

REPORTAJE

BUFFET Y PRODUCTO DE DESAYUNO

CONSTRUYENDO UNA EXPERIENCIA

El desayuno se ha convertido en mucho más que una comida dentro del hotel. Es uno de los momentos en los que el cliente percibe con mayor claridad la propuesta del establecimiento y, por ello, el buffet evoluciona para responder a nuevas expectativas de calidad, variedad, personalización y frescura.

> Foto: Freepik



El desayuno se ha convertido en uno de los momentos con mayor peso dentro de la experiencia hotelera. Aunque durante años pudo entenderse como un servicio más dentro de la estancia, hoy concentra buena parte de las expectativas del huésped y ofrece al establecimiento una oportunidad para mostrar su propuesta gastronómica, cuidar los detalles y diferenciarse. En este escenario, el buffet no solo debe responder a una necesidad, sino hacerlo de una manera atractiva, ágil y capaz de adaptarse a perfiles y necesidades cada vez más diversos.

“El desayuno es uno de los momentos más importantes de la estancia y puede marcar la percepción final del huésped”, señala Julián Pizzi, National Corporate Chef de RATIONAL. Desde su perspectiva, “un buffet atractivo, variado y bien organizado transmite calidad, refuerza el posicionamiento del hotel y contribuye a mejorar la satisfacción y fidelización del cliente”. Pero, además, permite al establecimiento diferenciarse, “ofreciendo experiencias adaptadas a distintos perfiles y necesidades alimentarias”.

Una importancia que se hace todavía más evidente al tratarse, en muchas ocasiones, del último contacto del huésped con los servicios del hotel. “El desayuno suele ser el último servicio del que disfruta el huésped antes de finalizar su estancia, por lo que su impacto en el recuerdo y la valoración final es inmenso”, explica Santi Carles, Director de SERHS Projects. Por ello, considera que, “más allá de cubrir una necesidad de alimentación básica, hoy en día se ha convertido en una auténtica experiencia gastronómica que muchos clientes evalúan de forma decisiva a la hora de elegir o recomendar un alojamiento”.

La calidad de esta experiencia, además, no se limita a la amplitud de la oferta. Un buffet correctamente planteado debe ser capaz de combinar variedad, presentación, organización y calidad percibida. En sus palabras, “un buffet bien ejecutado no solo eleva notablemente la satisfacción global, sino que posiciona al hotel en un nivel superior, marcando una clara diferencia frente a sus competidores a través de la variedad, el detalle y la calidad percibida”.

Y esa percepción tiene su reflejo en las propias opiniones de los huéspedes. María Benítez, Head of Marketing de Zumex Group, señala que un estudio que analizó 1.120 reseñas de hoteles de cuatro y cinco estrellas en capitales europeas encontró que más de la mitad mencionaban el desayuno y que los comentarios positivos sobre este servicio eran más frecuentes en los hoteles mejor valorados. A ello se suma una investigación más reciente, basada en más de 11.000 opiniones de huéspedes, que sitúa el desayuno entre los principales factores que influyen en la satisfacción con el hotel.

Fotos: MiZumo

EL DESAYUNO SE HA CONVERTIDO EN UN ESPACIO DONDE CONFLUYEN GASTRONOMÍA, DISEÑO, TECNOLOGÍA Y EXPERIENCIA.

En paralelo, el desayuno constituye “uno de los primeros puntos de contacto del huésped con la propuesta gastronómica del hotel y, por tanto, una buena oportunidad para transmitir calidad y atención al detalle”, apunta Ana Espuña, Head of Brand & Communications de Mychef. Se trata, además, de un servicio en el que se concentra una elevada demanda en un

periodo de tiempo reducido, por lo que la experiencia depende de “tanto de la variedad y presentación como de la capacidad de la cocina para mantener una producción ágil y constante”.

Es en este punto donde adquieren especial importancia la frescura y la preparación al momento, pues “generan una percepción de mayor calidad y contribuyen a hacer del desayuno una experiencia más atractiva”, afirma José Luis Espinosa Puig, CEO de Mizumo. Desde su experiencia como fabricante de exprimidores profesionales de naranjas, pone como ejemplo un producto sencillo, pero estrechamente vinculado al desayuno: “el zumo recién exprimido es un buen ejemplo de cómo un producto sencillo puede aportar un valor diferencial”.

La idea enlaza con una concepción del buffet que va más allá de su función práctica. “El buffet es mucho más que un espacio funcional. Es una oportunidad para reforzar la experiencia y la percepción de calidad del establecimiento”, explica María Benítez. Y dentro de esta propuesta, “el zumo de naranja sigue siendo un producto muy ligado al desayuno”.

Al final, la experiencia del desayuno se construye a partir de la suma de muchos elementos: la variedad de la propuesta, su presentación, la capacidad de la cocina, la frescura de los productos y esos pequeños detalles que hacen que el servicio resulte diferente. Porque, como concluyen desde Zumex



RIVACOLD BC SYSTEMS
THINKING FUTURE ▲

**SOLUCIONES COMPLETAS
PARA LA REFRIGERACIÓN
COMERCIAL E INDUSTRIAL**



Group, “son este tipo de detalles los que ayudan a que un desayuno pase de ser simplemente correcto a convertirse en una parte positiva y memorable de la estancia”.

Diseñar un buffet funcional y eficiente

Diseñar un buffet hotelero implica mucho más que decidir dónde colocar los alimentos y el equipamiento. En un espacio sometido a picos de demanda, la distribución debe facilitar el movimiento de los huéspedes, pero también permitir que el personal trabaje con agilidad y pueda reponer, limpiar o ajustar los equipos sin interferir en la experiencia. El reto está, por tanto, en conseguir que ambos recorridos convivan de forma natural y que el conjunto resulte intuitivo, flexible y operativo.

“Desde SERHS Projects siempre incidimos en que cada establecimiento requiere un estudio a medida de su espacio”, explican desde SERHS Projects. En este sentido, “el diseño debe regirse por la fluidez, evitando a toda costa la formación de cuellos de botella en las horas de mayor afluencia”. Una de las claves pasa por proyectar “islas independientes o estaciones temáticas separadas que distribuyan el tránsito de comensales de manera natural por la sala”. Pero esta planificación no puede centrarse únicamente en el cliente. “A la vez, la funcionalidad tiene que ir de la mano con la comodidad del equipo de trabajo”, señalan, de modo que se faciliten “las tareas de reposición sin que el personal entorpezca el paso de los clientes”. El objetivo final es claro: “El éxito del proyecto se confirma cuando el circuito resulta del todo intuitivo para el comensal”.

Una idea que comparten desde Rational, quienes aseguran que “la clave es crear un recorrido fluido que evite aglomeraciones y facilite tanto el acceso de los huéspedes como la reposición por parte del personal”. La distribución mediante “estaciones diferenciadas” y una conexión eficiente con la cocina permite “mejorar el servicio, reducir tiempos de espera y garantizar una mejor experiencia para el cliente”.

Precisamente, uno de los aspectos que está adquiriendo mayor importancia es entender el buffet como un espacio en el que confluyen dos flujos distintos. “El buffet debe diseñarse pensando simultáneamente en dos flujos: el del huésped y el del equipo de cocina”, apuntan desde Mychef. De poco sirve que el cliente pueda desplazarse cómodamente si la operativa interna obliga al personal a realizar recorridos largos o complejos. Por ello, “es importante establecer una zonificación clara y evitar puntos de congestión, especialmente en las estaciones de mayor demanda, como bebidas, café o productos calientes”.

La misma concepción lleva a Zumex Group a plantear el buffet desde ambas perspectivas. Para el huésped, “el recorrido debe ser intuitivo, con buena visibilidad de la oferta y sin puntos que generen colas”. Esta necesidad está impulsando una organización por estaciones diferenciadas, “café, bebidas fres-



^ Foto: Mychef

cas, fruta, panadería, caliente, show cooking...”, que permite distribuir mejor los flujos y, al mismo tiempo, convertir determinados productos en “pequeños puntos de experiencia”.

La funcionalidad, sin embargo, continúa también detrás del mostrador. La accesibilidad de los equipos resulta determinante para que las tareas de carga, descarga, limpieza o ajustes puedan realizarse con rapidez. Como señalan desde Mychef, “los equipos que requieren carga, descarga, limpieza o ajustes frecuentes deben estar ubicados de forma que estas tareas puedan realizarse rápidamente y sin interferir en la experiencia del huésped”. De ahí que la selección del equipamiento no deba plantearse como una decisión posterior al diseño, sino como parte del proyecto desde sus primeras

fases. “Un equipo con elevada autonomía o un sistema de autoservicio, por ejemplo, puede modificar completamente la necesidad de personal alrededor de una estación”, continúan desde Zumex Group.

Junto a la distribución, la flexibilidad se ha convertido en otro de los grandes criterios que están transformando estos espacios. “En los últimos años notamos una clara demanda hacia la versatilidad de los espacios”, explica Santi Carles. En este contexto, “las soluciones modulares y los muebles de buffet móviles están ganando muchísimo terreno porque permiten a los hoteles transformar el comedor en cuestión de minutos”. La posibilidad de adaptar una misma sala a diferentes usos, “un evento de empresa, un banquete o un almuerzo a la carta”, amplía las posibilidades de explotación del espacio y evita que el comedor quede condicionado a una única función. Además, estas estructuras, habitualmente dotadas de ruedas ocultas o módulos separables, ofrecen “una gran flexibilidad operativa sin renunciar a una imagen robusta, elegante y de instalación fija”.



^ Foto: Mychef

LA MAQUINARIA FORMA PARTE DEL DISEÑO DEL BUFFET DESDE EL INICIO.



Con la colaboración de: PEDRO VENTEO @Elmonochef

3Claveles
SPAIN 1930



EL ESTÁNDAR PROFESIONAL
PARA EL RITMO
REAL DE COCINA



Descubre la línea
escaneando el
código QR

3claveles.com



También Julián Pizzi observa este avance hacia sistemas más adaptables. “Las soluciones modulares continúan ganando protagonismo porque aportan la flexibilidad que exige el sector hotelero actual”. Una necesidad que responde a la propia dinámica de los establecimientos, donde los espacios deben adaptarse “en función de la ocupación, los horarios o el perfil de los huéspedes”. Por ello, “los módulos móviles, las estaciones temáticas configurables y los sistemas que combinan presentación y conservación permiten modificar la propuesta gastronómica sin realizar grandes inversiones o reformas”.

✓ Foto: Freepik



LO LOCAL YA NO ES SOLO UN ESLOGAN, SINO UNA DEMANDA.

La versatilidad afecta igualmente al propio equipamiento. “La flexibilidad es cada vez más importante, especialmente en hoteles donde un mismo espacio y equipamiento deben dar respuesta a necesidades muy diferentes a lo largo del día”, señala Ana Espuña. De ahí el interés creciente por soluciones compactas y multifunción, capaces de aprovechar mejor el espacio disponible sin multiplicar el número de equipos necesarios para cubrir cada servicio.

Entre ellas destacan los hornos combinados, que “permiten realizar múltiples procesos de cocción y adaptarse a diferentes servicios del hotel, desde el desayuno hasta comidas, cenas o eventos”. Cuando, además, se trata de equipos sencillos de manejar y conectados, “facilitan el control de la operativa diaria y permiten trabajar de una forma más organizada”.

A esta búsqueda de versatilidad se suman las soluciones de cocción acelerada, especialmente útiles para la regeneración de elaboraciones previamente preparadas y su servicio como recién hechas. Según explican desde Mychef, estos equipos permiten mantener la calidad de las preparaciones y, además, trasladar el servicio de comida caliente a diferentes puntos del establecimiento, “como un room service, un chiringuito o una zona de servicio”, sin necesidad de mantener permanentemente activa una cocina convencional.

En definitiva, como resume el planteamiento de Mychef, se trata de “contar con equipamiento versátil, fácil de manejar y capaz de adaptarse a diferentes momentos y espacios del hotel, aprovechando mejor la inversión y ampliando las posibilidades de servicio”.

Equipamiento y maquinaria

Si la distribución determina cómo se mueve el huésped y cómo trabaja el equipo, la maquinaria es la que termina de dar sentido a esa operativa. La tendencia apunta hacia soluciones capaces de combinar prestaciones y eficiencia con una integración cada vez más natural en el mobiliario, hasta el punto de que determinados equipos pasan de ser elementos puramente técnicos a formar parte de la propia experiencia del desayuno.

“La maquinaria debe formar parte del diseño del buffet desde el principio, buscando un equilibrio entre estética, funcionalidad y eficiencia operativa”, explica José Luis Espinosa Puig. Desde su experiencia, las soluciones deben estar pensadas “para integrarse de forma natural en diferentes espacios y facilitar el trabajo del hotel sin perder de vista la experiencia del



RATIONAL live.
Descubre la eficiencia
para grandes cocinas.

Cubre más del 90% de las aplicaciones culinarias con iCombi Pro e iVario Pro. La solución ideal para buffets, hoteles y cocinas de gran producción que buscan máxima eficiencia, calidad constante y procesos más ágiles. Descúbrelo en una demostración RATIONAL live.



Consulta las próximas
demostraciones



huésped”. Una concepción que también está cambiando la manera de entender los equipos que permanecen a la vista. “Hoy la maquinaria ya no tiene por qué ocultarse; en determinadas categorías puede convertirse en parte de la experiencia”, señala María Benítez.

El zumo es, en este sentido, uno de los ejemplos más claros. En una estación de autoservicio, “ver la fruta y cómo una exprimidora self-service prepara el zumo al instante transmite frescura, calidad y transparencia de forma muy visual”. La propia presencia del equipo se convierte así en parte del servicio y hace que aspectos como “el diseño industrial, las dimensiones, los acabados y la facilidad de uso” cobren cada vez mayor importancia. “La tecnología debe integrarse en la estética del buffet y, al mismo tiempo, contribuir a reforzarla”, apuntan desde Zumex Group.

Esta búsqueda de una experiencia más visible también se traslada a otros productos. Además de los exprimidores profesionales de naranjas, desde Mizumo destacan “soluciones complementarias, como peladores eléctricos de piña o tostadores profesionales, que permiten crear estaciones de producto fresco y preparado al momento”. De igual manera, las solu-

ciones de servicio automático permiten que el propio huésped disfrute de un zumo de naranja recién exprimido, “convirtiendo el proceso en parte de la experiencia del desayuno”.

Ahora bien, integrar maquinaria no significa necesariamente dejarla expuesta. En aquellos equipos cuya presencia puede romper la continuidad visual del buffet, el mobiliario y los materiales desempeñan un papel fundamental. “La clave reside en la personalización y en trabajar con materiales que permitan panelar y mimetizar las partes más técnicas de los equipos”, explica Santi Carles. Actualmente, añaden, es posible “encastrar placas de frío y de mantenimiento de calor totalmente al ras de las encimeras”, utilizando superficies que mantienen la temperatura necesaria sin que el huésped perciba visualmente “un electrodoméstico industrial en medio de la sala”.

El show cooking plantea, en cambio, una situación diferente. Aquí la maquinaria no solo puede quedar a la vista, sino que su presencia forma parte del atractivo de la estación. “Para zonas como el show cooking, que lógicamente tienen un gran atractivo visual, lo integramos como un auténtico escenario culinario dentro del mobiliario”, continúan desde SERHS Pro-

LO LOCAL HA DEJADO DE SER UN ESLOGAN PARA CONVERTIRSE EN UNA EXIGENCIA.

✓ Foto: Rational Ibérica



itac
PROFESSIONAL

**FRUTOS SECOS, FRUTAS
DESECADAS Y
CHOCOLATEADOS**

**ESPECIALISTAS
EN CADENAS
HOTELERAS**

Itac Professional lo forma un equipo de personas que trabaja no solo para ofrecerte el mejor producto, sino también el mejor servicio. Tu partner de negocio con el que no tendrás que preocuparte por nada.

- Expertos en el producto y en el sector de la hotelería.
- Gama para cocina, barra de bar y desayuno.
- Máximos estándares de calidad y de seguridad alimentaria.
- Selección de productos libres de alérgenos
- Servicio garantizado durante toda la temporada.

Itac Professional,
la marca B2B de Importaco
info@importaco-itac.com
www.itac-profesional.com



Conoce nuestra gama completa escaneando el código QR



INGREDIENTES SABROSOS Y SALUDABLES PARA BUFÉ



EL ACOMPAÑAMIENTO PERFECTO PARA EL MOMENTO
DEL APERITIVO Y DESAYUNOS



EL TOQUE QUE REALZA CUALQUIER RECETA

jects. Para ello, se incorporan “sistemas de extracción oculta o campanas de diseño que resultan tremendamente efectivos pero que se integran en la estética general del comedor”.

En estos espacios, por tanto, la maquinaria adquiere una dimensión más amplia. “En un buffet, especialmente cuando existen estaciones de showcooking o equipos visibles, la maquinaria forma parte de la propia experiencia del cliente”, apunta Ana España. De ahí que, además de las prestaciones técnicas, cobren importancia “aspectos como el diseño, la ergonomía, el nivel sonoro, la facilidad de limpieza y la integración con el mobiliario”.

Pero no todos los equipos tienen que estar necesariamente a la vista. La cuestión está en determinar qué procesos aportan valor cuando se hacen visibles y cuáles funcionan mejor en las zonas de apoyo. “Es interesante diferenciar qué equipos tienen sentido a la vista y cuáles deben permanecer en zonas de apoyo”, añade. Así, un horno profesional puede formar parte de una estación de show cooking cuando el proceso de elaboración aporta valor a la experiencia, mientras que otros equipos destinados exclusivamente a producción pueden permanecer en la cocina. Esto obliga a diseñar soluciones que, además de responder a las necesidades productivas, “puedan integrarse correctamente en espacios cada vez más abiertos y experienciales”.

Una vez resuelta esta integración entre maquinaria, mobiliario y espacio, aparece otra cuestión fundamental: qué equipamiento necesita realmente un buffet para funcionar con agilidad. No existe una fórmula única. “Porque depende del tamaño del hotel, el número de cubiertos, el tipo de oferta y el grado de elaboración propia”, continúan desde Mychef. Sí hay, sin embargo, determinadas categorías que adquieren un papel especialmente relevante: “equipos de frío y conservación, sistemas de mantenimiento de temperatura, hornos profesionales, equipamiento para regeneración, estaciones de bebidas y café y soluciones específicas para showcooking”.

La elección debe responder, además, a la propia filosofía del establecimiento. La tendencia actual pasa por integrar la tecnología “de forma cada vez más discreta y funcional”, señala Julián Pizzi, pero también por aprovechar aquellos equipos capaces de enriquecer la experiencia. Además, señala que “el avance tecnológico ha favorecido el crecimiento de las estaciones de show cooking”, aunque la clave está en que “la maquinaria aporte valor a la experiencia visual y gastronómica sin convertirse en un elemento invasivo dentro del espacio”.

Fotos: Pexels



ONNERA Contract

Proyectos
Cocinas
Buffets
F&B

Equipamiento



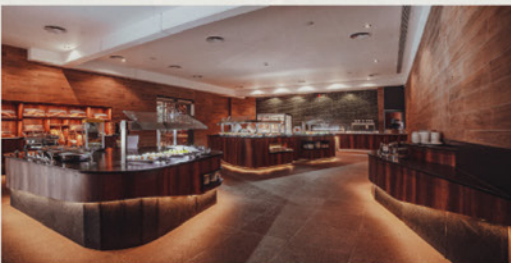
Calidad



Estética



Soluciones
integrales



Eficiencia



Optimización



Funcionalidad



Innovación



Precisión



Diseño

All in One

Somos tu
solución
integral

in Onnera Contract

@onneracontract

www.onneracontract.com

Dentro de la cocina caliente, el horno profesional destaca precisamente por esa capacidad de concentrar diferentes funciones. “El horno profesional tiene un papel especialmente versátil porque permite concentrar diferentes procesos en un mismo equipo”, explican desde Mychef. Durante el desayuno puede utilizarse para “hornear productos de panadería, cocinar huevos y elaboraciones calientes, preparar verduras o bacon, regenerar productos previamente elaborados o mantener una producción constante durante el servicio”. Una versatilidad que permite responder a distintas necesidades sin multiplicar el número de equipos.

Junto a estas soluciones, hay otros elementos que resultan especialmente importantes para absorber los picos de demanda. “Para garantizar que el servicio fluya, especialmente en las horas punta, hay equipos que resultan innegociables en cualquier instalación”, apunta Santi Carles.

También resulta fundamental garantizar la correcta conservación de los alimentos expuestos. En este punto, SERHS Projects considera “vital toda aquella maquinaria que permita la exposición segura de lácteos o embutidos cumpliendo las normativas de conservación”. Es una parte menos visible para el huésped, pero imprescindible para que el servicio pueda mantenerse de forma segura y constante durante toda la franja de desayuno.

En definitiva, “el equipamiento debe adaptarse al concepto y al volumen de cada hotel. Lo importante es contar con solu-

LA DISTRIBUCIÓN
DEBE FACILITAR
EL MOVIMIENTO
DEL HUÉSPED Y EL
TRABAJO DEL EQUIPO.



Fotos: SERHS Projects,



IBERITAL

EDICIÓN LIMITADA

Inspirada en momentos
inolvidables



iberital.com

@iberital_official

@IberitalOfficial

@Iberital

@Iberitalcoffee

@iberital

ciones que garanticen un servicio fluido, constante y sencillo de gestionar”, explica José Luis Espinosa Puig. En su caso, el exprimidor profesional de naranjas constituye el equipo principal para ofrecer zumo recién exprimido de forma continua, mientras que “los tostadores profesionales o los peladores eléctricos de piña” pueden complementar la propuesta y facilitar la preparación de productos frescos.

La cuestión, por tanto, no consiste en incorporar más maquinaria, sino en seleccionar y dimensionar la adecuada para cada espacio y cada nivel de demanda. “La clave está en dimensionar correctamente cada equipo según la ocupación y las necesidades reales del establecimiento”, concluyen desde Mizumo. De esta manera, la tecnología deja de ser un elemento añadido para convertirse en una parte más del diseño del buffet, capaz de sostener la operativa sin perder de vista aquello que finalmente percibe el huésped: un servicio ágil, cuidado y coherente con la experiencia que el hotel quiere ofrecer.

Eficiencia operativa y sostenibilidad

Las horas de desayuno concentran una elevada intensidad de trabajo en los hoteles. Producción, reposición, limpieza y atención al cliente deben desarrollarse de forma ágil y coordinada, haciendo que la elección de la maquinaria y el mobiliario tenga una incidencia directa tanto en la operativa como en los costes del servicio. Por ello, desde Mychef indican que “la eficiencia de la maquinaria repercute directamente en los tiempos de trabajo, el consumo y los costes operativos”, explican desde Mychef. De ahí la importancia de valorar el equipamiento más allá de su precio inicial: “cuánto consume, qué capacidad productiva ofrece, cuánto tiempo requiere el personal para utilizarlo y limpiarlo y qué necesidades de mantenimiento tendrá”.

Esta visión a largo plazo también la destaca Zumex Group: “En hotelería hay que pensar en el coste total: tiempo de limpieza, personal necesario, consumo de materia prima, mantenimiento y autonomía”. Por otro lado, el dimensionamiento de los equipos es otro de los aspectos determinantes. “Condiciona por completo el día a día del personal y la rentabilidad del servicio”, señalan desde SERHS Projects. Apostar por maquinaria adecuada al volumen real del hotel permite “reducir drásticamente los viajes a cocina y los tiempos de reposición”, liberando al personal para centrarse en “la atención y amabilidad hacia el huésped”.

En la misma línea, desde Mizumo recuerdan que “la elección del equipamiento debe valorarse más allá de la inversión inicial”. El consumo, la facilidad de limpieza y mantenimiento, la durabilidad y la capacidad “tienen un impacto directo en la eficiencia y el coste operativo”.

A esta eficiencia operativa se suma la energética. Desde SERHS Projects destacan que invertir en “tecnología de alta

▼ Foto: SERHS Projects,



▼ Foto: Rational Ibérica



mychef.®

MUCHO + MÁS QUE UN HORNO

Tecnología de cocción para cada momento **de tu cocina.**



QUICK WAVE
Cocción **acelerada**

Ideal para tapas y platos rápidos



iCOOK
Cocción **gastronómica**

Para tu servicio de comidas y platos elaborados

Tu cocina **siempre activa**

Servicio continuo.
Opciones para una cocina siempre lista

Más rentabilidad.
Optimiza tu tiempo y tus recursos

Un horno para cada momento.
Rapidez, precisión y máxima calidad



¿Quieres verlo en acción?
Solicita una **demostración gratuita**



eficiencia energética, como sistemas con aislamientos térmicos optimizados e iluminación LED”, permite reducir el consumo eléctrico y “minimizar costes operativos a largo plazo”, además de facilitar las labores de mantenimiento.

La tecnología puede contribuir igualmente a optimizar el funcionamiento diario. “La elección correcta del equipamiento tiene un impacto directo sobre la rentabilidad del servicio”, apuntan desde Rational, destacando que “los equipos inteligentes optimizan consumos, reducen tiempos de producción y facilitan las tareas de limpieza”.

En definitiva, la eficiencia del buffet no depende únicamente de consumir menos, sino de aprovechar mejor los recursos y simplificar la operativa. Como concluyen desde Mychef, “la eficiencia no consiste únicamente en consumir menos, sino en conseguir que la inversión en equipamiento se traduzca en una operación más ágil, productiva y rentable”.

La nueva oferta de desayuno

La evolución del buffet también se refleja directamente en los productos que llegan a la mesa. El huésped actual es más exigente y selectivo con su alimentación, y esa transformación está llevando a los hoteles a ampliar y, sobre todo, a diversificar sus propuestas. “El cliente actual está infinitamente más informado y es más exigente y selectivo con su alimentación. Esto nos obliga a ampliar enormemente la oferta”, explican desde SERHS Projects, donde señalan que ya no basta con el surtido continental tradicional y que los hoteles incorporan “córniers” específicos para responder a diferentes requerimientos dietéticos.

Esta diversificación no implica únicamente sumar referencias al buffet. Desde Mizumo observan una evolución desde un modelo centrado principalmente en la variedad hacia otro en el que “ganan peso la calidad, la frescura y la preparación al momento”. Una tendencia que también apunta Mychef, para quien el cliente “ya no busca únicamente cantidad, sino productos de mayor calidad, opciones más saludables, alternativas vegetales, productos locales y propuestas que respondan a diferentes preferencias y necesidades”.

En este contexto, la personalización adquiere cada vez más importancia. “De la propuesta tradicional hemos pasado a opciones más personalizadas, donde el cliente busca una experiencia alineada con su estilo de vida”, explica Oscar Rufo, Responsable Food Service Grandes Cuentas de Importaco. Desde la compañía añaden que se busca “una selección de

Foto: SERHS Projects,
Foto: Mychef
Foto: MiZumo



¡NUEVO!

BASE PARA

TORTILLA DE PATATA

¡Con cebolla y sin cebolla!

¡LISTA PARA MEZCLAR, CUAJAR Y SERVIR!

☒ Patata pochada

☒ Corte y textura tradicional

☒ Resultado constante

Menos preparación, más tu toque.





www.bonduelle-foodservice.es

productos más cuidada y relevante, pero con impacto sobre el consumidor”, favoreciendo además una mayor rotación en el buffet.

Junto a esta mayor diversidad, también se refuerza el interés por el producto fresco y las elaboraciones vinculadas al entorno. “La oferta actual busca combinar variedad, calidad y autenticidad”, señalan desde RATIONAL, destacando el crecimiento de las opciones vegetarianas, veganas, sin gluten y sin lactosa, así como el interés por los productos de proximidad y las propuestas inspiradas en la gastronomía local.

La preparación en directo y la regeneración justo antes del servicio son, asimismo, parte de esta evolución. Así, apuntan hacia “buffets más dinámicos”, con una parte importante de la oferta preparada en directo o regenerada antes del servicio para garantizar una mayor calidad percibida. Esto introduce, al mismo tiempo, una mayor complejidad para la cocina. “Ofrecer más variedad implica también gestionar más elaboraciones y procesos diferentes”, explican desde Mychef, lo que hace especialmente relevante disponer de equipamiento versátil para cocinar, regenerar y mantener los productos en condiciones óptimas.

Pero ampliar la oferta no significa necesariamente multiplicarla de forma indiscriminada. A la hora de definir una propuesta equilibrada, “el primer criterio es entender que más variedad no significa necesariamente más valor”, apuntan

desde Zumex Group. Para ello, resulta necesario analizar aspectos como “rotación, coste de materia prima, merma, tiempo de manipulación y capacidad de cada producto para mejorar la experiencia del huésped”.

También desde Mychef inciden en la necesidad de conocer tanto al cliente como el volumen de servicio antes de definir la propuesta. “Variedad no significa necesariamente tener

EL DESAYUNO ES UNO DE LOS MOMENTOS MÁS IMPORTANTES DE LA ESTANCIA Y PUEDE MARCAR LA PERCEPCIÓN FINAL DEL HUÉSPED.

✓ Foto: Freepik



Soluciones de ventilación para cocinas profesionales

Mandru Zubizarain



Entornos mucho más limpios, confortables y seguros

Mandru



ECOLOGY UNIT CERTIFICADA F400 CON FILTRACIÓN ELECTROSTÁTICA Y VENTILADOR INTEGRADO



Soluciones respetuosas con el medioambiente que aseguran un tratamiento eficaz del aire antes de su expulsión al exterior



Conjunto certificado F400 según la norma EN 12101-3

Caja de ventilación y filtros ensayados conjuntamente





^ Foto: Pexels

MÁS VARIEDAD NO SIGNIFICA NECESARIAMENTE MÁS VALOR.

más producto, sino ofrecer opciones relevantes y de calidad que respondan a las expectativas del huésped”. Una planificación adecuada permite, además, ajustar las cantidades y controlar mejor la producción.

En este sentido, la gestión de las cantidades y la regularidad del producto durante el servicio adquieren un papel fundamental. Así, continúan señalando que “la planificación de la producción es clave para ajustar cantidades y evitar mermas”, pero también para garantizar que el producto mantenga el mismo nivel durante todo el servicio. La tecnología puede contribuir a ello mediante un mayor control de los procesos de cocción y unos resultados más homogéneos.

La idea de equilibrio también aparece en la propuesta de RATIONAL: “La clave no es incorporar el mayor número posible de referencias, sino diseñar una oferta inteligente basada en el conocimiento del cliente y en los datos de consumo”. De esta manera, es posible ajustar la producción, reducir excedentes y mantener bajo control la complejidad de la operativa.

Finalmente, desde SERHS Projects ponen el foco en el formato de presentación como una herramienta más para conjugar experiencia y rentabilidad. “Resulta clave apostar por

formatos de presentación más controlados”. Las raciones individuales, los pequeños cuencos o las cocciones al momento pueden “transmitir al cliente una imagen de abundancia y cuidado exquisito”, mientras ayudan al hotel a minimizar las mermas y garantizar la rentabilidad del servicio.

Tendencias en producto

Las nuevas demandas del huésped están dibujando un buffet en el que salud, producto local, sostenibilidad y premiumización conviven con las propuestas más tradicionales. Pero, más allá de incorporar nuevas categorías, también cambia la forma en la que se presentan y se hacen visibles estos valores. “Salud, producto local, sostenibilidad y premiumización continúan siendo grandes tendencias, pero creo que estamos entrando en una fase más madura: el consumidor quiere que esos conceptos sean visibles y creíbles”, señala la Head of Marketing de Zumex Group. En este sentido, “ya no basta con escribir ‘natural’ en un cartel”.

Asimismo la Head of Brand & Communications de Mychef observa “una evolución hacia una oferta más diversa y con mayor valor percibido”. El cliente presta mayor atención al origen y la calidad de los productos, busca opciones saludables y

equilibradas y espera encontrar alternativas vegetales y propuestas adaptadas a diferentes preferencias.

El producto local gana igualmente protagonismo. “Lo local ha dejado de ser un eslogan para convertirse en una exigencia”, apunta el director de SERHS Projects, que destacan el valor del concepto de “Kilómetro 0” por su capacidad para conectar al huésped con el territorio. Al mismo tiempo, las opciones plant-based “han pasado de ser un rincón anecdótico a ocupar un lugar protagonista y muy demandado”.

Las propuestas saludables y de proximidad conviven con una mayor atención a la sostenibilidad. El National Corporate Chef de RATIONAL indica que las opciones plant-based, los productos de proximidad y de temporada continúan creciendo, mientras que la sostenibilidad adquiere importancia tanto en la selección de ingredientes como en los procesos de producción y conservación.

También se consolida una clara tendencia hacia la premiumización. “El cliente actual agradece más un café de especialidad bien extraído, una panadería artesanal de masa madre o aceites de oliva virgen extra de distintas variedades, antes que una sobreabundancia de productos más industriales”, explican desde SERHS Projects. Mientras que desde RATIO-



^ Foto: Pexels



SWISS CLASSIC



EL BUFFET DEBE DISEÑARSE PENSANDO SIMULTÁNEAMENTE EN DOS FLUJOS: EL DEL HUÉSPED Y EL DEL EQUIPO DE COCINA.



^ Fotos: Mychef

NAL apuntan igualmente hacia “más productos artesanales, estaciones de cocina en vivo, elaboraciones personalizadas y presentaciones más cuidadas”.

En esta evolución aparecen también productos concretos vinculados a la alimentación saludable. El responsable Food Service Grandes Cuentas de Importaco destaca el crecimiento de los productos ricos en proteína, fibra e integrales, así como de las bebidas vegetales y las opciones veganas. Dentro de esta categoría, los frutos secos han adquirido especial relevancia, con nueces, avellanas y pistachos, junto a las frutas desecadas como alternativa para endulzar el desayuno de forma natural.

Así pues, en un buffet cada vez más diverso, el producto también se convierte en una herramienta para construir una experiencia diferenciada. “Como solemos decir en el sector: seguimos comiendo con los ojos”, recuerdan desde SERHS

Projects. Una presentación ordenada, cuidada y atractiva puede elevar la percepción de calidad del alimento y del conjunto del desayuno.

La puesta en escena adquiere así un papel relevante. “Detalles como la armonía cromática de los ingredientes, el uso de un menaje adecuado, maderas, cerámicas artesanales, pizarras, y, por supuesto, una correcta iluminación enfocada a destacar las texturas del producto, transforman por completo la experiencia”, explican desde SERHS Projects.

La dimensión visual resulta especialmente importante en un servicio como el buffet. “Antes incluso de probar un producto, el huésped ya ha empezado a valorar su calidad a través de cómo se presenta, cómo se conserva y cómo se prepara”, señalan desde Zumex Group. Y es precisamente la preparación al momento una de las herramientas con mayor capacidad para generar valor. “Ver cómo se exprime una naranja trans-

forma un simple vaso de zumo en una experiencia y refuerza conceptos como frescura, calidad y cuidado por el producto”.

Esta puesta en valor no tiene que traducirse necesariamente en un incremento del precio. Según comentan, ofrecer productos frescos y preparados al momento “ayuda a justificar mejor ese precio ante el huésped, elevar su satisfacción y diferenciar la experiencia del hotel”. En definitiva, “no se trata necesariamente de cobrar más, sino de conseguir que el cliente perciba que recibe más por lo que ya está pagando”.

También desde Mychef apuntan a la importancia de estos pequeños elementos: “una elaboración bien presentada, una estación cuidada o un producto recién terminado generan una percepción de mayor frescura y calidad”. Detalles que, dentro de una propuesta cada vez más amplia y personalizada, pueden terminar convirtiendo el desayuno en uno de los elementos reconocibles de la experiencia del hotel.

SALUD, PRODUCTO LOCAL, SOSTENIBILIDAD Y PREMIUMIZACIÓN CONTINUÁN SIENDO GRANDES TENDENCIA.