unibake estamos desarrollando nuevas referencias como son nuestros nuevos croissants multicereales”.

Foto: SERHS Projects



THE GREEN EVOLUTION.



R 290
R 744

RIVACOLD
F-GAS
READY
PRODUCTS

- INTERCAMBIADORES DE CALOR
- UNIDADES CONDENSADORAS
- MONOBLOCKS
- CENTRALES FRIGORÍFICAS
- SISTEMAS INTEGRADOS

RIVACOLD
MASTERING COLD

BC SYSTEMS®

www.e-bcsystems.com

C/ Juli Galve Brusson 9-11 - P.I. Badalona Sud - 08918 BADALONA (Barcelona) - España
Tel. +34 902 431 214 - Fax +34 933 941 559 - rivacold@e-bcsystems.com - www.rivacold.com