

hostelpro

proyectos y proveedores de hostelería y restauración

ESPECIAL PROYECTOS HOTELEROS

CATALONIA RONDA, MÁLAGA

MB BOUTIQUE HOTEL, NERJA

REPORTAJES

Cocinas Industriales

Higiene en el hotel

Amenities

ENTREVISTAS



José Asenjo
LA MANGA CLUB



Mariana Márquez
CATALONIA RONDA, MÁLAGA



Jonathan Méndez
MB BOUTIQUE HOTELS

Donde los Game Changers encuentran la innovación



+12.000

Empresarios
y Directivos

+200

Expositores

+250

Speakers
Internacionales

6 Escenarios

Junto a:

**RESTAURANT
TRENDS** MARCAS DE RESTAURACIÓN

 **Presenta tus soluciones más innovadoras:**



ALIMENTACIÓN



BEBIDAS



EQUIPAMIENTO



INTERIORISMO



PACKAGING



MENAJE



INSTALACIONES



TECNOLOGÍA

HIP ES UN EVENTO EN COLABORACIÓN DE:

NEBEXT
NEXT BUSINESS EXHIBITIONS



PARA MÁS INFORMACIÓN:

M. exhibit@expohip.com · T. 917 942 830

#HIP2018

www.expohip.com



Foto: MB Boutique Hotel, Nerja

SUMARIO



Foto: Catalonia Ronda, Málaga

Secciones /

Interiorismo 04

Soluciones Hoteleras 84

Novedades del Sector 87

Establecimientos del Canal 88

Proveedores del Canal 89

Agenda 90

Portada: Catalonia Ronda,
Málaga

Fotografía: Catalonia Ronda,
Málaga

PÁGINA 04. INTERIORISMO
Mercè Borrell Disseny D'Interiors



PÁGINA 16. PROYECTO HOTELERO
Catalonia Ronda, Málaga



PÁGINA 26. REPORTAJE
Cocinas Industriales, nuevas aplicaciones



PÁGINA 54. ENTREVISTA
Jonathan Méndez, Fundador y
propietario de MB Boutique Hotels



PÁGINA 74. REPORTAJE
Amenities



PÁGINA 10. ENTREVISTA
José Asenjo, Director
General de La Manga Club



PÁGINA 22. ENTREVISTA
Mariana Márquez,
Directora Catalonia Ronda, Málaga



PÁGINA 48. PROYECTO HOTELERO
MB Boutique Hotel, Nerja



PÁGINA 56. REPORTAJE
Higiene en el hotel, tecnología actual



**pro
tienes
das**

Editorial Protiendas, S.L.
Avda. Juan Carlos I, nº 13 - 6º A
Edificio "Torre Garena"
28806 Alcalá de Henares (Madrid)
Tel. 91 802 41 20 / Fax. 91 802 01 32
www.promateriales.com
www.editorialprotiendas.com
redaccion@editorialprotiendas.com
contacto@editorialprotiendas.com

P.V.P. del ejemplar: 15 euros

STAFF

Editora / Directora / Pilar Romero
Socio / Editor / Martín Aleñar
Redactora Jefe / Laura García
Redactores y Colaboradores /
David Ramos y Mario Ortega
Administración / Alicia Ecíja
Marketing online / José F. García Cervera

Directora de Arte / Marisol Navalón
Directora de Publicidad / Carmen Sánchez
Departamento Comercial / Paloma Elices
y Gema Cascales
Marketing y Comunicación / Teresa Font
Redes Sociales / Sergio Pablos
Soporte Informático / Dimanet Informática
Soporte Web / Cibeles Group

Impresión y Fotomecánica:
Advantia Comunicación Gráfica, S.A.
Formación, 16 - Pol. Ind. Los Olivos
28906 Getafe (Madrid)

Depósito Legal: M-12454-2012
ISSN: 2254-2809

Prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos aparecidos en esta publicación sin
previa autorización por escrito de Editorial Protiendas S.L. Las opiniones y artículos publicados
son responsabilidad exclusiva del autor, sin que esta revista las comparta necesariamente.

AEDHE
ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS DEL HENARE

f Promateriales
Arquitectura Actual

t Promateriales
@Arquitectura_PM

in Promateriales
(Editorial Protiendas S.L.)



Foto: Mercè Borrell. (Mercè Borrell Disseny D'Interiors)

ENTREVISTA: Mercè Borrell

MERCÈ BORRELL DISSENY D'INTERIORS

Mercè Borrell Disseny d'Interiors es un estudio de interiorismo pluridisciplinar con gran experiencia en el diseño de establecimiento hoteleros de reconocido prestigio, además de ofrecer soluciones a todo tipo de espacios, tanto de uso público como comercial o privados, de pequeño o gran formato... Fundado y liderado en 1993 por la interiorista Mercè Borrell, sus proyectos de interiorismos se caracterizan por un estilo contemporáneo, elegante e intemporal, respetuoso con el entorno y también con las raíces culturales y los elementos del pasado de cada proyecto que acomete. "Cada obra es una ilusión, un descubrimiento, un conocimiento, una intuición y múltiples interpretaciones de deseos y necesidades en relación con mis clientes", indica Mercè Borrell. Conozcamos más acerca de su trayectoria en la siguiente entrevista.

Explícanos brevemente el desarrollo de tu carrera profesional

Empecé a trabajar por mi cuenta con mi propio despacho de interiorismo y me comencé a especializar en el mundo hotelero un poco por azar.

Mi mentora, que trabajaba en el sector, fue la que me introdujo en el mundo del interiorismo hotelero y, desde entonces, he progresado dentro del sector. En 1993 fundé mi propio estudio.

¿De dónde nace esa pasión por la decoración y el interiorismo?

Es una pasión que nace de la emoción que sentía de niña al ver una cosa bonita, algo que me transmitiera una sensación agradable, la belleza, la sensibilidad...

¿Cuál es el proceso de tu trabajo? Es decir, ¿cómo se desarrolla desde que el cliente contacta contigo hasta que el proyecto está finalizado?

El trabajo siempre empieza con una idea inicial después de haber visitado el lugar y de haber conocido a los clientes. Esta idea se trabaja al principio en una escala lejana, en un plano general, y a medida que el proceso avanza esta escala se va ampliando, empiezan a aparecer los detalles, la piel, la iluminación, y el proyecto se va vistiendo progresivamente. Esto culmina en la realización del proyecto, proceso en el que se trabaja muy estrechamente con los industriales, que son al final quienes transmiten las ideas a la realidad.

¿Cómo definirías tu estilo en los proyectos que realizas?

Definiría mi estilo como atemporal, moderno, elegante con un enorme respeto a lo que me encuentro en un lugar, a la arquitectura preexistente. Para mí es esencial ser respetuosa con el entorno y también con las raíces culturales y los elementos del pasado de cada proyecto que acometo. Me gusta dotar a los espacios de una belleza atemporal, aquella que perdura con el paso del tiempo, basada en la elegancia y la sofisticación... Sin duda, se logra un buen resultado de un proyecto cuando éste tiene la capacidad de envejecer con dignidad.

Foto: Mesa del chef Lasarte



"Definiría mi estilo como atemporal, moderno, elegante con un enorme respeto a lo que me encuentro en un lugar, a la arquitectura preexistente..."

¿Cuál es tu toque diferenciador? ¿Qué te diferencia de otros decoradores e interioristas?

La sensibilidad, el mimo, el amor al proyecto desde el inicio hasta el fin y la dedicación que le doy a cada uno de mis proyectos.

Cada obra es una ilusión, un descubrimiento, un conocimiento, una intuición y múltiples interpretaciones de deseos y necesidades en relación con mis clientes. En mis proyectos, hay dos elementos esenciales siempre: la sorpresa y la emoción, y hasta que el proyecto no fluye en mi mente, no termino.

¿Eres partidaria de la mezcla de estilos en la decoración o prefieres ser fiel a uno solo?



Foto: Hotel Monument Barcelona 5GL

Depende siempre del cliente y también de las particularidades de cada proyecto en concreto, pero

pienso que, en general, la fusión siempre enriquece los espacios y los nutre de un carisma propio. Buen ejemplo de ello es la




VICTORINOX

SWISS CLASSIC



Foto: Hotel Condes de Barcelona

más reciente renovación del hotel Condes de Barcelona, donde hemos conjugado un elegante estilo cosmopolita y urbano con la coexistencia del arte y la singularidad del pasado.

¿Qué elemento decorativo consideras el más importante en el diseño y la decoración de un establecimiento hostelero?

Es muy importante para mí el primer espacio que el cliente ve en un hotel, la recepción, ya que la primera impresión, el espacio de bienvenida, puede ser siempre un buen comienzo para la experiencia que tendrá el cliente en el hotel. Lo primero que “vemos” cuando entramos a un establecimiento implica una primera valoración y tenemos que ser capaces de “encontrar la razón” para

despertar interés y evocación en los huéspedes.

Desde el punto de vista del interiorismo y la decoración, ¿qué hace, para ti, que un hotel sea un lugar, acogedor y agradable para los clientes?

Que un hotel sea un lugar agradable lo hace la experiencia conjunta de los distintos elementos que componen el interiorismo: una luz adecuada para cada ambiente, una música bien escogida, un mobiliario cómodo, un buen perfume...

La ilusión que el cliente proyecta, puede, perfectamente, que se le haya despertado viendo una flor, una copa

de cava cerca de una bañera, una buena toalla con el nombre del hotel...

El trabajo del interiorista empieza en saber detectar estos guiños y otras realidades y enfatizarlos. Saber hacer feliz a un huésped y que el hotelero se sienta orgulloso de su esfuerzo es uno de los retos más importantes a los que nos enfrentamos como interioristas.

Por otro lado, dado que en todos los sectores se está realizando un gran avance en la tecnología, ¿qué importancia tienen estos avances técnicos para tu profesión? ¿Cuáles son los más esenciales desde tu punto de vista?

Los avances en la tecnología en nuestra profesión se traducen en distintos aspectos.

Por un lado, la tecnología nos ha ofrecido una de nuestras mayores herramientas de trabajo, la visualización o renders. Un render supone que podamos mostrarle a nuestro cliente prácticamente una fotografía real de cómo será el espacio después de nuestra actuación. El cliente ya no tiene que imaginarse lo que le estamos explicando, sino que lo ve con sus propios ojos, y eso evidentemente hace que el proceso sea mucho más rápido y acertado.

Por otro lado, hay que destacar el avance tecnológico en los materiales, que cada vez tienen más prestaciones: resistencia, durabilidad, etc. Esto nos garantiza que el producto que estamos utilizando responderá a las expectativas de nuestro cliente.

Por último, destacar los avances tecnológicos en el campo de la domótica que pueden aplicarse a un hotel. En mi opinión, la

Foto: Piscina, camas balinesas



Foto: Hotel Condes de Barcelona



domótica puede ser una herramienta muy interesante, pero hay que ser consciente cuando lo aplicamos a una habitación de hotel que puede no ser tan positiva como esperamos.

El cliente hotelero suele ser un cliente que tiene una estancia corta y por lo tanto el poco tiempo que pase en un hotel puede no llegar a ser suficiente para que entienda y aprenda el funcionamiento de todos los controles tecnológicos. Esto genera el eterno debate de hasta qué punto es positivo más y más tecnología en las habitaciones hoteleras...

¿Qué retos plantea al interiorismo todo lo relacionado con la sostenibilidad?

Es evidente que nuestro trabajo forma parte de una cadena que tiene un considerable impacto en el medio ambiente, así que intentamos apostar por materiales de proximidad, de km 0, que tengan un buen envejecimiento y que se puedan reciclar.

Cuando utilizamos una piedra natural o mármol para un pavimento o un paramento

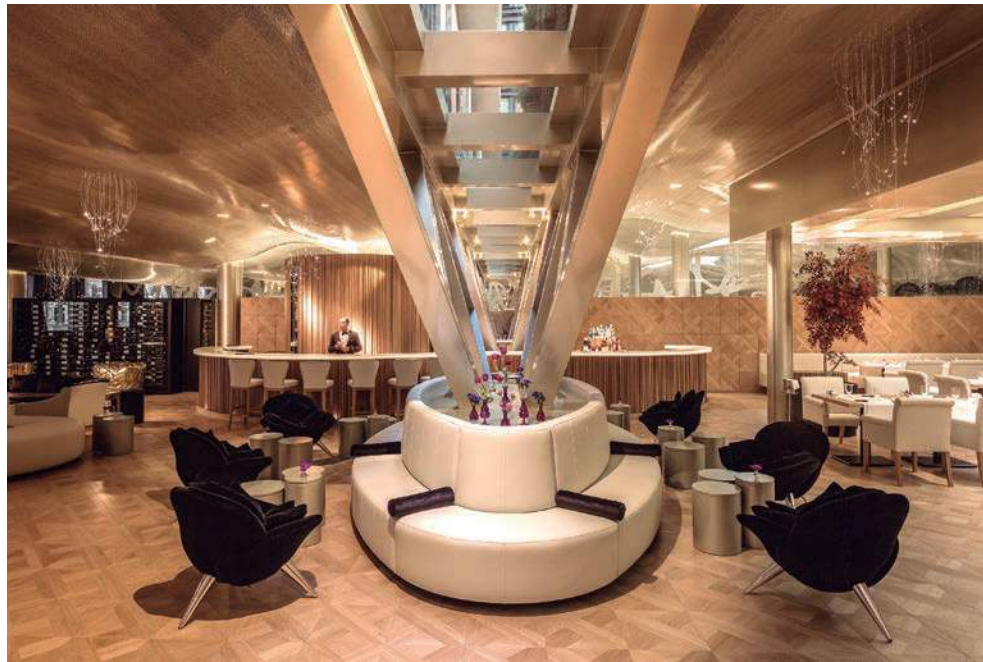


Foto: Hotel Monument Barcelona 5GL

vertical, si analizas lo que implica en cuanto a "impactos" te abre muchos debates internos..., aunque, claro está, es un material noble y envejece

perfectamente y absorbe con mucha dignidad el paso del tiempo.... Cuando usamos maderas nobles, nos ocurre lo mismo. El mismo debate, porque también

HOSTELCO
THE HOTEL & RESTAURANT TRADE SHOW

16-19 ABRIL 2018
RECINTO GRAN VIA

**HOSPITALITY INNOVATION
BECOMES BUSINESS**



Fira Barcelona

hostelco.com
#hostelco

felac
FEDERACIÓN ESPAÑOLA
DE ASOCIACIONES DE
FABRICANTES DE MUEBLES
PARA HOTELES, CALLEJEROS
E INDUSTRIAS AFINES

**Co-located
event:** **A**
Alimentaria 2018



Foto: Hotel España

envejece con gran dignidad, aunque tiene un lenguaje propio que quizá no todo el mundo comprende...

Los materiales tecnológicamente más modernos y avanzados, tienen problemas con la obsolescencia y su poca facilidad de reciclaje.

De todos los trabajos que has realizado, ¿cuál es el más especial o el que recuerdas con más cariño? ¿Por qué?

El trabajo que recuerdo con más cariño de mi carrera hasta ahora es el Hotel España. Intervenir en una auténtica joya del modernismo de Domènech i Muntaner como es el edificio que alberga el Hotel España fue un gran reto y, a la vez una gran experiencia personal y profesional.

Foto: Hotel Condes de Barcelona

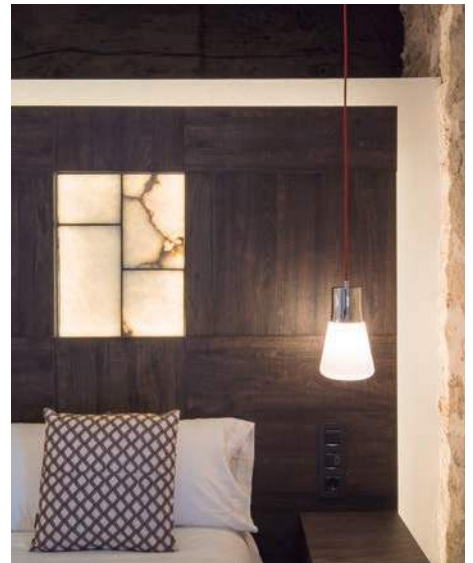


Foto: Hotel San Agustín

Para este proyecto activamos, ante todo, la palabra respeto, entendido como poner en valor cualquier detalle, tratarlo como pieza de museo, hacer convivir pasado y presente correctamente.

En el hotel España, en Barcelona, nos encontramos con una obra de Domènech i Muntaner perfectamente maltratada: pintura encima de maderas nobles, suelos de terrazo, esgrafiados preciosos tapados, iluminación deficiente y nosotros lo que hicimos fue tratar como una joya cualquier elemento del pasado que formaba parte de la historia, trabajarlo como hecho diferencial y ponerlo en valor.

En este proyecto, todo lo que el hotel necesita para formar parte del S. XXI, con modernidad, atrevimientos estéticos, etc., convive perfectamente y se amalgama con los elementos del pasado, ambos se fusionan dando un resultado muy interesante, primero para la ciudad porque recupera un valor, pero también para la propiedad del hotel y para sus huéspedes.

Y, por último, ¿en qué está trabajando actualmente?

Actualmente trabajamos en la reforma de distintos hoteles en varios puntos de Cataluña, además de viviendas unifamiliares y algunas intervenciones en el sector de retail.

Foto: Loidi Restaurant





El Gas de Repsol hace tu terraza más confortable todo el año

Ahora para los calentaplatos de tu terraza te ofrecemos el **alta** de la bombona **gratis**.

Además, cuentas con nuestro **asesoramiento técnico y de seguridad**.

Consulta todas las condiciones en el
901 100 125 o en sacgas@repsol.com



REPSOL

Inventemos el futuro



ENTREVISTA

José Asenjo

Director General de La Manga Club



«Tenemos un producto novedoso basado en experiencias y sensaciones únicas, una oferta global diferenciada, la gestión integral del negocio, una marca propia potente y reconocida y un entorno único en naturaleza, climatología, seguridad y privacidad, entre otras cosas...»

La Manga Club es un exclusivo resort turístico, deportivo y residencial alejado de cualquier masificación, donde privacidad y seguridad se han convertido en señas de identidad para mantener su selecto ambiente. Se ha convertido en zona de encuentro de la élite deportiva nacional e internacional, gracias a sus numerosas y profesionales instalaciones, dominadas por 3 campos de golf, un campo de tenis con 28 pistas, 8 campos de fútbol, Spa y Fitness Centre, un hotel de cinco estrellas, apartamentos de cuatro estrellas, una Cala abierta al Mar Mediterráneo y más de 15 bares y restaurantes, todo ello para disfrute de los huéspedes. José Asenjo, Director General de La Manga Club, nos describe el desarrollo de este complejo a lo largo de los años.

Han pasado 45 años desde su apertura, ¿cómo ha ido evolucionando la estrategia de crecimiento La Manga Club hasta el presente 2017?

Hemos ido evolucionando diversificando a nuestros clientes, los canales de venta, los productos y su origen. Nuestros clientes ya no sólo viajan de forma individual sino que también viajan en grupo.

Los canales de venta han evolucionado con el turismo y la tecnología, y se han incorporado nuevos canales de venta, desde cliente puro directo, al que llama al 'resort reservation centre' o reserva vía web; y en indirecto desde la agencia tradicional hasta los turoperadores y OTAs [agencias de viaje online].

También hemos incorporado nuevos mercados además del británico, como el escandinavo, alemán, español, del Benelux o francés...

Por último, en cuanto al producto, se han añadido al golf otros distintos como el turismo vacacional, fútbol, tenis, cricket, MICE [reuniones corporativas], etc.

Y, considerando la pasada coyuntura, ¿han podido lograr sus expectativas en cuanto a inversiones y visitas?

Se han recuperado las cifras de ocupación del periodo pre-crisis, no así de ADR. Después de la crisis, el cliente busca mucho más las ofertas y existe más competencia, y algunos canales de venta como la OTA ha ganado terreno al canal directo, por lo que se ha perdido rentabilidad en términos de Revpar, antes los ADR eran mayores.

Para sobrevivir durante la crisis se tuvo que cuidar mucho al cliente directo, muchos TTOO (turoperadores) desaparecieron y se tuvieron que sacrificar los precios, ahora estamos en la tarea de recuperarlos, como ya hemos hecho con la ocupación.

Hasta el 2007 había dinero en el mercado y el cliente miraba menos el precio que ahora. Adicionalmente a

Juanjo Ayelo
Fundador de Decourba

“Más allá de una
web, tengo una
estrategia digital”

Vodafone Digital Solutions

Con Vodafone Soluciones Digitales
tendrá el asesoramiento que necesita
para ganar visibilidad en internet y
conseguir más clientes.

Vodafone, su partner en la era digital.

observatoriovodafone.com

El futuro es apasionante.

Ready?



“El turismo ha evolucionado mucho en las últimas décadas, y el sentido de fidelidad también ha cambiado, ahora es el resort el que debe ser fiel al cliente y no el cliente al resort como antes...”

esto, el gasto per cápita del cliente es ahora más reducido, hay mucho más control del gasto familiar y empresas.

En cuanto a las inversiones, hasta ahora se han realizado a una escala modesta hasta donde nos podíamos permitir, por la situación en la que atravesaba la compañía (Academia de Golf, 37 Spike & Sports Bar, The Village, campos de golf, centro de cricket...), pero a partir de ahora el objetivo es que estos cambios sean más ambiciosos.

Actualmente, ¿cuáles son las principales magnitudes de La Manga Club? (superficie, número de habitaciones, empleados, ocupación...)

La Manga Club abarca una extensión de 560 hectáreas, en las que se encuentran 2.300 viviendas y donde La Manga Club convive como negocio de hostelería, de ocio y de deportes. En sus instalaciones se incluyen:

- Un hotel de cinco estrellas, con ocupación media del 65%, y apartamentos de cuatro estrellas, con ocupación media del 60%, y una oferta de más de 800 camas
- 3 campos de golf de 18 hoyos, 1 campo de prácticas y 1 pitch&putt
- Un centro de tenis con 28 pistas
- 8 campos de fútbol tamaño FIFA
- Un Wellness Centre de 2.000 m² (spa, centro de alto rendimiento y gimnasio)
- Más de 15 bares y restaurantes.

Todas estas instalaciones y servicios se mantienen gracias a nuestro equipo: somos más de 400 empleados todo el año, que se incrementan a más de 500 en temporada alta.

Siendo una clientela completamente distinta a la acostumbrada en el turismo de playa, ¿qué servicios



Foto: La Manga Club Resort

ofrece La Manga Club para adaptarse a este nuevo tipo de huésped?

El cliente ya no busca solamente disfrutar de sol y playa o practicar deporte (jugar al golf, al tenis...) de forma aislada, nosotros podemos ofrecer al cliente lo que busca hoy en día, somos una empresa que gestionamos de forma integral el negocio, somos multiproducto, por lo que podemos y debemos optimizar la experiencia del cliente al máximo. Nuestras experiencias están basadas en el ocio-deporte que se complementan con gastronomía, salud y bienestar, cultura y medioambiente.

Por otra parte, el turismo ha evolucionado mucho en las últimas décadas, y el sentido de fidelidad también ha cambiado, ahora es el resort el que debe ser fiel al cliente

y no el cliente al resort como antes, si se quiere incrementar cifra es fundamental que seamos fieles a nuestros clientes, evolucionar con ellos y ofrecerles experiencias únicas para superar sus expectativas.

¿Qué hace que sean exclusivos frente a otras opciones?

Tenemos un producto novedoso basado en experiencias y sensaciones únicas, una oferta global diferenciada, la gestión integral del negocio, una marca propia potente y reconocida y un entorno único en naturaleza, climatología, seguridad y privacidad, entre otras cosas.

¿Qué principales espacios son los más destacados La Manga Club?

Los campos de golf, el Hotel Príncipe Felipe 5*, así como el estar ubicados en

Foto: La Manga Club Resort



**BOSCH**

Innovación para tu vida



Buderus ahora es Bosch

Una nueva marca, una misma esencia.

www.bosch-industrial.com

Buderus llegó a España en 1999 y comenzamos a formar parte de Bosch en 2003.

Ahora, solamente cambiamos nuestro nombre para abrazar el futuro manteniendo toda la esencia de Buderus en nuestros productos.

Seguimos apostando por la innovación para hacer la vida más sencilla, con el fin de poder ser cada día más eficientes.



Foto: La Manga Club Resort

un entorno natural, en el corazón de un parque natural, con el Mar Menor y el Mar Mediterráneo bañando nuestra costa.

Por otro lado, y desde su punto de vista, ¿dónde reside el éxito de esta cadena hotelera?

Actualmente no pertenecemos a ninguna cadena hotelera aunque sí pertenecemos a Hyatt hasta el 2009; estamos dentro del grupo de los llamados hoteles-resort independientes. El éxito de La Manga Club se basa en que los clientes viven experiencias únicas en un entorno de excepcional belleza natural, junto al Parque Natural de Calblanque y el mar Mediterráneo, con más de 350 días de sol al año y con unas instalaciones deportivas, infraestructuras, servicios completos, privacidad y seguridad 24

horas, así como una variada oferta de ocio y un servicio exclusivo.

En definitiva, somos no un resort de ocio y deportes si no un resort destino con experiencias de ocio y deportes donde la gastronomía, la seguridad, la cultura, el entorno, la privacidad, tranquilidad, la salud y bienestar forma parte de la ecuación final.

¿En España se están haciendo las cosas bien en materia hotelera o hay mucho por mejorar? ¿Qué diferencia a nuestro sector hotelero de los sectores hoteleros del resto de Europa?

Actualmente se están haciendo las cosas bien, pero aún hay mucho

por mejorar. Debemos desarrollar el turismo sol y playa mucho mejor. En España contamos con el sol, las instalaciones y la infraestructura pero tendríamos que seguir realizando el proceso de renovación de hoteles para mejorar la experiencia del cliente, para fidelizarlo y para que su gasto per-capita sea mayor, aquí tenemos mucho recorrido todavía, por eso me refiero al sol y playa: debemos mejorar la ecuación con deporte, cultura, gastronomía, bienestar, ese es nuestro gran reto, el gasto per-cápita y no tanto en número de visitantes.

El sector hotelero español es más dinámico que el europeo y más experimentado en vacacional de costa que de ciudad, aunque ha habido muchos avances en este sentido en la última década, además creo que se adapta mucho más rápido a las exigencias del cliente.

De cara al futuro, ¿podría avanzarnos alguna estrategia de su grupo para el presente ejercicio?

El primer plan estratégico lo cumpliremos este año 2017 y estamos ya con el segundo, a cinco años (2018-2022), que tiene que venir acompañado de forma obligatoria de profundas inversiones para mejorar activos como el Hotel 5*, Las Lomas Village (apartamentos 4*) y todas las instalaciones deportivas, Wellness

Fotos: La Manga Club Resort





Foto: La Manga Club Resort

Centre y restaurantes, para así situar este resort como “Mejor Resort de Ocio y Deportes de Europa” para la clase media y media-alta.

Por otra parte, a nivel operativo, el binomio de la importancia cliente-empleado está en el centro de la estrategia, todas nuestras decisiones te toman teniendo en cuenta este binomio para maximizar la experiencia de nuestros clientes, haciéndoles felices y cuidando a nuestros empleados para que se sientan felices y orgullosos de trabajar en La Manga Club, esta felicidad se la transmitirán a nuestros clientes.

Seguiremos adaptándonos al cliente, ofreciéndoles experiencias únicas,

Fotos: La Manga Club Resort



Foto: La Manga Club Resort

diversificando nuevos productos y mercados, potenciando estrategia cliente directo vs OTA y, por supuesto, invirtiendo.

Y por último, desde su experiencia, ¿podría darnos su valoración sobre la coyuntura actual y previsión futura del sector hotelero en España?

Por nuestra posición geográfica y garantía de sol y buenas temperaturas somos como “La Florida de Europa”, tanto en destino vacacional como de ciudad.

Desde los años 70 nuestro país vive por y para el turismo y la industria turística la principal del país. En España tenemos mucha experiencia en el sector turístico y somos una potencia a nivel mundial, tras Francia y Estados Unidos, nuestra climatología, cultura, patrimonio, gastronomía, infraestructuras aeroportuarias, carreteras, ferrocarril y hoteleras, nos hace muy fuertes y con potencial de mejora.

Debemos seguir creciendo y consolidarnos como país puntero, y podremos hacerlo siempre y cuando nos adaptemos y adelantemos a las necesidades del cliente, siéndole siempre fiel.



PROYECTO HOTELERO

Catalonia Ronda, Málaga

LAS VENTAJAS DE UN ENTORNO ÚNICO

El hotel Catalonia Ronda abrió sus puertas en julio de 2017 para convertirse en uno de los establecimientos mejor ubicados de toda la ciudad. Situado en pleno corazón de la preciosa localidad de Ronda, frente a la emblemática Plaza de Toros de la Real Maestranza y en la calle más comercial de la ciudad, el hotel cuenta con una magnífica fachada de estilo modernista incluida en el Plan de Protección del casco histórico de Ronda por su belleza y singularidad.

Foto: Catalonia Ronda, Málaga





Foto: Catalonia Ronda, Málaga

Ronda ha sido la elegida para la reciente apertura del nuevo hotel de la cadena Catalonia Hotels&Resorts. Considerada como fuente de inspiración de poetas, pintores, cineastas, músicos y escritores, muchos han sido los que han encontrado en sus calles, su serranía, sus monumentos o su historia, la luz necesaria para crear importantes obras culturales. Esta esencia creativa, unida a la fuerte tradición taurina, hacen de Ronda una ciudad con mucha personalidad.

Por ello, este fuerte carácter rondeño se ha querido plasmar en cada rincón del hotel, utilizando tonalidades y materiales distinguidos, nobles y refinados. Colores ocre y terrosos inspirados en el ruedo o púrpuras que aúnan la sangre del torero y la fuerte tradición vinícola acunada por Ronda, contrastan con las tonalidades de la Serranía, un milagro de agua, piedra y luz.

Dentro de este magnífico escenario se encuentra un inmueble de estilo

modernista, en el cual se ha alojado el nuevo establecimiento de Catalonia Hotels&Resorts. Este edificio cuenta con una magnífica fachada incluida en el Plan de Protección del casco histórico

de Ronda. Además, es una de las construcciones más emblemáticas de la ciudad del Tajo, contando con un enclave privilegiado, en las intersecciones entre Carrera Espinel y la calle Virgen de la

Foto: Catalonia Ronda, Málaga



“Este fuerte carácter rondeño se ha querido plasmar en cada rincón del hotel, utilizando tonalidades y materiales distinguidos, nobles y refinados...”

Paz, en pleno centro histórico rondeño y a escasos metros del conocido Puente Nuevo.

Teniendo en cuenta este entorno y las características de la ciudad, en su interior, el Catalonia Ronda, ha optado por sorprender a sus huéspedes con una pintura hiperrealista de grandes dimensiones ubicada en las paredes del patio principal del edificio. El autor Carles Arola ha conseguido, gracias a una peculiar técnica pictórica, crear un patio andaluz generando una ilusión de realidad a partir del dominio de la perspectiva y del claroscuro. El uso de fuertes contrastes entre volúmenes, unos iluminados y otros ensombrecidos, consigue confundir al ojo



Foto: Catalonia Ronda, Málaga

humano, siendo complicado distinguir lo pintado de lo real. Este sorprendente espacio interior sumerge al huésped en un entorno mágico, generando una experiencia única dentro del hotel.

Por otro lado, otra de las características principales de este establecimiento es su impactante situación, de gran cercanía con la Plaza de Toros. Considerada una de las más antiguas y monumentales

A photograph of a young girl with brown hair in a bun, sitting in a white bathtub. She is looking towards the camera with a slight smile. A white towel is draped over her shoulders. In the background, there are green plants and a white wall.

EGi
AUDIO SOLUTIONS
www.egiaudio.com

AUDIO BLUETOOTH
Y MEDIA HUBS
PARA HOTELES

A photograph of a white rectangular audio device with a black front panel. It features a power button, a Bluetooth symbol, a TV/AUX input, a USB port, and a USB-Charger port. The device is labeled with the number 1210 on the left and 0803 on the right.

Conectar la música
para desconectar

Bluetooth® HDMI™ USB-CHARGER



Foto: Catalonia Ronda, Málaga

de España, la plaza es propiedad de la Real Maestranza de Caballería de Ronda y se encuentra al otro lado de la calle, a escasos metros de la fachada principal del hotel.

Beneficiándose de esto, algunas de las habitaciones, así como la terraza del gastrobar o la azotea gozan de vistas sobre la Plaza de Toros y la Serranía de Ronda, un privilegio exclusivo para los huéspedes del Catalonia Ronda.

Con respecto a estas habitaciones, el hotel Catalonia Ronda cuenta con 80, todas perfectamente equipadas con aire acondicionado, caja de seguridad electrónica con capacidad para portátil y enchufe en su interior, suelo de parquet, Smart TV o descarga gratuita de prensa digital, entre los servicios más destacados.

Las habitaciones oscilan entre los 26 m² que ofrecen las estancias superiores y los 51 m² con los que cuentan las 3 suites "The Corner", ubicadas en la esquina del edificio y dotadas de una zona de descanso en la tribuna de la habitación con magníficas vistas. En la tercera planta del hotel se encuentran dos exclusivas Junior Suite Swimming Pool, habitaciones de 39 m² con terraza amueblada y pequeña piscina privada.

Por otro lado, en la azotea del Catalonia Ronda se encuentra una zona chill-out

con una espectacular piscina infinity con vistas a la Plaza de Toros, hidromasaje exterior y solárium con hamacas. Este exclusivo espacio de ocio es ideal para relajarse al aire libre y disfrutar del ambiente en el mismo corazón de Ronda. Otro espacio dedicando al bienestar y al cuidado personal es la zona Wellness & Spa. Esta área ofrece sauna seca, piscina de chorros, dos cabinas de masaje, ducha de sensaciones, solárium exterior y zona de fitness.

Mientras, con respecto a la gastronomía, en el Catalonia Ronda se encuentra el restaurante Panorámico Restaurant

& Wine, situado en la cuarta planta, un cuidado espacio culinario donde deleitarse con alta cocina andaluza, así como con propuestas mediterráneas e internacionales. La oferta se amplía con un atractivo gastrobar con terraza y vistas a la Plaza de Toros, en el que no faltan la fritura andaluza, bocados marinos o clásicos internacionales.

Además, no hay que olvidar que los múltiples atractivos que ofrece Ronda convierte la ciudad malagueña en un escenario muy atractivo para la celebración de reuniones, conferencias, exposiciones o viajes de incentivos. Para satisfacer las exigencias del turista de negocios, el Catalonia Ronda ofrece un espacio de 258 m² distribuido en dos salones de reuniones panelables de 113 y 145 m², dotados de luz natural y con entrada independiente desde la calle.

Las salas cuentan con pantallas de gran formato en tecnología LED, permitiendo asignar señales de vídeo procedentes de diferentes fuentes de reproducción. Además de la gestión de la imagen, el usuario puede gestionar íntegramente desde un iPad aspectos tan importantes como la iluminación de las salas, controlando y regulando la intensidad que mejor convenga al tipo de evento y al aforo del mismo.

Realizar una videoconferencia, permitiendo conectar a tiempo real el evento con cualquier lugar del mundo;

Foto: Catalonia Ronda, Málaga

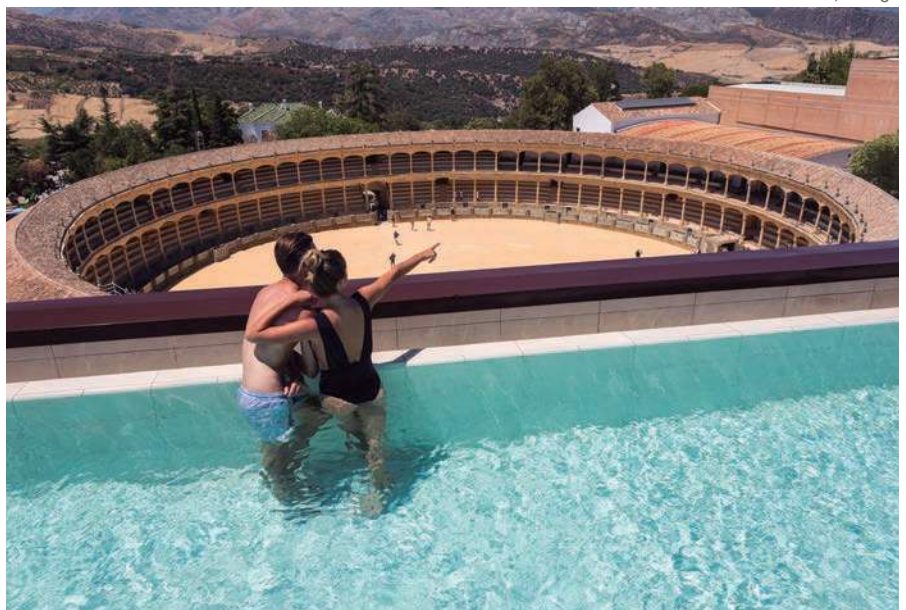




Foto: Catalonia Ronda, Málaga

realizar grabaciones de la conferencia o gestionar y asignar diferentes señales de audio, son algunas de las prestaciones del equipo tecnológico instalado en este centro de convenciones.

Otro aspecto que se ha tratado con especial atención es la insonorización.



Foto: Catalonia Ronda, Málaga

Los espacios están dotados de un sistema de aislamiento que suprime los posibles puentes acústicos y eliminan la reverberación mediante paneles absorbentes en los techos y fieltros en las paredes.

Además, los elementos decorativos de las salas se integran a la perfección con el moderno mobiliario de convenciones, proporcionando un clima perfecto para afrontar largas jornadas de trabajo.

GEZE Iberia SRLU | Tel. +34.902.194.036 | info@geze.es | www.geze.es

PUERTAS GIRATORIAS GEZE

TECNOLOGÍA ALEMANA, PRODUCIDA EN ESPAÑA



Mariana Márquez

Directora Catalonia Ronda, Málaga



Mariana Márquez. Directora Catalonia Ronda, Málaga

¿Qué principales condicionantes ha tenido la transformación de un edificio clásico, situado en una zona tan destacada de la capital, en el Catalonia Ronda?

Una de las características que definen a Catalonia Hotels & Resorts es la buena ubicación que escoge para sus hoteles, normalmente edificios con valor histórico.

En el caso del Catalonia Ronda tenemos la mejor ubicación de la ciudad, ya que nos encontramos justo enfrente de la plaza de toros de Ronda y a escasos metros de la calle Espinel, más conocida como la calle de la Bola, la calle más comercial de Ronda. Este edificio de estilo modernista, incluido en el Plan de Protección del casco histórico de Ronda, albergó durante años la sede de la Caja de Ahorros de Ronda, siendo uno de los edificios más emblemáticos de la ciudad. Al tratarse de un gran proyecto de rehabilitación, la transformación del edificio ha sido compleja.

Se trata del segundo hotel que Catalonia Hotels & Resorts en la

localidad malagueña, ¿qué tipo de características comparte con el resto de establecimientos de la enseña? ¿Qué distingue un hotel de la cadena Catalonia Hotels & Resorts de sus competidores?

El Catalonia Ronda comparte el mismo tipo de gestión que el resto de establecimientos de la cadena. Nuestro objetivo común es buscar la excelencia, ofreciendo una inmejorable relación

CATALONIA

HOTELS & RESORTS

calidad precio, personalizando cada atención, cuidando al máximo los detalles e intentando que nuestros clientes quieran volver a repetir la experiencia de alojarse con nosotros.

Respecto al Catalonia Ronda, contamos con un espacio exterior exclusivo en la ciudad: "La Terraza del Panorámico". El "Panorámico" es el nombre de nuestro restaurante situado en la 4ª planta del edificio, y su terraza ofrece unas inmejorables vistas de la Serranía de Ronda y sobre la impresionante e histórica Plaza de Toros.

El tipo de gastronomía que ofrecemos es otro de nuestros puntos fuertes. Alta gastronomía andaluza, además de bocados marinos internacionales como sushi, ceviche o sashimi.

Tras la reconversión en hotel, ¿qué principales magnitudes tiene? (superficie, número de habitaciones, empleados, ocupación, servicios...)

El hotel cuenta con 80 habitaciones repartidas en tres plantas y divididas en ocho tipologías distintas. La superficie de las estancias está comprendida entre los 30m² y los 50m². Todas ellas

Foto: Catalonia Ronda, Málaga



“Alta gastronomía andaluza, además de bocados marinos internacionales como sushi, ceviche o sashimi...”

están dotadas de aire acondicionado y calefacción independientes, caja de seguridad digital, hervidores con servicio de té y café, plancha y tabla de planchar, servicio de descubierta, SmartTV de 49", cargadores incorporados en las mesitas de noche para los distintos dispositivos electrónicos y la mayoría también cuentan con cafetera. Los baños son muy amplios y algunos incluso ofrecen ducha y bañera.

En cuanto a los servicios, ofrecemos un completísimo desayuno buffet con estación de show cooking para disfrutar de tortillas sazonadas al gusto, huevos, bacon, etc., todo cocinado al momento. También contamos con el restaurante



Foto: Catalonia Ronda, Málaga

“Panorámico”, situado en la 4ª planta, con capacidad para 90 comensales y con maravillosas vistas a la Serranía de Ronda.

En esta planta también se encuentra el Spa, con cabinas para todo tipo de tratamientos, circuito de aguas, sauna, ducha de sensaciones, máquina de



iseo.com

ISEO®

**MI LLAVE
ES
SMART.**

Iseo App

Soporte técnico

900 126 356

.....

Abre, controla y gestiona los accesos.

Basta un smartphone y la App Argo de ISEO.

Con Argo y el cilindro electrónico Libra Smart, abre la puerta con tu smartphone. Pero, además, da permisos de acceso a determinados espacios a personas seleccionadas, verificando horarios, días de acceso y... mucho más aun.

.....

>> INFOZERO1-ES@ISEO.COM



Foto: Catalonia Ronda, Málaga

hielo para los contrastes corporales y solárium. No sólo los huéspedes del hotel pueden acceder a estas instalaciones, ya que también están abiertas a clientes que no se alojen en el establecimiento.

La 5ª planta corresponde a la azotea del edificio donde se encuentra una piscina semi-infinity desde la que se aprecian unas espectaculares vistas sobre la Plaza de Toros y la ciudad de Ronda. Junto a la piscina también hay un jacuzzi al aire libre y una zona de solárium, con hamacas balinesas y tumbonas.

También ofrecemos un espacio de 300m² destinado a eventos y convenciones, repartidos en dos salas panelables: el salón Maestranza de 114m², provisto de una pantalla LED de última tecnología de 3,5 metros de ancho por 2,5 metros de alto y el salón Alameda, de 145m² con dos pantallas integradas en la estructura y dos proyectores.

Actualmente contamos con 45 empleados, una plantilla que aumentaremos en temporada alta. Como dato importante cabe destacar que todos nuestros empleados son de Ronda o de pueblos cercanos.

Las expectativas de ocupación, teniendo en cuenta que llevamos muy pocos meses abiertos, son muy positivas. En octubre, por ejemplo, hemos contado

con una ocupación del 70%, sin duda, un dato relevante para ser nuevos en el mercado.

¿Qué objetivos se ha marcado Catalonia Hotels & Resorts con el nuevo hotel a corto y medio plazo?, ¿se va a seguir alguna estrategia? ¿Qué se espera de su gestión?

Nuestro principal objetivo es conseguir que nuestros clientes disfruten de una excelente estancia, convirtiéndonos en un hotel de referencia tanto dentro del turismo urbano como del turismo de negocios. Además, consolidarnos con una excelente reputación, principalmente en canales online, gracias a las valoraciones de nuestros clientes en las diferentes redes sociales.

¿Qué tipo de perfil tiene el huésped hacia el que va orientado el hotel?

En líneas generales, nuestro principal cliente es el particular, que realiza su reserva a través de internet, con el deseo de disfrutar de una estancia acogedora, en un hotel con todo tipo de servicios a su alcance, y visitar una ciudad tan mágica como Ronda. El mercado asiático es uno de los mayores visitantes. Por ello, hemos decidido construir muchas habitaciones con bañera y camas separadas, ya que es un requisito indispensable para este tipo de cliente.

Por otro lado, Ronda está apostando mucho por el turismo de negocios gracias al proyecto Ronda MICE y a los numerosos atractivos que ofrece esta ciudad. Por ello, hemos optado por ofrecer un vanguardista espacio para eventos de 300m² con entrada independiente desde la calle y un servicio de gastronomía para que los eventos de empresa sean todo un éxito.

¿Qué le distingue de sus competidores en la zona? ¿Por qué el usuario debe decantarse por su hotel?

Uno de nuestros puntos fuertes es, sin duda, nuestra ubicación, ya que nos encontramos en el corazón de la ciudad, a escasos minutos de los lugares más emblemáticos y de mayor

Foto: Catalonia Ronda, Málaga



interés turístico de Ronda. Por otro lado, cabe destacar la calidad humana de nuestro personal, volcado en conseguir que el cliente disfrute de una estancia inmejorable. Además, nuestras privilegiadas vistas y la impecable gastronomía de nuestro restaurante son factores que no dejarán indiferente a nadie.

¿Qué principales espacios son los más destacados en el hotel Catalonia Ronda?

Sin duda, la terraza del Panorámico. Tiene unas vistas incomparables, una zona chill-out con mucho encanto para disfrutar de momentos mágicos como el atardecer.

De la misma forma, todas nuestras habitaciones son elegantes, acogedoras y con un toque señorial, características que valoran mucho nuestros clientes.

En lo referente a la decoración, ¿qué aspectos se han tenido en cuenta?, ¿se ha seguido algún estilo concreto?

La decoración ha estado muy marcada por la ubicación del hotel, emplazado a pocos metros de la Plaza de Toros propiedad de la Real Maestranza de la Caballería de Ronda. Se ha utilizado un estilo clásico con toques barrocos y populares, teniendo en cuenta el señorío que caracteriza a Andalucía. La inspiración taurina ha llevado a utilizar colores terracotas y morados, tonos característicos del ruedo y del arte del toreo.

Y, por último, ¿qué percepción debe llevarse el visitante del Catalonia Ronda?, ¿por qué debe regresar?

Trabajamos para que nuestros clientes perciban un trato exquisito, valoren nuestras instalaciones y los servicios que ofrecemos. Además de visitar Ronda, nuestros clientes pueden disfrutar de varias propuestas de ocio exclusivas sin tener que salir del hotel. Queremos que finalicen su estancia pensando que alojarse en el Catalonia Ronda ha sido un verdadero privilegio.

Foto: Catalonia Ronda, Málaga



Gestionamos sus servicios hoteleros para que solo se preocupe de la atención al cliente



HOTELES

Husa
Santos
Attica21
Sercotel
Hotansa
Aránzazu
Acevi Hoteles
GSA Hoteles
Axel Hotels
Carris Hoteles
Hotusa Hotels
Derby Hotels
Hoteles Center
Barceló Hoteles
Majestic Hotel Group
y muchos más...

LUGARES

España
Italia
Francia
Alemania
Bélgica
Rep. Checa
Marruecos
Argentina
New York
Austria
Hungría
México
Portugal
United Kingdom

SIGH-ULYSES

Tesipro Solutions ofrece una herramienta eficaz, rápida y de ayuda para la gestión y explotación de su negocio, con una evolución continua para adaptarse a las nuevas tecnologías y requisitos del sector hotelero.

Contacte con nosotros



Tel. 902 006 450
Fax 93 244 93 80
08011 BCN
c/Sepúlveda, 143 5ª Planta

Visite nuestra web

Tesipro 2.0
solutions

www.tesipro.com

Encontrará información al detalle de nuestros productos y servicios.



Tesipro
solutions

Software para hoteles



Foto: Distform

Cocinas Industriales: nuevas aplicaciones

Tendencias gastro

En todo establecimiento de restauración una de las zonas que cobran mayor protagonismo es la cocina. Esto ocurre ya que desde ella se conquista el paladar del cliente, de tal manera que un huésped satisfecho se convertirá en un cliente habitual que, a su vez, hablará del establecimiento elevando el nivel de rotación de comensales. Por tanto, el diseño, la elección adecuada de los materiales, los elementos de cocción y auxiliares, entre otros, son de gran importancia para asegurar un óptimo resultado.

Para poder elegir un tipo de cocina adecuado para cada establecimiento, hay que tener en cuenta qué se va a cocinar en él y cómo va a ser su funcionamiento, ya que no se exigirán los mismos requerimientos a un restaurante, por ejemplo, italiano o a uno especializado en gastronomía japonesa.

Además, independientemente del tipo de establecimiento, uno de los primeros puntos que han de determinarse son los sectores en los que debe dividirse, necesarios cada uno de ellos para garantizar las diferentes etapas. Cada proyecto cuenta con unos requisitos determinados, que principalmente se

basan en el espacio disponible en el local, el equipo humano con el que contará, unido al servicio que se ofrecerá, etc.

Estas características son indispensables en el momento de encarar el proyecto, así como en el momento de decidir el equipamiento que se debe instalar y cómo va a ser su mantenimiento.

Desarrollo del proyecto

Para enfocar correctamente un proyecto es necesario conjugar varios factores tales como “las necesidades del cliente, ubicación del proyecto, condicionantes arquitectónicos del espacio, propuesta gastronómica, normativa técnica y presupuesto disponible, entre otros. Por eso es importante que el proyecto lo lleve a cabo un equipo multidisciplinar que pueda dar respuesta a todos estos factores”, expone Alberto Formatger, arquitecto y socio fundador de Saama.

De esta manera, en el momento de confeccionar un proyecto para una cocina hotelera se deben tener en cuenta



Negarra

Instala tranquilidad

**EI 30
EI 120**

**CHIMENEAS
Y CONDUCTOS
RESISTENTES
AL FUEGO**

**BAJANTES
DE ROPA
Y RSU**

Negarra
Instala tranquilidad

**HOSTELERÍA
&
RESTAURACIÓN**

CTE
Código Técnico
de Edificación
DB SI

CTE
Código Técnico
de Edificación
DB HS2

**Urkizu, 30
48140 - IGORRE (Bizkaia)
España / Spain
Tfno: +34 946 311 850
Fax: +34 946 311 851**

Entre en nuestra web y conozcanos mejor

www.negarra.com

distintos factores fundamentales como, por ejemplo:

Actividad a desarrollar: “la cual puede ser desde un pequeño bar hasta la instalación destinada a las colectividades”, indican desde Grupo Intecno.

Características físicas del local y su ubicación: “uno de los puntos más importante a determinar y visualizar es el espacio en el que se va a ubicar la nueva cocina; sólo de este modo podremos plasmar su correcta distribución y funcionalidad”, describe Joan Ros, Director de Compras de SERHS Projects. Igualmente, desde el Grupo Intecno, aseguran que para ejecutar un proyecto es necesario atenerse a las dimensiones y formas del establecimiento, así como su ubicación. Además, Joan Ros añade, entre otros factores de interés a tener en cuenta dentro de este apartado, el establecimiento en el que vamos a realizar el proyecto (hotel, restaurante, snackbar, cafetería, catering, hospital, escuela, etc.); el nivel de inversión y tipología de cocina que se quiere implementar en la nueva instalación...

Tipo de producto a suministrar: este aspecto también es un condicionante a la hora de elaborar el proyecto de una cocina. “Los hoteleros demandan equipos multifunción, que sean de fácil manejo y con los que puedan aumentar su productividad y se reduzcan costes. Necesitan tener una cocina perfectamente equipada, ágil y eficaz. Por ello, las cadenas hoteleras y de restauración tienen un interés cada vez más fuerte en la renovación de sus equipos y buscan soluciones que tengan todas las prestaciones en un mínimo de espacio”, analiza Alba Serentill, Responsable de Marketing de Distform. Mientras tanto, en lo que se refiere a los equipos de lavado, “principalmente, se considera el volumen de platos que el restaurante servirá por turno, qué tipo de comida se quiere preparar y qué tipo de cocina ofrecerá el restaurante”, describe Hugo Faria, Product Manager de Coldkit. Asimismo, Rocío Cañada, Responsable de Comunicación y Marketing de Winterhalter Ibérica, asegura que en el ámbito de los equipos de lavado, “es muy importante determinar qué material va a lavarse y la cantidad, ya que en función de



Foto: ACO Iberia

ello se deberá instalar un tipo de sistema. Es fundamental tener claro que cada tipo de negocio necesita un sistema de lavado adecuado a sus necesidades”.

Presupuesto: como en todos los sectores, “la parte económica es un factor determinante en un proyecto”, aseguran desde el Grupo Intecno.

En resumen, el principal factor que debería tenerse en cuenta cuando se proyecta una cocina industrial “es el uso que se le va a dar, según el tipo de local, banquetes, restaurante, cafetería. Segundo, la capacidad, número de comidas servidas, banquetes, etc. Luego entrarían factores de eficiencia ergonómica, energética y, por último, criterios estéticos, una vez cumple con todo lo anterior”, enumera Pablo Torres, Chef Corporativo de Rational Ibérica.

Pero sobre todo, entre los pasos que se llevan a cabo es de vital importancia recibir asesoramiento profesional de expertos especializados en equipamiento de cocina, así como “elegir equipamiento adecuado según las necesidades de su instalación, abastecerse de equipamiento de calidad y altas prestaciones, contratar los mejores industriales del sector para la instalación del equipamiento adquirido y contratar servicios post venta, mantenimiento y limpieza de los componentes para mantener toda la cocina en óptimas condiciones siempre”, concluye Max Corrons, del Departamento de Comunicación de Morgui Clima.

La cocina y su maquinaria

No existe una cocina igual que otra, “pues cada instalación responde a una distribución y funcionalidad diferente,



Foto: Rational Ibérica

50^{years}
EUROFRED
being efficient

*"Cuando la tecnología se transforma
en una extensión natural del talento
culinario... todo cobra sentido"*

Martín Perasategui



TECNOLOGÍA DISEÑADA PARA TI

En Eurofred ponemos la tecnología al servicio de todas y cada una de tus necesidades para poder obtener siempre los mejores resultados



Cocción



Frio
comercial



Lavado

EVOLUCIÓN DEL SECTOR DE COCINAS INDUSTRIALES

Tras unos años bajos, el sector recupera la evolución positiva con la que contaba anteriormente a la irrupción de la crisis económica.

Una vez llevado a cabo el estudio económico que anualmente elabora la Federación Española de Asociaciones de Fabricantes de Maquinaria para Hostelería, Colectividades e Industrias Afines (Felac), se situó la facturación global de las 127 empresas integradas dentro de este colectivo, en el 2016, en 1.526,69 millones de euros, un 11,8% más que en el 2015. Se tratan de unas cifras que ponen de manifiesto que las ventas de la industria española de equipamiento para hostelería y colectividades encadenan su cuarto año consecutivo de crecimiento.

Mientras, en lo que se refiere a las ventas nacionales, éstas continuaron la tendencia ascendente iniciada en el 2014, hasta alcanzar los 763,95 millones de euros en el ejercicio 2016, lo que representa un 12,14% más que en el 2015. Por su parte, las exportaciones experimentaron un comportamiento igualmente positivo, registrando unas ventas por valor de 762,74 millones, que suponen un aumento del 11,43% si se comparan con las del año 2015.

De esta manera, como resultado de estos datos, se observa que la cuota exportadora global rozó el 50%, por lo que la cifra de negocios de este sector industrial quedó repartida casi a partes iguales entre las ventas en el mercado nacional y las que tuvieron como destino el exterior.

Asimismo, el número de empleados de las 127 empresas también subió, superando la cifra de 8.200, con el consiguiente incremento del 11,4% en relación con el 2015.

calculado a medida. Por otro lado, existe la posibilidad de adaptarnos para cubrir las necesidades de nuestros clientes con aquellos equipos que le sirvan para su correcto y óptimo funcionamiento”.

En relación a esto, “existen diferentes tipos de cocinas según la actividad del establecimiento. Por ejemplo, no se necesitará el mismo horno en un restaurante a la carta que en una cocina industrial de un catering. Para ello hay diferentes modelos”, expone Alba Serentill (Distform). Y, al mismo tiempo, desde SERHS Projects aseguran que “la maquinaria que encontramos en cada tipo de instalación dependerá del tipo de establecimiento al que vaya destinada (ya sea por volumen, capacidades, producciones, etc.); no obstante, los fuegos abiertos, las planchas, freidoras, placas radiantes, marmitas, basculantes, continúan siendo las máquinas a adaptar en un bloque de cocción, sin olvidar los hornos de convección+vapor, también los de brasa y, en algunos casos, los aparatos multi-cocción se empiezan a incluir en las nuevas instalaciones”.

De esta manera, el tipo de cocina, hablando en términos gastronómicos, es lo que determina el equipamiento a utilizar. “Todas las cocinas tienen unos mínimos, como por ejemplo las hornallas /fuegos, horno, parrilla a gas o eléctrica, freidoras, etc. Nosotros hacemos una diferenciación por comida regional, internacional, rápida, étnica, etc., y esto se nota en el equipamiento. Por ejemplo, un restaurante de comida rápida, tendrá más freidoras, un ‘steak house’ tendrá una zona de parrilla más amplia, mientras que un restaurante de comida sana tendrá instalación de cocina al vapor y tal vez una zona de preparación más amplia”, especifica Hugo Faria (ColdKit). Del mismo modo, Roser Flotats, Directora de Marketing de Mirror, determina que las cocinas profesionales, son equipadas con maquinaria de cocción de alto rendimiento, tienen diferentes necesidades según si se trata de cocinas estáticas o dinámicas, eléctricas o a gas, para más o menos comensales, deberán ser adecuadas al tipo de cocina. “Ya sea una cocina convencional, semi-abierta, tipo showcooking..., según el tipo de establecimiento: restauración tradicional tipo bar, restaurante,

en función de sus necesidades y del espacio, pues estos tampoco son nunca iguales”, analiza Joan Ros (Sehrs Project). Por esta razón, “existen multitud de tipos de cocinas dependiendo del tipo de elaboraciones y de servicio. Por lo tanto, el equipamiento se debe personalizar a dichas necesidades. El éxito es personalizar la cocina tanto en instalaciones como en equipamiento a las necesidades reales y con una previsión

a futuro”, especifica Alberto Formatger (Saama).

En este sentido, Joan Ros continúa exponiendo que las cocinas se pueden proyectar con un grado muy alto de especialización (siempre de la mano de la propiedad); es decir, “adaptaremos cada cocina a las necesidades de cada establecimiento, por lo que todo el proyecto estará muy parametrizado y

Foto: Grupo Intecno



hotel, buffet, o restauración colectiva como universidades, hospitales, colegios, fábricas..., o también según funcionalidad: evento o celebración, demostración gastronómica,... y tipo de cocina según productos, elaboraciones, estilos o prácticas: alta cocina, fast-food, clásica, de vanguardia, creativa, de mercado, de investigación, conceptual, de autor...". Por ejemplo, "en cocina étnica es donde más se nota la diferencia porque hay cocinas y ollas especiales para preparar determinados platos. Una cocina destinada a hacer comida asiática es totalmente diferente a una cocina donde se prepara comida internacional", explican desde Coldkit.

En relación a todo esto, desde el Grupo Intecno aseguran que a la hora de confeccionar una cocina y seleccionar qué componentes son necesarios, se debe tener en cuenta el tipo de establecimiento. Que, según su opinión, estos podrán dividirse en diferentes tipos, tales como, por un lado, bar, local de degustación de café, gastrobar; otras



Foto: Angelo Po

categorías serían las cafeterías, pequeño, mediano y gran restaurante, y por último las colectividades, catering, hoteles...

Así, destaca que en los primeros, fundamentalmente se instalará maquinaria

del sector Horeca, con cocinas Snack, pequeña maquinaria y frío comercial básico. "En la segunda categoría es más acorde para cocinar centrales o series más industriales como las 900. Así como los ya extendidos, hornos a convección o

HAGA REALIDAD SUS MEJORES PROYECTOS.

El nuevo autodecco es más preciso, más potente y más fácil de usar. Sus nuevas características le permitirán ahorrar tiempo y evitar incidencias desde la venta hasta la instalación. Ahora, compartir sus mejores ideas con sus clientes es más fácil diseñando con autodecco. Y además, es compatible con AutoCAD.

autodecco, el programa de diseño de cocinas industriales más sencillo y potente.



Mejore sus presentaciones con autodecco.

Powered by
Autodesk
Technology

Autodesk

Principales catálogos disponibles:



Consulte otros fabricantes disponibles en autodecco.com
Para más información llámenos al 952 600 890

autodecco
www.autodecco.com



Foto: Coldkit

mixtos". Por último en el escalón superior debemos añadir además productos más específicos, como las marmitas, sartenes basculantes, multifunción, regeneradores, grandes hornos, abatidores de temperatura...

En resumen, "el equipamiento adecuado para una cocina industrial dependerá de una serie de factores fundamentales: la actividad a desarrollar, las características físicas del local, tipo de producto a suministrar y presupuesto", determinan desde el Grupo Intecno.

Tipos de cocina

De esta manera, dependiendo de cómo se ubique este espacio dentro del establecimiento, podemos encontrar distintas posibilidades de cocina, entre las que destacan:

Cocina mural: en más de una ocasión, debido principalmente al espacio, es necesario montar los aparatos de cocción contra la pared. En este caso, los frigoríficos según las partidas, con su punto de agua se situarán delante de estos aparatos, con una separación de 90 cm. Y estarán, a su vez, adosados a una pared de altura 1.10 m para hacer el pase de platos sobre una superficie de aproximadamente 40 cm de ancho, colocado encima de la pared. Mientras tanto, en lo referente al cuarto frío, lavado de platos, ollas, así como el resto de necesidades se colocarán teniendo en cuenta todo lo analizado en el estudio previo. No obstante, esta cocina tipo mural puede ser también impuesta por

la propiedad si ésta se adapta más a su manera de trabajar. Puede tratarse de cadenas de restaurantes ya que tienen un sistema de partidas de trabajo establecidas, siendo las mismas en todos los establecimientos. Se trata de un sistema que favorece que el chef supervise lo que sale al comedor, tanto en frío como en caliente.

Cocina adosada: se trata de una cocina central con un lado adosado a la pared. Se suele utilizar este sistema cuando el espacio no es lo suficientemente grande y el cliente prefiere una distribución de los elementos de cocción, como en una cocina central con el resto de elementos y la cocina perpendicular a la entrega de platos.

Cocina central: es la más solicitada por los profesionales, pero no tiene por qué ser la más práctica. En esta distribución se necesita como mínimo, y únicamente para la zona de cocción, 5.50 m por unos 7 m para poder llevar a cabo una distribución correcta.

Espacios que la componen

Como objetivo principal en el desarrollo de una cocina es conseguir ser capaces de incluir en su implantación todos los espacios necesarios para realizar un correcto trabajo. "Para poder ofrecer el servicio de restauración apropiado en cada cocina industrial, hay que cubrir unas necesidades básicas de equipamiento. Éste ha de ser proporcional al servicio que tiene que ofrecer. Es muy importante dotar la cocina de amplias cámaras,

zonas de manipulación de alimentos (cuartos fríos), un bloque de cocción con extracción y aportación de aire y zonas de lavado (plonge, vajilla, cristal, etc.)", argumentan desde SERHS Projects.

Además, dado que "en cada zona se llevan a cabo distintos procesos en el entorno de la cocina comercial, se tienen distintas necesidades de gestión de aguas residuales", expone Ignasi Massallé, Director de Marketing de ACO Iberia. Por ejemplo, "en las zonas de preparación y producción, serán necesarias rejillas antideslizantes en el suelo, fácilmente desmontables y canales de drenaje y sumideros con diseño higiénico para evitar la acumulación de bacterias". Mientras, continúa exponiendo que en las zonas de eliminación, serán necesarios sistemas para suprimir restos de comida y para separar las grasas.

Así pues, "teniendo en cuenta estos factores fundamentales, procederemos a desarrollar un proyecto lo más ajustado posible a las necesidades en cada caso. No obstante, siempre intentaremos facilitar, en la mayor medida, un correcto desarrollo del trabajo diario", especifican desde Grupo Intecno. En este sentido, "cada una de estas zonas debe estar diseñada mediante una correcta distribución en la que no se cruce ninguna de las secciones expuestas, y se cumpla con la normativa sanitaria reglamentaria", añade Joan Ros. No obstante, "debido al espacio disponible y a la oferta

Foto: Rational Ibérica



gastronómica, estas zonas se van adaptando a las necesidades concretas", puntualiza Alberto Formatger (Saama).

Como distribución tipo, que puede servir como denominador común en este tipo de establecimientos, dentro de una cocina industrial podemos encontrar los siguientes apartados y zonas:

Recepción y verificación de las materias primas: en esta zona se recepcionarán los distintos productos o materias primas, al mismo tiempo se clasificarán y se prepararán para su almacenaje y su gestión. En esta zona se contará con los elementos necesarios para la verificación y control de las cantidades recibidas: báscula electrónica con impresora (200-300 Kg), balanza (5-10 Kg), mesas de apoyo, estanterías, palets, elementos de transporte, etc. Además, dependiendo del tamaño del establecimiento, así como el tipo de gastronomía que se sirva en él, se proyectará un espacio dotándolo de un recorrido desde la llegada del proveedor hasta su demanda en el



Foto: SERHS Projects

momento de la primera elaboración. En este aspecto, será necesario que cuente con la maquinaria y los elementos de trabajo necesarios para desarrollar tal fin.

Almacenamiento para productos perecederos: estará formado por cámaras de frío negativo, las cuales tendrán una temperatura de -18 a -20 °C, y grado de

humedad mínimo del 50%. Asimismo, se ubicarán todas las estanterías y elementos de almacenamiento necesarios. Por otro lado, también existirán las cámaras de frío positivo, de las que se proyecta, independiente, una cámara para cada uno de los siguientes grupos: carnes, aves, pescados, frutas y verduras, lácteos, etc. Las temperaturas en todas ellas oscilarán



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





Foto: Angelo Po

entre 0 a 4 °C. Mientras que en la cámara de frutas y verduras será de 5 a 7 °C y grado de humedad relativa del 80-90%.

Almacenamiento para productos no perecederos: en esta zona se dispondrán estanterías con materiales inoxidables, palets y los elementos necesarios para la buena ordenación de los productos.

Cocción: este espacio se dimensiona dependiendo el tipo de actividad, siendo su maquinaria y colocación muchas veces definida por el propio profesional o equipo del establecimiento, quien llevará a cabo en este espacio su actividad. Coloquialmente se la conoce como la zona caliente. Varía en función del establecimiento, en un hotel con cierta capacidad, estará formada por las siguientes subzonas y equipamiento básico:

- **Cocina de producción:** dentro de la maquinaria de esta zona destacan las freidoras rápidas automáticas con control de programación, planchas lisas y acanaladas de alto poder calorífico. Además, cuentan con sartenes, marmitas o cocedores basculantes de gran capacidad. Se dotará de un triturador-batidor de brazo elevado para introducir en marmitas/sartenes basculantes para procesar cremas y sopas. Asimismo, se dispondrá de hornos mixtos de convección-vapor para producción de piezas enteras o porcionadas. Abatidores de temperatura capaces de recibir los carros con las estructuras

directamente de los hornos, para así evitar manipulaciones sobre los alimentos. El proceso terminará en la cámara de banquetes próxima a la cocina.

- **Cocina de restauración:** se trata de una zona dividida en dos espacios diferenciados. Por un lado la cocina clásica, en donde contaremos con elementos de fuegos abiertos, freidoras, fry-top, placa radiante, cuece-pasta y apoyos, zona de apoyo frigorífica a cocción con fregaderos con grifería especial para lavamanos y estándar. Y por otro, los emplatados y decoración de platos, en donde se dispondrá de una zona fría con vitrina de ingredientes para decorar y ultimar platos.

Zona de fríos: este espacio se encuentra próximo a la salida de productos a

sala, donde se montan platos en frío, ensaladas, entrantes y postres por personal, que muchas veces suele resultar, multidisciplinar. Además, esta zona servirá para ayudar en cocina, así como de refuerzo en pastelería para postres y helados. Se le dotará de maquinaria básica de heladería, fiambres y ensaladas. Estará climatizada entre 12°-14°C para que todos los procesos de manipulación estén protegidos de altas temperaturas. Su ubicación debe estudiarse para evitar cruces entre personas de distintas zonas, por ejemplo con la zona de cocción.

Panadería/Pastelería: cuenta con el material necesario para la producción de pan y pastelería básica, tales como una moldeadora y una formadora de barras/piezas de pan. Igualmente se utilizará en la producción de masa para pizza o cualquier tipo de tortilla con su correspondiente maquinaria. El elemento principal de cocción es un horno, formando conjunto con una célula de fermentación en frío. En esta zona también se dotará de una cocina para la producción de cremas, chocolates y caramelos. En el espacio de manipulación de masas se contará con una mesa especial frigorífica, con cajones adecuados para las masas tanto de pizzas como cualquier otra, así como la vitrina para ingredientes, laminadoras y formadoras de masa.

Zona de entregas: puede llegar a considerarse como la parte más importante de la cocina, teniendo en cuenta que con un diseño apropiado se favorecerá un correcto circuito de trabajo, orden

Foto: Coldkit



y comunicación, atendiendo al tipo de gastronomía y local donde se desarrollará. Una cocina bien dimensionada, adquiere la calificación de excelente, cuando se consigue la mejor relación de trabajo entre la zona de entregas y el resto de espacios, protagonistas como son, en el momento del servicio. Así pues, en esta zona y mediante un sistema de módulos de entrega se distribuirá la comida para banquetes y restauración. Mediante mesas calientes de entrega para bandejas o platos ya terminados, o mediante carros calientes una vez regenerados los guardados en la cámara de banquetes.

Zona de higienizado o lavado: para esta zona se proyectan dos sistemas de lavado, uno que permita la recogida de las bandejas, eliminación de restos, clasificación en cestas de vajillas y lavado de la vajilla y otro para cristalería, esta línea, cuando no existan banquetes, podrá hacerse cargo de la vajilla de restauración. La entrega de sucio se efectúa a través de una amplia zona fuera del recinto propio de lavado de vajilla,



Foto: Rosagres

evitando así el cruce de sucio con el resto de la cocina. Además, debe estar dimensionada correctamente en función del tamaño del establecimiento pensando en obtener el mejor rendimiento posible y ergonomía de trabajo, del personal que la atiende. De igual modo, se deberá ubicar próxima a la sala, de manera

que el servicio se realice en un cómodo circuito para que, aprovechando cada desplazamiento entre la sala y la cocina, se acceda cómodamente tanto a la zona de entregas como a la zona de lavado.

Cámara de almacenamiento de basuras orgánicas: se trata, de una cámara



La alcachofa

Proviene de la planta Cynara, cuyo nombre es el de una muchacha seducida por Zeus y transformada por éste mismo en una alcachofera.

Respetar el origen.

#RESPECT



mychef.
respects what you respect

mychef.distform.com

NORMATIVAS

Las cocinas industriales se acogen y subordinan a las normativas que rigen la restauración. “Y esto varía de país a país y a veces incluso, de región a región. No existe una normativa europea que englobe todo. Y lo mismo se aplica al tema de construcción: muros, suelos, desagües, de seguridad: anti-fuego, antideslizantes, de higiene: preparación, conservación. Cada país tiene su propia normativa. Lo único que existe a nivel europeo es un código llamado CODEX ALIMENTAR, que se refiere a unas prácticas de higiene recomendadas”, especifica Hugo Faria, Product Manager de Coldkit.

Desde el Grupo Intecno añaden que, sanitariamente, cada municipio o comarca regula su norma higiénica alimentaria con revisiones periódicas de técnicos veterinarios. “Los departamentos de urbanismo controlan los proyectos catalogados como de actividad clasificada. El cada vez más utilizado Código Técnico de Edificación (CTE), clasificó por primera vez, en función del nivel de potencia calorífica en su apartado de riesgo de incendio, las cocinas profesionales”.

Normativa seguridad alimentaria: Reglamento 853/2004, de 29 de abril de 2004, del Parlamento Europeo y del Consejo, “relativo a la higiene de los productos alimenticios. Real Decreto 3484/2000, de 29 de diciembre de 2000, por el que se establecen las normas de higiene para la elaboración, distribución y comercio de comidas preparadas”, describe Alberto Formatger, arquitecto y socio fundador de Saama.

Normativa maquinaria: en este punto, Rocío Cañada, responsable de Comunicación y Marketing de Winterhalter Ibérica, indica que se deben tener muy en cuenta tres reglamentos: Reglamento Electrotécnico Para Baja Tensión E Instrucciones Técnicas Complementarias (Itc) Bt 01 A Bt 51 Real Decreto 842/2002, de 2 de agosto, Real Decreto 1027/2007, de 20 de julio, por el que se aprueba el Reglamento de Instalaciones Térmicas en los Edificios, y el Decreto 120/1991, de 11 de junio, por el que se aprueba el Reglamento del Suministro Domiciliario de Agua.

Normativa técnica: en este apartado entra el “Código técnico de la edificación, reglamento electrotécnico de baja tensión y la normativa urbanística municipal”, tal y como enumera Alberto Formatger.

Actualmente, existen otras dos nuevas normativas UNE a la restauración: una enfocada a sistemas de extinción en cocinas, mientras que la otra busca la mejora continua en el servicio.

Norma UNE 23510 de sistemas de extinción de incendios en cocinas comerciales, se lleva a cabo buscando establecer una base común de protección de las cocinas comerciales, es decir, aquellas ubicadas en hoteles, restaurantes u hospitales. El texto ha sido elaborado por la Asociación Española de Normalización (UNE) a través del Comité Técnico de Normalización CTN 23, especializado en seguridad contra incendios. Se trata de una norma de aplicación voluntaria y está dirigida a la protección del riesgo, independientemente de cuál sea la tipología del sistema de extinción utilizado.

Norma UNE 167013 Hostelería. Servicios de Restauración. Requisitos para la prestación del servicio. Con ella se busca promover la mejora de la competitividad de las empresas de restauración, independientemente de su tamaño y el tipo de servicio que presten. Determina los requisitos de un sistema de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (APPCC), siendo aplicable en aquellas áreas del establecimiento que puedan tener un impacto en la seguridad alimentaria.

del tipo de paneles/obra sin suelo, con arqueta sifónica y manguera extensible y enrollable de agua para su baldeo y limpieza. Servirá para recoger los desperdicios, tanto de banquetes como de restauración durante el día.

Zona de oficina: independiente del espacio de cocina, es recomendable contar con un espacio destinado a la gestión. Lugar donde se puedan realizar pedidos, controlar albaranes de entrega, actualizar reservas, etc. Una adecuada gestión fuera del momento del servicio y espacio para realizarla con orden, evitará, a buen seguro, muchos momentos de estrés y confusión en el delicado momento del servicio.

Servicios de apoyo banquetes-restauración: en esta zona se ubicarán los servicios de café, té, infusiones, zumos, hielo, etc. Preparados para dar una respuesta rápida y masiva en los banquetes o particularizada en restauración. También se le dotará de armarios frigoríficos para aguas/refrescos y armarios expositores para helados, así mismo, en la zona de pastelería, irán armarios preparados para conservar en frío los carros de pastelería confeccionados.

Tendencias actuales, ¿cómo influyen?

Teniendo en cuenta los cambios en la sociedad actual, la concienciación de comida saludable está calando hondo y, como consecuencia, el consumo en hostelería se está viendo afectado enormemente. “Cada vez es más habitual encontrar en los establecimientos hosteleros ofertas de menús especialmente indicados para personas con trastornos alimentarios, bajos en calorías o simplemente más saludables”, describen desde Grupo Intecno. “Los hábitos de consumo han evolucionado mucho en los últimos años en el sector de la restauración. Los consumidores han cambiado sus gustos y momentos de consumo. Por este motivo, el mundo de la restauración debe adaptarse a las nuevas exigencias y costumbres del mercado y lograr satisfacer las necesidades de los clientes para así fidelizarlos”, especifican desde SERHS Projects.



Foto: Professional Equipment Consulting

De esta manera, “el sector horeca es cada vez más consciente de esta demanda y, como consecuencia, su equipamiento variará buscando maquinaria que facilite el realizar los procesos específicos para conseguir un producto que cumpla los requisitos que actualmente se exigen”, determinan desde Grupo Intecno. Así pues, cuando se diseña una cocina, siempre se tiene que tener en cuenta esa flexibilidad, tanto para cambios en el tipo de menú como en incremento de la producción. “Normalmente los equipos industriales permiten realizar prácticamente todas las elaboraciones de comida saludable. La tendencia de compra parece que es consumir alimentos frescos y de temporada, por lo que la capacidad de almacenamiento en refrigeración y zonas de preparación de estos alimentos puede que se deba ampliar. Otro elemento de moda son los fogones adaptados al wok”, describen desde Saama.

Como en la naturaleza, en una cocina tenemos que adaptarnos, “por eso es

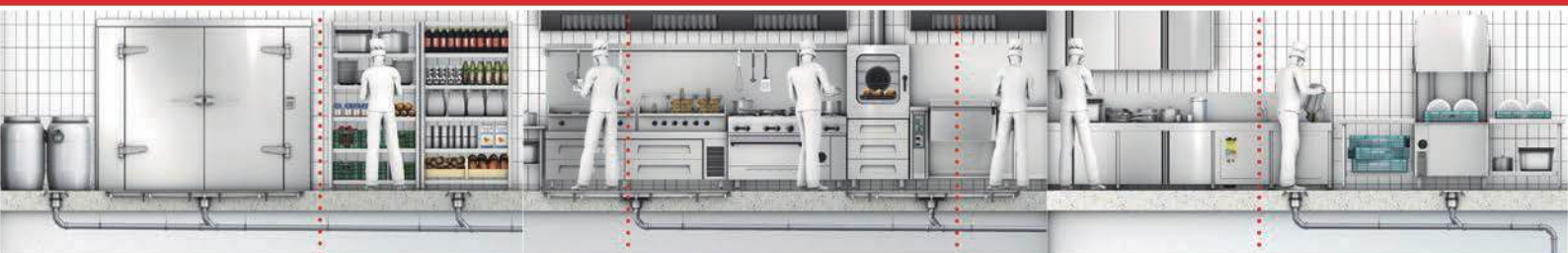


Foto: Rational Ibérica

muy importante utilizar la última tecnología que nos ofrece la máxima versatilidad. Por ejemplo, sería inconcebible una cocina sin equipamientos que trabajen al vapor con la máxima saturación. La tecnología de generador de vapor es la más adecuada. Mariscos, pescados, verduras..., la cocción al vapor ensalza sus características organolépticas y mantiene las vitaminas”, analiza Pablo Torres, Chef Corporativo de Rational Ibérica. En este aspecto, “la evolución

de la tecnología permite que el lugar fundamental donde se elabora la comida, es decir, la cocina, cuente con la mejor maquinaria que nos permita ofrecer unos productos mejor elaborados y de mayor calidad y con un coste mucho menor”, concretan desde SERHS Projects. Y, en relación a esto, Pablo Torres añade que cada vez son más los clientes que demandan una cocina sana y de calidad. Por ejemplo, para dietas especiales como el gluten free, necesitan de pequeños

Gestión del drenaje y la grasa en cocinas industriales



Zona de almacenamiento



Sumidero higiénico ACO

Zona de preparación



Canal modular ACO

Zona de producción



Canal higiénico ACO

Zona de lavado



Canal modular ranurado ACO

Zona de eliminación



Tuberías ACO



Hygiene**First**

ACO IBERIA

Pol. Ind. Puigtió. Ap Correos 84, 17412 Maçanet de la Selva, Girona
Tel. Atención al Cliente 902 170 312

www.aco.es - www.hygienefirst.com/es



Separador de grasas
ACO Lipumax P-DA



Separador de grasas
ACO Lipurat-RAE



Separador de grasas
ACO Lipurat-OAE



Foto: Coldkit

equipos separados versus unidades de producción.

“Una de las mejores aplicaciones de las nuevas tecnologías en la restauración es mantener un control de la calidad y frescura de los alimentos. La calidad es uno de los principales elementos diferenciadores que pueden llevar al éxito a tu negocio. Un horno de cocina moderno que te indica, en cada momento, el peso de los alimentos, el tiempo necesario de cocción y la temperatura, es una buena opción”, define Joan Ros.

Por todo ello, “procesos productivos con abatidores, regeneradores, cocciones a bajas temperaturas, pasteurización, cocción en vacío, etc., están mucho más extendidos y han conseguido atraer el interés de los fabricantes. Esto ha facilitado que los diversos establecimientos de hostelería puedan ofertar un producto ‘singular’ y personalizar enormemente su oferta de cara al público”, determinan desde el Grupo Intecno. “Los equipamientos de maquinaria individualizada de las cocinas nos permiten una mayor movilidad o sustitución de equipos, a diferencia de las cocinas hechas a medida de bloques únicos. En cada momento y en cada establecimiento se estudiará y adaptará el equipamiento más adecuado para el cambio de hábitos de los clientes”, añaden desde SERHS Projects.

De esta manera, “disponer de un horno mixto que te ofrezca una versatilidad en la cocina es uno de los factores más importantes en una cocina hoy en

día. Cocinar con este tipo de hornos te permite poder realizar cocciones al vapor, cocciones en calor seco y cocciones en modo mixto. La cocción al vapor es una de las técnicas culinarias menos agresivas y que preserva al máximo el valor nutritivo y sabor de los alimentos y no determina un añadido extra de calorías ni de grasas”, describen desde Distform.

Del mismo modo, Winterhalter Ibérica considera que la apertura de nuevos conceptos siempre lleva asociado equipamientos que se hacen necesarios para el desarrollo de dicha actividad y el lavado industrial siempre es una parte fundamental. “Winterhalter tiene una historia de éxito en este tipo de locales pues lo sano en muchas ocasiones va asociado a una mentalidad eco-friendly y la eficiencia de todos nuestros modelos es una gran ventaja que se tiene en cuenta”.

No obstante, Ginés Guillén, Director de Professional Equipment Consulting, opina que es totalmente compatible el equipamiento standard para poder realizar cocina sana y saludable. Lo importante es la formación del personal, la calidad de los alimentos y el uso de cada equipo. “Perfectamente se puede usar cualquier equipo, siempre y cuando tengan control para poder trabajar en bajas temperaturas para conservar los nutrientes y no estropear la calidad de los alimentos”. Igualmente, desde Coldkit consideran que, a grandes rasgos, “una cocina tradicional se asemeja, en su equipamiento, a una cocina saludable. Probablemente esta última tendrá cocina al vapor, parrilla al carbón, y equipamiento adecuado para preparar comida sin grasa, para lo cual incluso podría prescindir de la plancha”.

Materiales recomendados

Un espacio de estas características tiene unas exigencias muy rigurosas tanto a nivel técnico como estético e higiénico. Hoy en día, la innovación en superficies permite desarrollar materiales de última generación para cubrir los altos requerimientos de una cocina profesional. No cabe duda que la correcta elección de materiales, tanto en la construcción como en el equipamiento de la cocina, juega un papel fundamental en el desarrollo de la tarea diaria.

“Gracias a su fortaleza, buenas propiedades de moldeado, resistencia a la corrosión..., el acero inoxidable es muy

Foto: Grupo Intecno



apreciado como material de alta calidad, duradero e higiénico. Virtualmente es totalmente resistente a la suciedad, conservantes, microorganismos y las proteínas de la carne, sangre, grasas y bebidas, etc. Las proteínas y las bacterias no se adhieren a la suave superficie y se pueden retirar fácilmente con productos de limpieza y desinfectantes”, describe Ignasi Massallé, de ACO Iberia. Del mismo modo, Rocío Cañada, de Winterhalter Ibérica, asegura que el mejor material es el acero por facilidad al limpiar ya que es muy resistente a la suciedad, puesto que impide que se adhiera fácilmente a su superficie, además es más resistente a la corrosión, al contrario que otros materiales, es muy resistente a los efectos ambientales, como pueden ser el aire o el agua. Pero, “quizá lo más importante es que el acero es muy higiénico, ya que acumula muchas menos bacterias que cualquier otro material, al ser poco poroso”.

Para Alberto Formatger, de Saama, el acero inoxidable sigue siendo el material

de referencia en cocina, debido a su durabilidad, coste y adecuación para manipular los alimentos. “Existen varios tipos por lo que hay que seleccionar un acero inoxidable de calidad con unos buenos acabados que faciliten la limpieza y el mantenimiento. Otros tipos que existen en el mercado son Corian y Silestone”. “El material por excelencia continúa siendo el acero inoxidable. Este material se sigue repitiendo en otros equipamientos como son: campana, cocción, muebles, estanterías, forros de columna, etc. El acero inoxidable nos permite respetar la mayoría de los aspectos a tener en cuenta en una instalación de una cocina: la higiene, la adaptabilidad para hacer cualquier tipo de mueble o acabado, la resistencia de este material y la durabilidad”, corrobora Joan Ros, de SERHS Projects. Sin embargo, en su opinión, hay materiales artificiales (silestone, corians, etc.) que se utilizan para el trabajo en encimeras pero cubren una parte importante en el aspecto decorativo de la cocina (por ejemplo, en cocinas a la vista).



Foto: Mirror

Así, desde el Grupo Intecno aseguran que, a pesar de que el acero inoxidable sigue siendo el material más usado en una cocina industrial, “existen menos materiales para las encimeras de categorías MO (no porosos) que cada vez son más usados en las cocinas. Estos nuevos materiales se instalarán con

1 FRANCESC TOMAS LLOBET REUS	28 TECNOCICA INNOVA DAMIEL CIUDAD REAL
2 JISMAEL PLAZA - CIAL PLAZA GUADALAJARA	29 DELJAUS, CAFÉ LA ANTILLANA ZARAGOZA
3 JOAQUIN CHOCARRO PAMPLONA	30 SEGURA Y DEZA, COMERCIAL HOSTELERA DEL PONIENTE EL EJIDO ALMERIA
4 CAFETERAS AUOMAR ALIZARIZ ORENSE	31 JIMENEZ ELEZ TALAVERA DE LA REINA TOLEDO
5 ADOLFO SANCHEZ YAÑEZ AVILA	32 HOSTELJEL ALCORCON MADRID
6 C. HOSTELERA ANDALUZA VALENCINA CONCEPCION SEVILLA	33 LA CASA DEL HOSTELERO HUELVA
7 GASIFRED IBIZA	34 LA CASA DEL HOSTELERO VILA REAL DE SANTO ANTONIO (Portugal)
8 GASIFRED FORMENTERA	35 FRED MENORCA S.A. CIUTADELLA MENORCA
9 HERLOES S.C. BURGOS	36 MARTINO CARETÍ S.L. PAIPORTA VALENCIA
10 COINFRIO PTO. DEL ROSARIO FUERTEVENTURA	37 VALLMED MALAGA
11 FRINOVO - GRUPO RULL LLEIDA	38 TEIDEHOSTEL SANTA URSULA TENERIFE
12 FRICOPER PLASENCIA CACERES	39 FRIOCANTO CONIL DE LA FRONTERA CADIZ
13 S.H.A.T BALEAR PALMA DE MALLORCA	40 FRIOCANTO JEREZ JEREZ DE LA FRONTERA CADIZ
14 FLORE MERA SANCHEZ VILLANUEVA DE LA SERENA BADAJOZ	41 FRIOCANTO TANGER TANGER (Marruecos)
15 FRISAN FRIO INDUSTRIAL CIUDAD RODRIGO SALAMANCA	42 SERVICAS AGUIMES LAS PALMAS
16 FRIOCAS CASTELLON	43 FOODSAT MADRID
17 FORNET MURCIA	44 MACOOL ELCHE ALICANTE
18 HOSTELMAT SANT FELIU DE LLOBREGAT BARCELONA	45 CAFETEC BANYOLES GIRONA
19 COMERCIAL HOSTELERA BERNARDO SIERE ALZIRA VALENCIA	46 INDEGAMMA LA GARRIGA BARCELONA
20 CADECO - GRUPO RULL BARCELONA	47 GAROLESA LEON
21 GRUPO RULL ARAN BOI BENASQUE VIELHA	48 GAROLESA PONTERRADA LEON
22 GRUPO RULL PALLARS ALT URGELL SORT LLEIDA	49 GRUP RULL ANDORRA LA VELLA (Andorra)
23 ORIFRIO HOSTELERA ORIBUELA ALICANTE	50 TAYCO ALBACETE
24 FRAMI BENIDORM ALICANTE	51 RUBIO EXPOCASH CHURRIANA GRANADA
25 HIPERHOSTEL SALAMANCA	52 TODO HOTEL JAEN
26 REFRIGERACION GREDOS TALAVERA DE LA REINA TOLEDO	53 HOSTELCLIMA VALLADOLID VALLADOLID
27 REFRIGERACION GREDOS LA HABANA (Cuba)	54 EQUIP. ASTUR GIRON

INTECNO®

GRUPO Equipamientos para Hostelería,
Colectividades y Alimentación desde 1993.

25
1993-2018
ANIVERSARIO



CONTACTE CON NOSOTROS EN :

www.grupointecno.es | T. 932 720 642 | intecno@grupointecno.es



Foto: Rosagres

más frecuencia en las zonas a la vista del público y zonas de entrega o paso. Siendo más apropiados en las cocinas vistas, pues sus colores más cálidos y la posibilidad de eliminar las juntas, hacen que estos materiales compuestos no porosos sean más agradables al público”.

Sin embargo, en opinión de Hugo Faria, de Coldkit, hasta el día de hoy no se ha encontrado un material lo suficientemente resistente y, al mismo tiempo, higiénico como el acero inoxidable. “Se pueden utilizar algunos otros materiales como el vidrio como un elemento complementario, para separar secciones, etc., pero no en superficies de preparación”. “Por higiene y funcionalidad el acero de calidad sigue siendo una muy buena opción. Sin embargo, poco a poco la tendencia de cocinas abiertas hace que materiales cerámicos de alta calidad hayan cogido más protagonismo”, añade Pablo Torres, de Rational Ibérica.

“También es factible incorporar algún elemento de piedra sintética, pero será más por un tema de diseño y no de funcionalidad, por lo cual será mínimo en proporción comparado con el acero. Definitivamente, el acero inoxidable es la opción más ‘clean’ que hay. Se puede jugar con los acabados del acero inox, por ejemplo que sea pulido, o mate o satinado, pero el material será el mismo. En algunos casos, las puertas o los costados pueden ser de acero lacado, pero no lo serán las superficies”, definen desde Coldkit.

Mientras tanto, “en el caso de las planchas de alto rendimiento, las

superficies con baño de cromo duro aporta como principales características la gran resistencia a la abrasión, un buen coeficiente de rozamiento, resistencia a la corrosión y su elevada dureza, hace que sea maquinaria con una larga vida útil, y gran facilidad de limpieza”, determina Roser Flotats, de Mirror.

Nuevos diseños e innovaciones

Como en todo, las tendencias de consumo van variando de época en época. Actualmente hay una tendencia a elaborar la comida delante del consumidor, “por lo que se dejan espacios o corners dentro del comedor para elaborar ciertos tipos de platos. Por ejemplo, pasta, plancha, woks, cafés... Esto hace que el diseño de cocina se reconfigure”, especifica Alberto Formatger.

Cada vez se hacen más cocinas a la vista, donde los huéspedes pueden ver cómo se prepara lo que degustarán. “Hay una mayor preocupación por la estética, el diseño y los acabados. En este sentido, al trabajar básicamente con acero inox, incluso en cocinas abiertas, se pueden hacer combinaciones en los acabados del acero para dar un aspecto menos industrial y homogenizado. Desde luego, esto también repercute en el precio final del producto”, analiza Hugo Faria. De esta manera, desde Saama continúan exponiendo que dentro de la estética y diseño, “se tiende a realizar cocinas, no solo funcionales, sino también cocinas que tengan diseño. Las líneas suelen ser más finas y mejor acabadas. Se intenta buscar la potenciación de la luz natural y la sensación de amplitud y visibilidad”.

En este aspecto, entre las principales novedades en cocina en cuanto a estética y diseño “se traducen en productos de diseños más robustos y compactos, con líneas sencillas y con capacidad de poder adaptarse a cualquier tipo de ambiente. Diseños de apariencia sencilla pero con altas prestaciones tecnológicas en el caso de hornos, envasadoras, regeneradores, etc., donde su uso se simplifica gracias a diseños de UI’s más intuitivas y fáciles de usar”, define Alba Serentill. Y, en comedores, “las tendencias de estética y diseño se basan en hacer espacios muy acogedores con distintos ambientes y alturas para ofrecer varias opciones al

consumidor. La mezcla de materiales y estilos es la tónica dominante, pero siempre con ese toque acogedor y tranquilo”, concreta Alberto Formatger. Además, añade que son reseñables los nuevos materiales no porosos instalados cada vez más en los acabados de las encimeras y en las exposiciones de producto al público. La iluminación juega también un papel importante con la integración del LED. “El cliente quiere ver dónde se elabora su comida y con qué se elabora. Esto obliga a los fabricantes de equipamiento a mejorar sus diseños”, expone Pablo Torres.

Por otro lado, cada vez se están automatizando más y mejor las instalaciones de forma que facilitan el trabajo y además ofrecen más ahorro energético. “Las normativas exigen niveles de seguridad que obligan a fabricar con estándares de calidad más altos y más eficientes. La exigencia legislativa en el cumplimiento de las normativas está en auge y sólo los productos que cumplen con todas ellas tienen una aceptación completa en el mercado”, determina Max Corrons. Así, desde el punto de vista de Grupo Intecno aseguran que en el campo de la innovación la tendencia es, sin duda, la eficiencia energética. “Actualmente, los clientes empiezan a estar sensibilizados por la eficiencia de un lavavajillas, horno, fry top, etc. A poca diferencia en precio, se decantan por el ahorro energético”.

Foto: Rational Ibérica



Además, hay que tener en cuenta que hoy estamos ante una generación de Chefs con amplios conocimientos en procesos de cocción innovadores en un entorno digital totalmente conectado, "lo que les convierte en demandantes de productos con altas prestaciones y que aporten excelencia a sus platos. Sus cocinas cada vez son más personales y buscan un estilo propio que los diferencie del resto", indican desde Distform. Por ello, cada vez son más las novedades tecnológicas que se dan en la cocina. "En temas de frío, por ejemplo, los abatidores de temperatura, centrales frigoríficas de bajo consumo de espacio muy reducido y silenciosas, la mayoría de los aparatos incorporando gases ecológicos, etc. En otros apartados, la cocción a baja temperatura, los hornos han sido aparatos o sistemas de nueva implantación, a las extracciones de humos se incorporan aparatos para la mayor optimización de la aspiración mediante reguladores/variadores que regulan la aspiración/caudal. También en nuevos aparatos tipos robots de cocina que nos ayudan a la preparación de los



Foto: Eurofred

alimentos, envasadoras al vacío mucho más eficientes, etc. En definitiva, son muchos los aspectos que la hostelería va aportando a la innovación", describe Joan Ros.

Con todo esto, desde Winterhalter aseguran que apuestan siempre por la innovación tecnológica para mejorar la estética y el diseño de los equipos de lavado, pero sobre todo, para hacer más

fácil y cómodo el trabajo del personal de cocina. De hecho, "el sencillo manejo de todas las máquinas ayuda a prevenir errores de manejo encargándose de que el proceso de lavado discorra sin problemas incluso cuando el personal cambia con frecuencia". Asimismo, "se busca que el acabado exterior de los equipos de cocción y decoración, que sin perder las características de higiene, durabilidad y resistencia, nos permita dar

El ingrediente secreto para tu cocina profesional



ventilación industrial



campanas extractoras



regulación y control



conducto y accesorios



filtración y difusión



instrumentación



ingeniería de instalaciones



profesionales a tu servicio

MORGUI
VENTILACIÓN • FILTRACIÓN

Monturiol, 11-13, 08918 | Badalona
Tel. +34 934-607-575 | Fax +34 934-607-576
mail@morguiclima.com | www.morguiclima.com



Foto: Lada Horeca

la estética que nos interese, simulando la madera, el hierro, oxidados, etc.”, determina Ginés Guillén.

Buscando el máximo ahorro

La optimización de los equipos de la cocina pasa por mejorar el rendimiento de los equipos instalados, pero también de que proporcionen facilidad global de eficiencia, ya sea para el trabajo, para el mantenimiento o para la higiene. Para conseguir alta eficiencia, “hay que contar con el asesoramiento de técnicos preparados y expertos en instalaciones de hostelería que usen el material necesario, adecuado y de alta calidad. Podemos decir que el ahorro de costes y eficiencia energética en una instalación de cocina industrial se puede situar entre un 20 o 30% en el consumo energético de esa cocina y si además, la inversión inicial se hace en el material adecuado y técnicamente diseñado pensando en un fácil mantenimiento posterior, supone también un ahorro en prevención, higiene, reparaciones y reducción del consumo energético a medio/corto plazo”, analiza Max Corrons, de Morgui Clima. De este modo, “el diseño adecuado, una cocina bien dimensionada de acuerdo a las necesidades reales de cada establecimiento y la utilización de tecnologías que optimicen la producción y el consumo energético, favorecen una mejora de la eficiencia”, añade Pablo Torres, de Rational Ibérica.

Así, existen distintos apartados a tener en cuenta para poder llevar a cabo un proyecto eficiente:

Espacio: Un ahorro importante en la cocina es el correcto diseño de la misma a nivel de dimensiones. Por ejemplo, “si diseñamos una cocina muy grande se invertirá mucho tiempo en limpieza, desplazamientos, coste energético, etc., pero si la cocina es pequeña para el número de comensales, no se podrá elaborar correctamente, incrementando el riesgo de intoxicaciones alimentarias”, describe Alberto Formatger, de Saama. Del mismo modo, desde el Grupo Intecno aseguran que influyen en gran medida la distribución personalizada del local, el aprovechamiento de factores importantes como la luz natural, la extracción correcta de humos, la disposición de zonas de trabajo que faciliten el mismo y que consigan dar un rendimiento óptimo del trabajo del personal de cocina. De esta manera, se trata de “un apartado importante a la hora de establecer las zonas necesarias de trabajo y su distribución para evitar desplazamientos innecesarios”, añaden desde Saama.

Maquinaria: “otra parte importante es la elección de la maquinaria teniendo en cuenta su capacidad, rendimiento, eficiencia y usabilidad. Tenemos que invertir en maquinaria polivalente, que nos permita usarla constantemente para amortizar la inversión. No debemos olvidar la previsión de iluminación y suministros, haciendo un cálculo correcto para que los suministros sean adecuados al uso”, especifica Alberto Formatger. En este sentido, “la integración de maquinaria como abatidores, regeneradores, envasadoras, cámaras de refrigeración y congelación de producto terminado...,

todo ello facilitará un ritmo de trabajo acorde con lo demandado hoy en día”, precisan desde el Grupo Intecno. Así, se puede asegurar que constantemente los fabricantes tienen muy en cuenta el ahorro energético y esto lo transmiten en su equipamiento. Por ejemplo, “en los sistemas de refrigeración, existen diferentes tipos de sistemas para su optimización y ahorro de gases. Esto se traduce en ahorro energético y costes de mantenimiento. En cuanto a las máquinas de lavado, los fabricantes han conseguido un ahorro muy importante de agua en todos los procesos de la máquina, así como de utilización de detergentes y otros líquidos, detalla Joan Ros, de SERHS Projects. Además, Rocío Cañada, de Winterhalter Ibérica, indica que el ahorro y la sostenibilidad son los factores más importantes a la hora de diseñar un sistema de lavado. “El equipo de investigación y desarrollo de la compañía estudia, de manera pormenorizada, las necesidades de los clientes, pero siempre con el punto de mira en el ahorro energético, de agua, de producto químico y de costes operativos. De igual manera, enfoca los diseños a la conservación del medio ambiente, desarrollando sistemas como el irt, las opciones Energy de recuperación de calor, o sistemas de bomba de calor; y por supuesto, la fabricación de químicos respetuosos con la naturaleza”. “Las novedades en ahorro energético

Foto: Aco Iberia



integradas ya en diversa maquinaria que consiguen un rendimiento excelente con un menor consumo de energía", concluyen desde el Grupo Intecno.

Líneas de producción: "otro factor del equipamiento que contribuye al ahorro es la automatización de ciertos procesos en la elaboración de los platos con programas personalizados en cuanto a tiempo y temperatura, etc.", argumenta Hugo Faria, de Coldkit. De esta manera, desde Saama indican que otra posibilidad para producir ahorros en cocina es combinar distintos sistemas de producción, como la línea fría, que permite hacer producciones en mayores cantidades para después utilizarlas a lo largo de los días, tanto de producto final como de elaboraciones intermedias. De esta manera, se optimiza el personal y la maquinaria y se reducen las mermas de un cocinado tradicional. "Pero el éxito reside en combinar la cocina tradicional con las distintas técnicas de línea en frío para adaptarse al producto y a los costes de producción. Por ello es clave también



Foto: Rational Ibérica

un diseño del menú, que además de tener en cuenta la demanda gastronómica, tenga en mente el aprovechamiento de los equipos disponibles".

Agua: el consumo de agua en la hostelería (restaurantes, cocinas para

colectividades) es enorme. Se usa como ingrediente, como agente de limpieza, para hervir y enfriar, para transportar y para acondicionar las materias primas. Pero, a la vez, la cantidad agua residual que se produce en estos entornos debe poder ser tratada y gestionada por



*¡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



Foto: Grupo Intecno

sistemas de saneamiento higiénicos que permitan controlar que no se contaminen los alimentos que se procesan y se manipulan. “Algunos estudios realizados por la entidad EHEDG y su representante en España, el centro tecnológico valenciano Ainia, asociados a la industria alimentaria, han podido llegar a certificar que el diseño higiénico de los equipos e instalaciones aumenta la productividad al disminuir el tiempo destinado a limpieza, y en consecuencia se logra reducir hasta un 40% del consumo de agua en los procedimientos de limpieza, mejorando la calidad de las aguas residuales y reduciendo también el consumo de energía y las emisiones de CO₂”, analiza Ignasi Massallé, de ACO Iberia.

En definitiva, para la búsqueda de la eficiencia, “una organización dedicada a la restauración debe funcionar como un sistema donde todos sus elementos funcionen perfectamente sincronizados, desde la producción hasta el servicio.

Máquinas más eficientes pero también procesos eficientes y sincronizados y una buena distribución de las zonas de trabajo, hacen posible un ahorro económico en la cocina de cualquier establecimiento”, determinan desde SERHS Projects.

Otros puntos de interés

Dentro de la cocina, aparte de la maquinaria y mobiliario, también se deben tener en cuenta otros factores como el tipo de pavimentación y el desarrollo de los drenajes y sumideros.

Pavimentos:

“Para elegir un suelo adecuado, se debe tener en cuenta la facilidad de limpieza y que sean antideslizantes. Es también importante definir el método de limpieza: baldeo, máquina, tradicional, etc. El mantenimiento y durabilidad son factores también a tener en cuenta”, describen desde Saama.

De este modo, la definición del pavimento de este tipo de espacios, es un proyecto muy exigente. El día a día de una cocina industrial está marcado por grandes retos como son “contar con la máxima seguridad para evitar las caídas, cumplir la normativa técnico sanitaria. Mantener un alto nivel de higiene y un ambiente sano, conservar las instalaciones en buen estado a pesar del intenso desgaste diario al que se exponen, generar un ambiente de trabajo agradable y cómodo. En cuanto al precio, con unas exigencias tan altas y específicas lo más acertado es optar por una solución completa que cumpla con todos los objetivos. A medio y largo plazo, es lo más económico y rentable”, enumera Jordi Cantacorps, Dirección Comercial Rosagres. “Hay que considerar también las condiciones constructivas. Por ejemplo, suelos con humedad o que sean flexibles, determinarán un tipo u otro de pavimento. En función de todos estos parámetros se determinará su elección”, añade Alberto Formatger.

El pavimento es siempre un factor clave en el diseño de los espacios. “Es esencial en la definición de un estilo, minimalista, urbano o rural, entre muchos otros. En el caso de las cocinas abiertas al público, la estética y la higiene son especialmente relevantes: el público espera ver cocinas limpias, bonitas y con un estilo personal”, define Jordi Cantacorps. En este sentido, se debe diferenciar entre la gran cocina industrial, la que interpretamos como una ‘fábrica de comida’ y el grueso de los establecimientos grandes, medianos y pequeños que gestionan hasta un máximo de comensales. De esta manera, “en la fábrica o gran cocina industrial, la elección está tutelada por una normativa autonómica, más o menos común para el país entero. Criterios de seguridad e higiene alimentaria, determinarán la elección del pavimento. Normalmente se buscarán unas terminaciones de material que, por su índice de resbaladizidad, sean muy seguros y tengan una forma de limpieza basada en agentes químicos y enjuague abundante para finalizar (manguera). En estas fábricas, el precio del material es menos determinante que la seguridad y la higiene. En las cocinas grandes, medianas y pequeñas que también las consideramos industriales, suele ser el precio el factor más

Foto: Distform



determinante. Los alicatados porosos para evitar resbalones es la elección más habitual”, analizan desde el Grupo Intecno.

Además, desde SERHS Projects indican que se deberá tener consideración en que se trate de una instalación antideslizante, “así como su durabilidad, resistencia y facilidad en la limpieza. El precio también es un factor importante pues puede variar mucho según el material utilizado, aunque los materiales sintéticos tienen más o menos un precio similar. También el diseño es un factor importante a decidir ya que es un punto de mucho uso y para muchos años, por tanto recomendamos un material de buena calidad”. Todo esto es necesario tenerlo en cuenta ya que se trata de materiales donde principalmente todos los equipos van sobre ellos, “por lo que deben ser duraderos, fuertes, resistentes, limpios..., y podremos cambiar un equipo en unos años, pero difícilmente cambiaremos el suelo... Por lo que es lo primero que hay que hacer bien...”, concretan desde Professional Equipment Consulting.

Igualmente, sumando a todo lo anteriormente comentado, “suelen ser necesarios pavimentos destinados en ocasiones a soportar recintos de refrigeración y congelación sin suelo panel. Por lo tanto, ya tenemos un suelo técnico necesario para este uso. El pavimento de una cámara a 25°C bajo cero es especial”, especifican desde el Grupo Intecno.

Por otro lado, el precio es un factor que siempre se tiene en cuenta, “pero en este punto merece la pena invertir porque la elección de un buen suelo va a incidir sobre la facilidad de limpieza, posibles caídas de nuestro personal y, si el suelo no es el adecuado o la instalación no ha sido correcta, las reparaciones consecuentes. El coste de reparar o volver a poner un suelo es elevado, ya que los equipos e instalaciones recaen en él y normalmente requiere parar la producción durante semanas para llevarlas a cabo”, concluyen desde Saama.

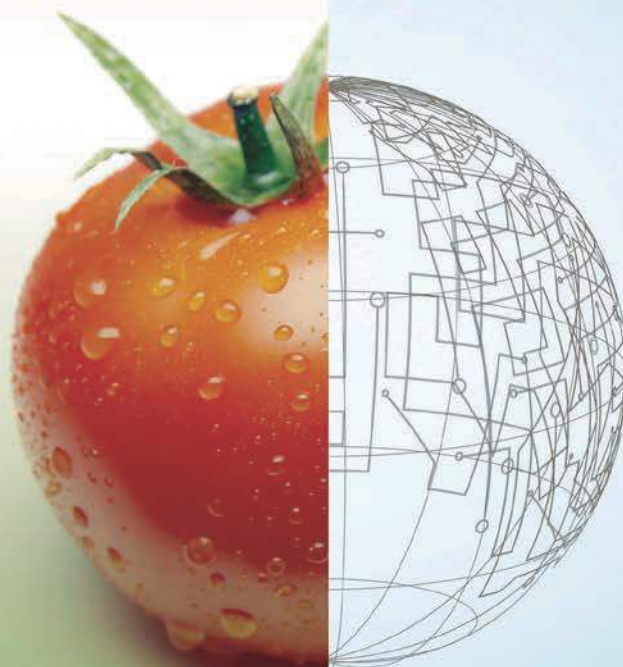
Materiales adecuados

Es destacable también en este apartado, por un lado, la durabilidad de los materiales, ya que una cocina industrial soporta diariamente un alto tránsito de personas, y, por

Foto: Winterhalter Ibérica



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

LA INFLUENCIA DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS

Cada vez más tenemos una mayor implantación de software en la maquinaria profesional. Esto ayuda a la hora de planificar el trabajo. “Cada año es mayor el número de aparatos que incorporan programas de trabajo personalizables por el usuario, que facilitan la estandarización de procesos en la cocina profesional. Hornos, abatidores, cocinas de inducción, aparatos de multicocción..., cuentan con todo tipo de ayudas operativas mediante el uso de las nuevas tecnologías”, exponen desde el Grupo Intecno.

Por ello, actualmente, “existen multitud de apps o softwares asociados a la maquinaria que facilitan las tareas rutinarias y el control incluso fuera de la cocina. La problemática actual es que esta tecnología no está integrada en un sistema único de control”, especifican desde Saama. Del mismo modo, cada vez más, los equipos están preparados para que nos informen, en todo momento, de la evolución del sistema de elaboración de las comidas y de la comunicación en tiempo real. “Apps con funcionalidades de notificaciones push permiten al cliente poder recurrir a servicios de asistencia técnica al momento. Estas nuevas tecnologías, sin duda, nos ayudan a tener más información al instante”, describen desde SERHS Projects.

Igualmente, desde Saama añaden que existen softwares que controlan la producción, otros la trazabilidad, otros la gestión de los alérgenos, otros el control de temperaturas de las cámaras, otros de la temperatura de los equipos, etc., pero pocas veces son capaces de integrarse. “Por lo que el resultado es que se disponen de distintos sistemas y se duplica muchas veces la información, por lo que son poco eficientes”.

En resumen, hay apps y softwares de control que facilitan la gestión diaria de los procesos de una cocina. “Se automatizan y optimizan procesos, los registros son automáticos, hay alarmas de fallo, etc. Al poder operarlo todo a la distancia, se pueden evitar situaciones que antes no se podían manejar sin estar in situ. Este tipo de programas o apps también facilitan cumplir con el protocolo HACCP (por ejemplo, manteniendo la temperatura de los congeladores y sistemas de refrigeración, alertando de fallos en la cadena de frío, etc.)”, concluyen desde Coldkit.

otro, que el pavimento se instale fácil y rápidamente adaptándose a las necesidades de cada estancia. Para Alberto Formatger, los materiales más adecuados son las resinas epoxidicas. “En otros casos se utiliza pavimento continuo vinílico o pavimentos cerámicos

en función de aspectos ligados a las condiciones constructivas, por ejemplo suelos con humedad o flexibles, en las que un suelo de tipo vinílico no se podría aplicar”.

Mientras tanto, en opinión de Joan Ros, “los productos cerámicos y los sintéticos son los más utilizados y los más adecuados, sin duda son los que en los aspectos de seguridad e higiene cumplen más con los estándares. En el mercado hay muchas marcas que disponen de productos de muy buena calidad y de una buena aplicación”. “El gres porcelánico aporta todas las propiedades exigidas al pavimento de una cocina industrial. Su resistencia es altísima. No se altera con el paso del tiempo ni el uso continuado. Es fácil de mantener. Agiliza las tareas de limpieza. Evita el traqueteo. Sus propiedades antideslizantes son únicas. Y su amplia gama de colores y texturas permite crear una estética personalizada para cada proyecto”, analiza Jordi Cantacorps.

Foto: Grupo Intecno



Igualmente, los ahora de moda pavimentos técnicos para paso de instalaciones deben contemplarse muy bien. “También los de tipo terminación sin juntas. Son materiales que, poco a poco, se van introduciendo por su higiene y dureza, que nos llegan normalmente del sector de laboratorios e industria alimentaria o cárnica”, indican desde el Grupo Intecno.

Canales de drenaje:

En el conjunto de elementos a plantear en el diseño de una cocina, uno de ellos debe ser la correcta colocación y selección de los sistemas de drenaje de las aguas y grasas que se van a utilizar en la cocina industrial. “Un mal diseño y planteamiento del sistema de drenaje encarece la limpieza y el mantenimiento, y en el peor de los casos podría contaminar los alimentos. Hay que tener en cuenta que los sistemas de drenaje son un medio especialmente importante para la proliferación de *Listeria* y pueden ser una fuente de contaminantes alimentarias”, argumenta Ignasi Massallé, de ACO Iberia. “La correcta instalación y aplicación de los sumideros es muy importante para un buen drenaje de las distintas zonas y para evitar malos olores. Los materiales más usados en estas zonas, son los que recomendamos siempre, el acero inoxidable. Éste dispone de distintas formas y acabados, por lo que puedes colocar el que mejor pueda quedar en cada cocina”, analiza Joan Ros, de SERHS Projects.

Así, Ignasi Massallé, continúa exponiendo que las cocinas colectivas e industriales son entornos sumamente activos con suelos potencialmente húmedos y grasientos debido a la abundancia de líquidos que se usan en los procesos de cocinado y limpieza y, por supuesto, esos líquidos suelen estar muy calientes. “Las aguas residuales también pueden contener grasas, que son una causa importante de atascos de tuberías y que no se pueden verter en el sistema o circuito general de aguas. Estos factores combinados pueden afectar a la seguridad alimentaria y a los costes de funcionamiento”.

De este modo, por cuestiones higiénicas y de seguridad, es básico evitar la formación

de charcos y el estancamiento de aguas. “El primer paso es diseñar la superficie del pavimento teniendo en cuenta el uso diario del espacio. Es imprescindible crear pendientes e instalar canales y sumideros. El mercado ofrece múltiples soluciones. Destacamos las soluciones de gres porcelánico, como las canaletas y las rejillas cerámicas que se integran perfectamente con el resto del pavimento y mantienen sus mismas prestaciones”, explican desde Rosagres. No obstante, “las pendientes del pavimento excesivas pueden provocar una mala ergonomía del operario. Normalmente sigue siendo el acero inoxidable el material más demandado”, añaden desde Grupo Intecno.

Por todo ello, “los sumideros tienen que colocarse única y exclusivamente en las zonas donde lo requieran. Son elementos difíciles de limpiar y son vía de acceso de plagas. Son imprescindibles en las zonas donde hay mucha descarga de agua para evitar encharcamientos”, especifica Alberto Formatger, de Saama. Así, pues, continúa añadiendo que “deberán poder desmontarse para una correcta limpieza. Dispondrán de rejilla desmontable y sifón. El material adecuado será acero inoxidable y la conducción será de material plástico resistentes a las temperaturas de uso. El suelo adyacente tendrá una pendiente adecuada para facilitar la recogida del agua”.

Un futuro en auge

“Las perspectivas de futuro para el sector hotelero siguen siendo positivas, pues cada año las cifras del turismo llegan a récords inesperados, siendo éste uno de los principales motores económicos de nuestro país”, destaca Joan Ros (SERHS Projects). Del mismo modo, desde el Grupo Intecno corroboran que el mercado hotelero Nacional sigue una trayectoria de expansión encaminada tanto a España como zonas turísticas afines a nuestro país. “Las perspectivas de nuestro mercado tienden a que sigamos siendo un referente mundial en el sector hotelero, siempre que nos respeten los conflictos”. En este sentido, la recuperación económica empieza a esbozar su mejoría, “por lo que creemos que este sector seguirá manteniendo unos altos niveles en nuestra economía,



Foto: Eurofred

“El tema de la cocina a la vista se expande a un concepto de ‘showcooking’, lo más próximo al cliente, e incluso con la participación del mismo...”

lo que favorecerá claramente el sector de la cocina industrial hotelera con más oportunidades en inversiones para reforma u obra nueva”, añade Joan Ros. Por ello, Pablo Torres (Rational Ibérica) opina que las perspectivas de crecimiento son muy optimistas: inversiones, subvenciones, fusiones. El turismo se está convirtiendo en uno de los mayores negocios del planeta, y cada vez más la calidad es un valor.

Por otro lado, desde SERHS Projects quieren destacar que a los clientes les gusta dar, cada vez más, una especialización concreta en los servicios que ofrecen. Por ejemplo, restaurantes más temáticos, show cookings especializados en hoteles, etc. En este sentido, “el tema de la cocina a la vista se expande a un concepto de ‘showcooking’, lo más próximo al cliente, e incluso con la participación del mismo”, indica Hugo Faria (Coldkit).

“Estas cocinas serán abiertas, en las que el consumidor pueda ver cómo se están elaborando los platos. Otra tendencia será una cocina de ensamblaje donde se dispondrán de productos de 5ª gama, de calidad, buscando lo mejor de cada proveedor. La cocina consistirá en combinar dichas elaboraciones dando un acabado final al plato. Estas cocinas serán para establecimientos con poco espacio para disponer de una cocina

propia y que quieran potenciar la zona de comedor”, describe Alberto Formatger (Saama).

Por otro lado, en opinión de Hugo Faria, “otra tendencia es bajar los costes operativos y también decorativos, para re-invertirlo en materia prima de mayor calidad, como una consecuencia a las exigencias de una clientela más consciente y exigente en sus elecciones. Los clientes quieren comida sana, ecológica, biológica, orgánica, de fuentes locales, etc. Y esto hace que se tengan que buscar maneras de recortar otros costes. Por eso pensamos que hay una tendencia que va hacia el autoservicio y el concepto buffet”.

Por otro lado, consideran que en un futuro la oferta gastronómica de un cierto sector se inclinará por las cada vez más comidas pre- confeccionadas, lo cual incrementará también la utilización de túneles de ultra congelación. “También pensamos que se utilizarán más las comidas deshidratadas, las comidas saludables y los platos con nuevos ingredientes o preparados con técnicas innovadoras”.

Por último, Alba Serentill (Distform) indica que el futuro pasará por el IoT, internet de las cosas y el Big Data, ya que el número de dispositivos conectados ha crecido exponencialmente en los últimos años. “Evolucionamos hacia dispositivos conectados o inteligentes que se caracterizan por tener la capacidad de recolectar e intercambiar datos. Se estima que en 2030 la mayoría de los dispositivos domésticos, por ejemplo, estarán conectados y esto abre un gran abanico de nuevas aplicaciones y el Big Data va a estar presente en todo este proceso”.

PROYECTO HOTELERO

MB Boutique Hotel, Nerja

LA EFICIENCIA AL SERVICIO DEL HUÉSPED



Se trata de un pequeño y lujoso hotel ubicado en el centro de Nerja, a tan solo 250 metros de la playa y a 7 minutos del conocido Balcón de Europa. Su principal condicionante era convertirse, con su apertura, en el hotel más tecnológicamente avanzado de Nerja, a través de la aplicación de nuevos sistemas y tecnologías que contribuyan a la reducción de nuestra huella de CO₂, así como ser una atracción para los usuarios.



Foto: MB Boutique Hotel, Nerja



Foto: MB Boutique Hotel, Nerja

Con su apertura al público el MB Boutique Hotel deseaba ofrecer un hotel lo más tecnológicamente avanzado a través de la aplicación de novedosos sistemas y tecnologías, contribuyendo a la reducción de la huella de CO₂, así como convertirse en una atracción para los usuarios.

El establecimiento se encuentra ubicado en Nerja, en pleno centro, a tan solo 250 metros de la playa y a 7 minutos a pie del conocido Balcón de Europa.

El hotel es propiedad de la compañía Menyber, una empresa familiar ubicada en Nerja, dedicada al turismo desde 1982, que ofrece servicios de alquiler y mantenimiento de propiedades, así como otros servicios relacionados con la actividad inmobiliaria.

De esta manera, la idea de llevar a cabo el MB Boutique surgió cuando se observó la oportunidad, dentro del mercado hotelero, de crear algo totalmente diferente a lo que existía hasta la fecha en este sector.

Por ello, la compañía apostó, desde el primer momento, por ofrecer la tecnología domótica en todos los servicios, algo que tuvo una gran acogida entre el público.

De este modo, entre los principales objetivos de la aplicación de estas nuevas

tecnologías que se han implementado, podemos encontrar dos:

Por un lado, ahorro energético e hídrico durante la operación diaria, lo que se traduce en la realización de una gestión altamente eficiente, así como una

Foto: MB Boutique Hotel, Nerja



“La idea de llevar a cabo el MB Boutique surgió cuando se observó la oportunidad, dentro del mercado hotelero, de crear algo totalmente diferente a lo que existía hasta la fecha en este sector...”

significativa reducción de la huella de CO₂ y un mayor rendimiento económico.

Y, como segundo punto, ofrecer un producto innovador y atractivo para los clientes que, a su vez, pueda concienciar a los mismos sobre el consumo energético e hídrico.

Con todo esto, y tras un periodo de apertura, se ha podido comprobar, con gran satisfacción para la propiedad, los resultados de la aplicación de estas nuevas tecnologías y de qué manera han optimizado la gestión de los empleados y usuarios.

Así, por ejemplo, en lo que respecta a la iluminación, MB Boutique Hotel es un hotel 100% LED, es decir, en él no se cuenta con bombillas incandescentes en absoluto.

De esta manera, el uso de bombillas LED ha supuesto y supone un ahorro de



Foto: MB Boutique Hotel, Nerja

consumo entre un 70% y un 88%, lo cual se refleja tanto en la huella de CO₂ como en los costes de la operación.

Por otro lado, hay que ser conscientes de que uno de los mayores consumos energéticos de un hotel proviene del sistema de Aire Acondicionado/ Calefacción, pudiendo suponer hasta un

25% del coste total de operaciones en algunos casos.

Por ello, MB Boutique ha decidido implementar un sistema altamente eficiente de Toshiba, el cual supone un significativo ahorro en consumo energético, así como un uso mucho más eficiente de los compresores y, debido al

Foto: MB Boutique Hotel, Nerja





Foto: MB Boutique Hotel, Nerja



Foto: MB Boutique Hotel, Nerja

poco consumo energético, una menor huella de CO₂.

El sistema es Toshiba SMMS-i ofrece la misma potencia calorífica (COP) y frigorífica (EER) de un sistema normal a casi un 50% de ahorro. De hecho, este sistema es capaz de ofrecer un COP de 6.41 con un 50% de carga.

Debido a las prestaciones de este nuevo sistema, con sus compresores de alta eficiencia energética, se ha visto un ahorro de un 30% en el consumo asociado a Aire Acondicionado/Calefacción con respecto al sistema anterior de unidades

Split por habitación e incluso respecto a otros sistemas de A/C tradicionales.

Mientras tanto, el sistema de agua caliente sanitaria instalado en MB Boutique Hotel es un innovador elemento el cual no requiere de los procedimientos de prevención de legionella asociados a los sistemas normales debido a su diseño innovador y seguro.

La otra gran ventaja de este sistema es que en ninguna parte del circuito existen acumulaciones de agua para uso humano, lo que previene de forma muy eficiente la proliferación de legionella.

Esto se traduce en un significativo ahorro en personal o contrataciones dedicadas a hacer los mantenimientos asociados a los sistemas de ACS comunes.

Así, las prevenciones de legionella se hacen a través de programas preventivos de choques térmicos y/o choques químicos regulados y controlados por el mismo sistema y solo son necesarios una vez al año.

También es un sistema altamente eficiente desde el punto de vista energético ya que

Foto: MB Boutique Hotel, Nerja





utiliza energía solar para el calentamiento del agua y la envía caliente al acumulador de agua, el cual mantiene la temperatura constante con un mínimo gasto de energía.

Además, otro de los mayores atractivos para los clientes de MB Boutique Hotel es la domótica instalada en todas las habitaciones del hotel, a través de la cual pueden controlar el color de la iluminación, temperatura de la habitación, flujo de aire del A/C, carteles de no molestar, hacer limpieza y más.

Foto: MB Boutique Hotel, Nerja



Foto: MB Boutique Hotel, Nerja

Y, como es ya común en casi todos los hoteles, las llaves ya no son llaves, sino tarjetas, y en las habitaciones existe el interruptor o ahorrador energético.

De este modo, el sistema implementado en MB Boutique Hotel son las llaves RFID (Identificación por Radio Frecuencia) las cuales basta con acercarlas a la puerta para que se abra la cerradura.

Una vez dentro de la habitación, el cliente deberá posicionar la llave dentro del interruptor/ahorrador energético, el cual dará energía a la habitación siempre y cuando haya una llave en su interior.

Esto favorece un mayor control de los consumos energéticos ya que no permite el consumo de energía sin llave.

Por último, otro de los mayores atractivos para los clientes de MB Boutique Hotel es la pantalla táctil que controla el agua tanto en la ducha como en el lavabo.

Estas pantallas táctiles, ofrecen un control muy preciso de la temperatura y del caudal del agua. Incluso permite cambiar entre grifo y ducha instantáneamente, así como informar al cliente exactamente cuánta agua ha consumido, creando así una mayor conciencia sobre el consumo hídrico.

Foto: MB Boutique Hotel, Nerja



Jonathan Méndez

Fundador y propietario de MB Boutique Hotels



Foto: Jonathan Méndez. Fundador y propietario de MB Boutique Hotels

¿Cuál es la propuesta esencial de MB Boutique Hotel?

Nos establecemos en el mercado bajo la, cada vez más demandada, tendencia de "Adults only", que nos permite crear un espacio concebido para el descanso, la relajación y el bienestar.

Nuestro modelo de negocio se basa en un nuevo concepto de hotel en el que la tecnología domótica es clave en nuestros servicios, ofreciendo calidades de 4 y 5* en un hotel de tres estrellas.

¿A quién va dirigida su propuesta de negocio?

Nos dirigimos, por un lado, a inversores que quieran apostar por nuestra marca obteniendo sus correspondientes rentabilidades según la inversión realizada y, por otro, a potenciales franquiciados que estén interesados en renovar o poner en marcha un hotel bajo el paraguas de una marca ya asentada con éxito en el mercado como es MB BOUTIQUE HOTEL.

¿Cómo surge esta idea de negocio?

MB BOUTIQUE HOTEL surgió después de darle muchas vueltas a la cabeza, pues no era el proyecto inicial. Durante los 7 meses que duró la reforma del hotel, fue cuando empecé a plantearme qué marca quería lanzar al mercado y el concepto que quería desarrollar.

En base a algunas ideas que me rondaban en la cabeza fue como comencé a darle forma a lo que ahora



es MB. En vista de la buena aceptación por parte de los clientes y el interés por saber si contábamos con más emplazamientos, fue el motivo principal por el que surge la idea de poner en marcha la expansión de MB BOUTIQUE HOTELS como cadena.

¿La particularidad del edificio reclama también un cliente particular? ¿Cuál es el perfil de un usuario de MB Boutique Hotel?

Al ser un hotel únicamente para adultos, no ofertamos la posibilidad ni de camas individuales ni habitaciones triples. Esto nos permite crear un ambiente de mayor calidad para el cliente. Siendo mayoritariamente parejas, de todas las edades, y grupos de amigos que vienen a disfrutar de unos días de vacaciones.

MB BOUTIQUE HOTELS responde principalmente a la demanda de un turismo inquieto, formado, educado y adulto, que busca alojamientos premium a muy buenos precios.

¿Qué características les diferencian de sus competidores en la zona? ¿Por qué el usuario debe decantarse por su hotel?

Ofrecemos un hotel 3 estrellas, pero con calidades y servicios de 4 y 5*.

Foto: MB Boutique Hotel, Nerja





Fotos: MB Boutique Hotel, Nerja

Nos establecemos entre las primeras posiciones de diferentes rankings en conocidas webs como Tripadvisor o Booking, gracias a los continuos comentarios positivos de los clientes. Nuestra prioridad es el cliente y trabajamos día a día para ofrecer los mejores servicios.

¿Qué elementos hacen que el MB Boutique Hotel contribuya al confort de los huéspedes? ¿Qué papel juegan las nuevas tecnologías en su modelo de negocio?

Las nuevas tecnologías juegan un papel fundamental en la experiencia del cliente, no es habitual, por ejemplo, disponer de tablets en cada habitación para acceder a internet o realizar reservas.

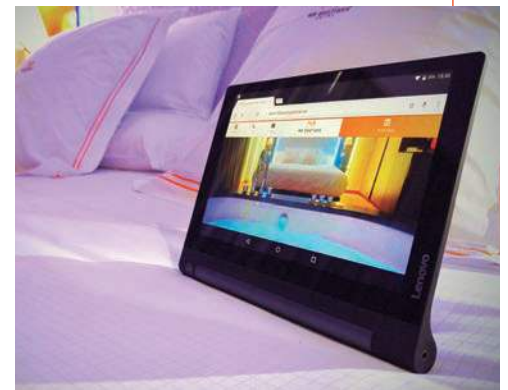
Los dormitorios están equipados con la última tecnología, estableciéndose como el hotel más avanzado tecnológicamente del municipio. La aplicación de los nuevos sistemas contribuye a generar ahorro energético e hídrico en el uso diario, con una gestión altamente eficiente que permite reducir significativamente la huella de CO₂. La domótica instalada en todas las habitaciones hace partícipes a los huéspedes de esa eficiencia energética, facilitándoles el control del consumo, incluso del agua, con una pantalla táctil

tanto en la ducha como en el lavabo que les informa del caudal consumido para crear una mayor concienciación.

Operamos con una tecnología 100% LED, sin bombillas incandescentes, lo que supone un ahorro de entre un 70% y un 88%; a lo que se suma su innovador sistema de agua caliente sanitaria que utiliza la energía solar para su calentamiento.

¿Qué objetivos tienen a corto y medio plazo? ¿Defina su estrategia de expansión para los próximos años?

Foto: MB Boutique Hotel, Nerja



Tenemos encima de la mesa varias opciones, como son las ciudades de Málaga, Sevilla, Granada, Madrid, Alicante. Es una apuesta ambiciosa y difícil, por ello desde el departamento de Expansión, con José Lizasoain a la cabeza, trabajan duro para conseguir en próximos años poder poner en marcha al menos 3 hoteles.

Y por último, ¿por qué debe irse satisfecho un cliente del hotel que dirige?

La satisfacción del cliente es nuestro principal objetivo. De hecho, contamos con un porcentaje elevado en fidelización. Si no conseguimos que la gran mayoría se vaya satisfecha es porque algo no estamos haciendo bien.



Foto: Kärcher

Higiene en el hotel: tecnología actual

Confort, salud e imagen

Habitualmente, los viajeros suelen buscar, a la hora de viajar, mayores comodidades de las que cuentan en casa, lo que les hace más exigentes. Además, sus expectativas suelen variar dependiendo de su personalidad o de los objetivos con los que se realice ese viaje. Sin embargo, la limpieza de los establecimientos hoteleros se encuentra entre las principales prioridades de cualquier usuario. Se reclama un buen servicio, pero a la vez una habitación ordenada, sin polvo, con sábanas limpias y un baño completamente aseado y desinfectado. De esta manera, cuando un hotel atiende la limpieza de su establecimiento no sólo se está manteniendo la higiene y desinfección de las instalaciones, sino que también se protege su imagen y reputación.

En el momento en el que una persona se aloja en un establecimiento hotelero, no sólo busca precio y ubicación. La limpieza de las habitaciones, la ropa de cama y toallas, por ejemplo, son puntos decisivos a la hora de decantarse por un hotel u otro.

En este sentido, la limpieza y la higiene dentro de la actividad hotelera requieren de una atención especial para poder conseguir un ambiente óptimo, más atractivo, confortable y saludable para los clientes externos e internos.

Aunque en el hotel se atienda de manera excepcional en la recepción, si el baño no está reluciente y se ve higiénico, el cliente nunca volverá a hospedarse en ese hotel. De esta manera, para asegurar una correcta higienización de

un establecimiento hotelero se necesita realizar una adecuada limpieza de las áreas del hotel y el aseo de su personal. Procedimientos, principios, normas..., que permiten proteger la salud de los turistas y de los propios trabajadores del hotel, previniendo las posibles enfermedades. Y, además, identificación, análisis y control de áreas y puntos sometidos a riesgos de surgimiento de contaminación y enfermedades.

No obstante, aunque desde el punto de vista del huésped todo entra dentro de la categoría de limpieza de hotel, para un correcto trabajo se debe incluir también la higiene de todas las áreas o superficies que puedan entrar en contacto con el turista y que puedan provocar contaminaciones y enfermedades.

Además, es muy importante tener en cuenta sobre la calidad de la limpieza y el estado funcional de un hotel, que un lugar limpio será frecuentado siempre, mientras que uno sucio es más complicado que regrese, por lo que todas las cadenas hoteleras tienen la responsabilidad de proporcionar el bienestar de los clientes. En un sector tan competitivo como el hotelero -más en temporada alta- una sola reseña negativa puede arruinar la reputación de un establecimiento.

Por ello, para llegar a controlar los aspectos de limpieza e higiene del establecimiento, debemos conocer, comprender y capacitar a los empleados dentro de los procedimientos, principios, técnicas, normas y reglamentos que permiten un ambiente salubre y acogedor, sin riesgo de contaminación por agentes externos que puedan correr un riesgo para la calidad del servicio.

El valor de una higiene correcta

Habitualmente, los viajeros tienen muchas exigencias en el momento de viajar, variando las expectativas que tienen del viaje que van a realizar dependiendo de su personalidad y objetivos del viaje. Sin embargo, la limpieza siempre se encuentra entre las principales prioridades del usuario. Se exige un buen servicio pero, al mismo tiempo una habitación, que esté limpia, no tenga polvo, sábanas recién cambiadas, y un baño completamente desinfectado.



Foto: Distribuidora Joan

Hay que ser conscientes de que los hoteles son espacios en el que conviven y trasiegan muchas personas, por lo que la limpieza en profundidad y al detalle es de vital importancia. Siendo, en muchas ocasiones, también necesario la desinfección de alguna parte del establecimiento para eliminar todas las bacterias que haya podido influir en un determinado ambiente o superficie.

“Hoy día, por encima de las estrellas o precios que pueda tener un hotel o alojamiento, los clientes lo que más valoran son la limpieza e higiene del establecimiento. El sector hotelero cada vez da más importancia a este aspecto, y por ello, dedican más recursos para obtener unos mayores niveles de higiene y limpieza en todos sus espacios”, describe

Mikel Iceta, Responsable de Marketing Kruger Technology. Actualmente, “las cadenas hoteleras no solo cuidan aspectos como la comodidad del cliente, o el diseño de las habitaciones o zonas comunes, las exigencias de los mismos clientes hacen que las cadenas hoteleras estén cada vez más sensibilizadas en los aspectos de higiene en general”, añade Xavier Oller, Jefe de Ventas de Distribuidora Joan.

Igualmente, desde el área de comunicación de Girbau aseguran que la limpieza e higiene en una cadena hotelera es uno de los aspectos cruciales para ofrecer un buen servicio a los huéspedes y para que se lleven una buena experiencia de su estancia. “Los hoteles tienen en consideración este

Foto: Boaya





TotalVue: La gestión de última generación para su lavandería.

Buscar nuevas maneras de aumentar la eficiencia operativa y reducir los gastos en todas las áreas de su negocio es un desafío al que se enfrenta a diario. Con TotalVue® Powered by UniLinc®, puede eliminar la lavandería de la lista de cosas de las que preocuparse. TotalVue le ofrece una visualización total de indicadores de rendimiento previamente desconocidos que afectan significativamente a sus gastos generales, incluyendo mano de obra, gastos de lavandería y suministros, permitiendo a los directores y ejecutivos hacer ajustes inmediatos que afectan significativamente al resultado.

No se puede controlar lo que no se puede medir

Empiece a medir todo con TotalVue. Los costes de los equipos iniciales sólo representan el 8-12% de su presupuesto total de lavandería, mientras que los costes operativos representan hasta el 87%. TotalVue le da acceso inmediato a informes almacenados en la nube que detallan exactamente cuánto le cuesta procesar un Kilogramo de ropa

Empieza con UniLinc, el sistema de control de lavandería más avanzado de la industria. UniLinc reúne rendimientos de máquinas y datos de mantenimiento, y los almacena para su estudio. TotalVue muestra la información en informes fáciles de leer, con ventanas gráficas que le dan, en tiempo real, una rápida visualización de los datos de rendimiento que más le interesen. Ahora puede controlar de forma remota el rendimiento de máquinas específicas y múltiples lavanderías.

Para conocer más:

Alliance Laundry Systems Spain
C/ Solsones 2, Edf. Muntadas, Mas Blau
08820 El Prat de Llobregat (Barcelona)
902 10 15 68
customercenter@alliancels.eu
UniMac.com/TotalVue

Administre su lavandería de la forma más sencilla:

- Visibilidad de todas las operaciones en su lavandería, en tiempo real, en cualquier momento y desde cualquier lugar a través de la web.
- Visualización de los datos de rendimiento críticos, informes, diagnóstico y errores de máquinas, y productividad siempre en tiempo real.
- Averigüe y controle la eficiencia de su lavandería, basada en el coste de procesar un Kilogramo de ropa.
- Defina puntos de referencia, compare rendimientos e identifique individualmente cada máquina entre distintas lavanderías.

Tenga visibilidad sobre todos los aspectos de su lavandería:

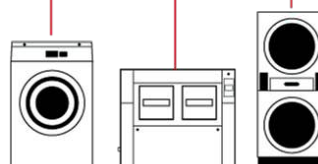
- Uso y productividad de máquinas.
- Rendimiento de cada empleado.
- Comparaciones entre turnos.
- Tipo y número de ciclos operados en cada turno, ahorro de ciclos ECO.
- Productividad por hora, día, semana, mes y año.
- Control exacto de la cantidad de ropa que entra y sale de la lavandería.
- Control de gastos en suministros.
- Eficiencia final: coste por Kg de ropa lavada.

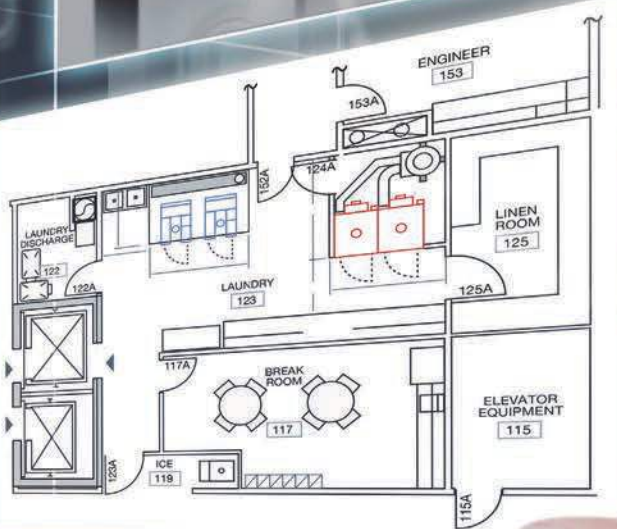
CONTROLE TODAS LAS VARIABLES QUE AFECTAN A LA LAVANDERÍA



MULTIDISPOSITIVO Y CONEXIÓN A LA NUBE

TotalVue®
POWERED BY UNILINC®





EXPERT

PREFERIDO POR LAVANDERÍAS PROPIAS EN TODO EL MUNDO



www.unimaclaundry.com

UniMac

THE LAUNDRY EXPERTS

Experimentados. Fiables. Eficientes.
Como usted, somos expertos en lo que hacemos.

Alliance Laundry Systems Spain
C/ Solsones 2, Edf. Muntadas, Mas Blau
08820 El Prat de Llobregat (Barcelona)
902 10 15 68
customercenter@alliancels.eu



Foto: Sutter Professional

aspecto al saber que es crucial para que la percepción de la calidad del establecimiento sea la adecuada". Del mismo modo, desde Sutter Professional concretan que los valores prioritarios son la imagen, la higiene y el confort.

En resumen, "las cadenas hoteleras, y en general cualquier establecimiento hotelero, priorizan la limpieza de sus instalaciones porque son conscientes de que es un aspecto clave en la valoración de la experiencia del cliente, siendo en muchos casos el recuerdo principal con el que se queda. En un sector tan competitivo como el hotelero, una valoración negativa puede afectar de forma importante al prestigio del establecimiento", analiza Óscar Moral, Product Manager Lodging de Proquimia.

En este sentido, "aquellos establecimientos que ofrecen unos niveles de limpieza superiores al resto, obtienen unas valoraciones positivas de sus huéspedes y teniendo en cuenta que la gran mayoría de clientes, antes de tomar una decisión, buscan valoraciones y opiniones de los lugares donde alojarse a través de Internet, es extremadamente importante cuidar este aspecto, lo cual, cada vez se tiene más presente", especifica Mikel Iceta. "Sin una correcta limpieza e higiene, la calidad del hotel queda en entredicho. Nosotros tenemos clarísimo este punto de partida. Sabemos que desde la lavandería podemos y debemos prestigiar al hotel", destacan desde Girbau.

Sin embargo, teniendo en cuenta que las cadenas hoteleras buscan

un ajuste en los márgenes, alta rentabilidad y seguridad en la gestión de sus actividades, "un responsable de compras buscará empresas que puedan garantizarle una buena gestión diaria del aprovisionamiento de productos de limpieza. Esta tranquilidad estará formada por un mixed de buenos productos, con buena formación y unos costes acorde con las tendencias actuales del mercado", indica Marc Ceron, Responsable de Marketing del Grupo Dino.

No obstante, teniendo en cuenta estos hechos, "podemos aseverar que el sector hotelero otorga especial importancia a los niveles de limpieza ofrecidos cuidando al máximo el confort de sus clientes", determinan desde Kruger Technology

Nuevas formas de limpieza

Como en todos los sectores, rentabilizar el servicio es uno de los objetivos prioritarios y en el caso de los establecimientos hoteleros y la limpieza no es distinto.

Por esta razón, es fundamental conocer muy bien las necesidades que tenga cada establecimiento, siendo el siguiente paso incorporar soluciones innovadoras que cubran varios objetivos, entre los que destaca la optimización del proceso de limpieza en el hotel, mejora del servicio y estado de las instalaciones, posicionando al hotel como empresa de vanguardia en lo referente a gestión de operaciones.

En este sentido, "la limpieza en el hotel ha evolucionado significativamente en los últimos años, buscando la optimización de costes y tomando conciencia de la

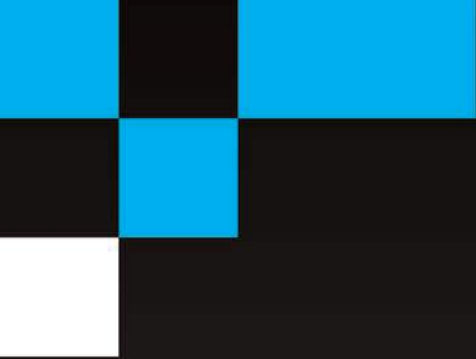
necesidad de reducir su impacto sobre el medio ambiente, motivos que han llevado a una mayor profesionalización en la forma de trabajar", determina Óscar Moral, de Proquimia. "La limpieza e higienización en hoteles y similares ha evolucionado durante los últimos años debido a que se ha llevado a cabo una mecanización de la limpieza e higiene, especialmente en cocinas, suelos, sanitarios, tapicerías, etc.", añade Mikel Iceta, de Kruger Technologies. Del mismo modo, Ignacio Carrera, B.U. Comercial de Kärcher, destaca que, poco a poco, se incorporan nuevos equipos para satisfacer necesidades de limpieza concretas para diferentes zonas del hotel, no solo en pasillos y habitaciones.

Por otro lado, Xavier Oller, de Distribuidora Joan asegura que las nuevas tecnologías y elementos de higiene han evolucionado en el tiempo, "utilizándose, cada vez más, útiles y sistemas de limpieza que nos facilitan el cuidado de la higiene con una clara reducción del tiempo y trabajando con más frecuencia con productos químicos concentrados donde el control y ahorro de costes es importante". Y, desde Sutter Professional indican en que "ha evolucionado hacia los concentrados y la ecología".

Por otro lado, desde Distribuidora Joan exponen como técnica novedosa en cuanto a la limpieza la nanotecnología

Foto: Kruger Technology





primus

laundry equipment



especialistas
en lavandería OPL

Xtreme
in innovation



boaya.es
T: +34 91 710 91 30

promateriales

de construcción y arquitectura actual

Información de Arquitectura y Materiales de Construcción

- Análisis de Proyectos de Edificación
- Entrevistas a arquitectos
- Reportajes de Materiales de Construcción
- www.promateriales.com —



Promateriales Arquitectura Actual

www.facebook.com/promateriales.arquitecturaactual



Promateriales @Arquitectura_PM

www.twitter.com/Arquitectura_PM



Promateriales (Editorial Protiendas S.L.)

www.linkedin.com



hostelpro

proveedores de hostelería y restauración

Información de Hostelería y Restauración

- Análisis de Proyectos Hoteleros y de Restauración
- Entrevistas a Directores y Responsables de Compras
- Reportajes de Equipamiento Hotelero
- www.revistahostelpro.com —

protiendas

la revista para proveedores y tiendas de electrodomésticos, electrónica, imagen y sonido

Información de Electrodomésticos, Imagen y Sonido

- Análisis de Sectores (Gamas Blanca, Marrón y PAE)
- Entrevistas a Fabricantes y Distribuidores
- Reportajes de Distribución de Electrodomésticos
- www.revistaprotiendas.com —



para repeler grasas y otras sustancias. “Estas micropartículas presentes en los agentes limpiadores tienen la ventaja de servir como barrera protectora sin utilizar sustancias corrosivas, reduciendo además el tiempo de limpieza. Existen otras innovaciones en el sector de la limpieza, como el uso de microfibras, ozono o equipos de ultrasonidos. Cada una de ellas conviene aplicarlas según la superficie y el ámbito”.

Mientras, desde el Grupo Dino determinan que se ha de reconocer que las técnicas que se van desarrollando últimamente son las que derivan de los productos concentrados. “La instalación de mini fábricas diluidoras de concentrados en los office de los centros va ganando terreno a otros sistemas debido a los costes ajustados, la seguridad de riesgos laborales que ofrece y la garantía de que todo el personal trabajará con los mismos productos y mismas concentraciones”.

Mientras, en aspectos como la lavandería, clave en la calidad de la ropa de cama, manteles, toallas y albornoces, “la tecnología ha avanzado de manera muy considerable para ofrecer resultados óptimos con procesos cada vez más eficientes y más productivos, lo que se traduce en una mayor rentabilidad de la instalación”, definen desde Girbau. Y, del mismo modo, Marc Ceron, del Grupo Dino, especifica que en los últimos años

Foto: Argui



Foto: Girbau

se han desarrollado nuevos sistemas de limpieza basados en la mecanización de la actividad limpiadora. “Maquinaria como el vapor, ozono, fregadoras..., van haciéndose un hueco en los centros, pero hemos de ser conscientes que la búsqueda de costes bajos no ha permitido un buen desarrollo de los mismos”.

Además, desde Girbau añaden que la gestión de la limpieza ha evolucionado tanto en variedad de productos de limpieza, que pueden ofrecer controles de coste desde varias perspectivas, y ofrecer que los servicios puedan ser gestionados por empresas externas a la gestión del hotel (empresas de facilities). Por ejemplo, indican que sus lavadoras incorporan nuevas tecnologías que permiten personalizar todos y cada uno de los procesos de lavado. “Solo con esta personalización se consigue la calidad que precisa cada colada y con el consumo de agua, energía y productos químicos que se requieren en función del nivel de suciedad y tipo de tejido. No es lo mismo lavar manteles o servilletas manchadas que un traje de un cliente, por poner dos extremos. En este sentido, las lavadoras Girbau son Wet Cleaning Ready y son tan polivalentes que pueden realizar desde procesos de lavado intenso para ropa con mucha suciedad hasta procesos extremadamente delicados para lavar piel”.

En definitiva, “en el mercado van apareciendo nuevas tecnologías relacionadas con el proceso de desinfección pero aún están muy poco extendidas, ya que presentan limitaciones

técnicas en su aplicación”, concluyen desde Proquimia.

Desinfección, paso a paso

Como primer punto a tener en cuenta antes de ponerse a gestionar la limpieza de un establecimiento hotelero es considerar la adecuada formación del personal. “Una vez el operario sepa qué productos tiene, para qué sirven y qué debe hacer, tan solo nos quedará que el proveedor de la limpieza aporte productos con garantía HA (Higiene Alimentaria), registros al día y que se cumplan los protocolos de limpieza que tiene asignados el centro”, analiza Marc Ceron. Del mismo modo, Xavier Oller, como profesional de la venta del sector de la limpieza opina que quien mejor conoce los pasos a seguir para una correcta desinfección de una habitación son los profesionales que realizan la labor de la limpieza y las gobernantas que supervisan sus tareas.

Como paso posterior, Ignacio Carrera especifica que será necesario identificar las zonas críticas creando un procedimiento de limpieza preciso en función de las necesidades higiénicas solicitadas por el establecimiento hotelero.

En relación a esto, será indispensable la aplicación del sistema APPCC en cocinas, “proceso clave para la prevención de posibles contaminaciones en los alimentos y asegurar una correcta seguridad alimentaria. En segundo lugar, desarrollar un plan de higiene que garantice el cumplimiento del

ETIQUETA ECOLABEL

La Etiqueta Ecológica es un sistema de certificación único que tiene como principal objetivo ayudar a los consumidores europeos a identificar los productos más ecológicos y respetuosos del medio ambiente. Se trata de un distintivo que está destinado a usarse en productos o servicios de empresas que soliciten su concesión, siempre que cumplan con una serie de criterios ecológicos aprobados a través de decisiones de la Comisión Europea.



Ecolabel se concede a todos los productos y servicios que aseguran un bajo impacto ambiental en todo su ciclo de vida. Existen etiquetas ecológicas similares como son Blau Engel (Alemania) o Nordic Swan (países nórdicos).

Esta etiqueta constituye una parte importante de la política comunitaria de instrumentos voluntarios de ayuda a las empresas y consumidores para mejorar sus actuaciones sostenibles. Tiene como objetivo promover productos que reduzcan los efectos ambientales adversos, comparándolos con otros productos de su misma categoría, de tal manera que se contribuye así a un uso eficaz de los recursos y a un elevado nivel de protección del medio ambiente.

En este sentido, esta marca ofrece distintas ventajas para el medioambiente, entre las que destacan:

- Reducción de la contaminación atmosférica, es decir, menos emisiones de azufre y gas de efecto invernadero.
- Limitación del uso de sustancias nocivas para el medioambiente, menos emisiones de compuestos de cloro y residuos orgánicos del agua.
- Menos consumo de energía.
- Uso exclusivo de fibras recicladas o de fibras vírgenes procedentes de bosques de gestión sostenible.

Esta etiqueta demuestra a sus clientes y consumidores que su producto cumple criterios ecológicos estrictos, lo que les inclinará a elegirlo, es verificada por terceros y está reconocida en todos los países de la UE.

La Etiqueta Ecológica Europea está demostrando que existen alternativas ecológicas para las empresas sea cual sea su sector de actividad.

Mientras, en lo que respecta a la ropa de hotel, su desinfección debe hacerse garantizando que la ropa se lava a temperatura correcta y con la dosificación adecuada de producto. Para ello, “las máquinas han incorporado prestaciones que aseguran el cumplimiento de las condiciones de lavado requeridos. En el proceso de lavado también es de vital importancia que la lavandería separe claramente la ropa limpia de la sucia para evitar contaminaciones cruzadas y que lo haga incluso con habitáculos separados y lavadoras de barrera sanitaria si los niveles de higiene que se deben alcanzar son superiores”, explican desde Girbau.

Productos de higienización

La desinfección engloba el conjunto de operaciones con las cuales se consigue la reducción temporal del número de microorganismos vivos, así como la destrucción de los patógenos y alterantes. De igual manera, los desinfectantes deben cumplir con distintas propiedades entre las que se encuentra el contar con un amplio espectro germicida, que no sean ni corrosivos ni tóxicos, económicos, de fácil dosificación, solubles en agua, estables tanto durante su almacenamiento y en presencia de residuos orgánicos...

Asimismo, es importante considerar que el desinfectante debe elegirse teniendo en cuenta el tipo de superficie presente en el establecimiento. “Debemos disponer

procedimiento APPCC implementado en cocinas y de los procesos de limpieza y desinfección óptimos para cada zona del hotel. Por último, es imprescindible realizar formación al personal y proporcionarle las herramientas y productos necesarios para realizar con garantía y seguridad todas estas tareas de higiene”, especifica Óscar Moral.

Asimismo, la limpieza de los suelos con desinfectantes, debe considerarse como clave. “Otro aspecto importante a tener en cuenta es la ventilación de los diferentes espacios, de forma que evite la acumulación de calor, condensación de vapor y evitar corrientes de aire que puedan afectar al área de preparación y consumo de alimentos. Muy importante es inculcar hábitos de higiene a los

trabajadores que intervienen en la limpieza del hotel”, enumeran desde Kruger Technologies.

De esta manera, Mikel Iceta considera que para poder contar con una correcta desinfección, “lo más adecuado es la limpieza con maquinaria de vapor a alta temperatura y el uso de químicos adecuados, especialmente en espacios como cocinas, baños, vestuarios, etc., y la limpieza de toallas, sábanas, moquetas, colchones, etc. que es donde más bacterias o agentes biológicos se acumulan. Para todo aquello relacionado con la cocina, es fundamental eliminar todos los gérmenes, para lo cual es necesario eliminar todos los restos de comida, para después rociar algún bactericida”.

Foto: Kruger Technology



“Es imprescindible realizar formación al personal y proporcionarle las herramientas y productos necesarios para realizar con garantía y seguridad todas estas tareas de higiene...”

de todo tipo de productos específicos para cada tarea y superficie para lograr una óptima limpieza y desinfección. Necesitaremos artículos desinfectantes para el baño, limpiacristales para los cristales y superficies vitrificadas, multiusos y quitapolvos para el mobiliario y fregasuelos para las superficies”, especifica Xavier Oller (Distribuidora Joan).

Por ejemplo, Óscar Moral (Proquimia) asegura que los productos clorados continúan generando interés y son de gran demanda por tradición y por su amplio espectro germicida y bajo coste. “Aunque es importante destacar que cada día van ganando más terreno otro tipo de desinfectantes, como los

basados en amonios cuaternarios, por su efecto desinfectante residual que les permite seguir actuando después de su aplicación”. En este sentido, con respecto a los productos que se utilizan, “en España históricamente hemos tenido productos con base clorada (derivados

de la lejía), pero por suerte esta cultura, poco a poco, va desapareciendo. Hoy en día los amonios cuaternarios van haciéndose un hueco en las estanterías del almacén de la limpieza de un hotel. Pero los productos consistentes en una mezcla de jabón con lejía, continúan



Foto: Distribuidora Joan

Tenemos la solución de lavandería personalizada que estás buscando

Descubre con Girbau cómo conseguir más beneficios y clientes más satisfechos.

Juntos, creando futuro.

GIRBAU





Foto: Boaya

predominando en muchos centros (y eso que la normativa de riesgos laborales va siendo cada vez más prohibitiva hacia este aspecto)", describe Marc Ceron (Distribuidora Dino).

Así, desde Sutter Professional determinan que los productos más demandados son los amonios cuaternarios, bactericidas, fungicidas y evitando cloros.

Mientras, entre la maquinaria y productos de limpieza, "los productos que más demanda el sector hotelero podemos encontrar los equipos para la limpieza de moquetas, generadores de vapor y los productos químicos como desinfectantes, bactericidas, etc., que sustituyen lejías y productos clorados, que son mucho más agresivos y olorosos", precisa Mikel Iceta (Kruger Technologies).

Así pues, a raíz de las normativas de medio ambiente que han ido surgiendo los últimos años, "las composiciones de los productos químicos han sido cada vez menos dañinas, por ello el uso de fosfatos, por ejemplo, ya no está permitido", define Marc Ceron. Por esta razón, "en la fabricación de los productos de higiene se tiene muy presente que sean lo menos agresivos posibles tanto para el ser humano como para el medio ambiente. En la actualidad existen muchos productos neutros, incluso en base a componentes naturales que pueden utilizarse sin riesgos para la salud. No obstante, en determinados casos, son necesarios productos más agresivos que, con un correcto aclarado, no suponen ningún riesgo para la salud

de los huéspedes", precisa Óscar Moral (Proquimia). Con esta misma idea Xavier Oller, opina que cada vez se trabaja con productos químicos completamente naturales en que su base activa pueden ser el vinagre, limón y otras sustancias no agresivas en contacto con la piel.

Por todo ello, hay que tener presente que los productos con etiqueta Ecolabel han ido ganando terreno, así pues han evitado ser contaminantes y menos peligrosos para el personal. "Mediante el registro Ecolabel que tramita el gobierno, los fabricantes han desarrollado productos de limpieza que abarcan todas las áreas con la garantía de un registro certificado que da fe de su responsabilidad ecológica. Actualmente, podemos afirmar que los productos ecológicos ya no tienen un elevado sobrecoste como sucedía en un

pasado y son más accesibles para todos los públicos", describen desde Grupo Dino.

Así pues, gracias a años de desarrollo, investigación y compromiso de todos los actores implicados con la protección del medio ambiente, se ha conseguido ofrecer al mercado productos más sostenibles. En este caso, "las formulaciones son más complejas y en algunas ocasiones presentan unos costes más elevados por los componentes que se utilizan (no son los habituales y están más limitados), pero al ser una tendencia del mercado con una gran demanda, estos productos se han ido implantando", precisan desde Proquimia.

Mientras tanto, también hay que ser conscientes de los gustos de los huéspedes, "quienes valoran más las fragancias remanentes que desprenden, pero aun así, la tendencia es de utilizar olores neutros, pues cada uno tienes sus preferencias olfativas".

Maquinaria

No cabe duda que en años futuros el sector vivirá una evolución en la forma en la que se garantiza la calidad del servicio de limpieza de un hotel. En estos momentos, existen muchas tecnologías que se han ido incorporando a lo largo de los años y, en la mayoría de ocasiones, están relacionadas con la maquinaria de limpieza. Por ejemplo, aspiradoras de última generación, robots aspiradora



Foto: Kärcher

que complementan la labor de limpieza, camas y mobiliario con sistemas de traslado fácil y cómodo para limpiar los rincones más difíciles o complejos sistemas de aspiración ya integrados en el propio edificio.

Como en todos los ámbitos, “la maquinaria facilita el trabajo, optimiza los procesos y mejora la productividad. En el sector de la limpieza, hoy en día sería impensable no disponer de lavavajillas automáticos, lavadoras industriales, fregadoras automáticas y otro tipo de máquinas habituales en cualquier hotel”, puntualizan desde Proquimia. No obstante desde el Grupo Dino aseguran que, en España, el concepto de mecanización de la limpieza no se ha desarrollado de la misma manera que en los países del Centro-Norte de Europa. “El elevado precio y el hecho de no tener suelos textiles o grandes centros, ha hecho que no sea necesario la incorporación de aspiradores, fregadoras, barredoras... Aun así, el uso de aspirador, generalmente, y de



Foto: Nilfisk

fregadoras, han sido los que se han hecho un hueco en el mercado debido a sus aptitudes para facilitar las tareas de limpieza”. En este aspecto, “para la limpieza de habitaciones cada vez se demanda más sistemas de aspiración ultrasilenciosos que no interfieran en la tranquilidad del huésped”, añaden desde el Distribuidora Joan.

De este modo, “entre los productos que demandan nuestros clientes tenemos los generadores de vapor, aspiradores silenciosos, hidrolimpiadoras, fregadoras, limpiatapicerías, rotativas... Los cuales son herramientas indispensables en la limpieza y mantenimiento de los diferentes espacios de los hoteles como habitaciones, cocinas, terrazas, piscinas

*¿Es posible imaginar
una sociedad más respetuosa
con el medio ambiente?*



ecoXop

**Apuesta por la innovación
y la sostenibilidad**

con el sistema de higiene
más ecológico del mercado



colectividades@proquimia.com
www.proquimia.com



PROQUIMIA
www.proquimia.com

CERTIFICADO H+

Unas buenas condiciones de seguridad e higiene del alojamiento son fundamentales para que el cliente tenga una buena experiencia. Un hotel sucio puede ser un peligro para nuestra salud, los huéspedes buscan alojarse en una estancia limpia, sin infecciones.



Cuanto más limpio e higiénico esté el hotel más se facilita la fidelización por parte de los clientes, y que a la hora de elegir un hotel vuelvan a pensar en este para alojarse.

Por ello, tener un certificado de higiene cada vez está más valorado por los huéspedes del hotel, por lo que es muy necesario contar con él.

La empresa Hygiene Plus ha desarrollado el primer certificado de higiene para establecimientos públicos llamado Certificado H+.

En este sentido, Hygiene Plus busca poner un valor real al esfuerzo realizado para mantener la limpieza e higiene mínima en establecimientos sensibles a ser foco de infecciones y que pocas veces es reconocido por el cliente final.

A diferencia de otros certificados de calidad, con el Certificado H+ se mide el resultado del procedimiento de limpieza y se asegura la óptima limpieza e higiene del hotel en aseos, habitaciones, zonas comunes, etc.

Además, este certificado aporta un valor añadido muy significativo a los establecimientos que lo poseen debido a que es concedido por una entidad independiente e imparcial.

Entre los beneficios que consigue el hotel al obtener este certificado podemos destacar:

- Garantizar la higiene
- Diferenciarse de la competencia
- Fidelizar a sus clientes
- Demostrar que se preocupa por la seguridad de sus clientes

halls, restaurantes, salas polivalentes y demás”, enumeran desde Kruger Technologies.

Por otro lado, hay que ser conscientes de que, en el competitivo sector de la hostelería, un hotel se distingue por medio de los diferentes servicios que brinda a sus clientes. “El servicio de lavandería del hotel resulta esencial: desde el momento en que se aloja un cliente en su habitación o cena en el restaurante, es la calidad que percibe a su alrededor de forma directa en la mantelería impecable y bien planchada, en las sábanas y toallas de tacto suave. Todo ello realza la máxima satisfacción que los huéspedes esperan al alojarse en él”, precisa Emilio Holzer, Director Comercial Zona Norte de Boaya. De igual manera, desde Girbau especifican que la maquinaria tiene un papel clave en la limpieza del hotel a través de su lavandería interna y permite hacer

frente a todo el proceso de tratamiento de las prendas, cubriendo el lavado, el secado, el planchado y el pliegue de cada pieza. “Por las condiciones de las distintas prendas, son las lavadoras y las secadoras las que cuentan con una mayor demanda en los establecimientos hoteleros porque por ellas pasan todas las prendas”.

Además, también hay que tener en cuenta que la lencería que se utiliza en un establecimiento hotelero es muy variada y tiene características muy diferenciadas según el uso previsto: sábanas amplias fabricadas en algodón muy fino con tacto satinado, toallas y batas de grueso algodón egipcio, brasileño o norteamericano de fibras largas, ropa de mesa tejida en algodón con acabado acrílico... todo ello requiere un tratamiento diferente para garantizar una mayor duración y una calidad óptima. “La elección de una solución de lavandería

que proporcione el mejor tratamiento a su ropa equivale a elegir el nivel de servicio que se desea brindar al cliente. Es por todo ello que las soluciones de lavandería propia suponen una gran ventaja respecto a la externalización en muchos hoteles”, continúa analizando Emilio Holzer. Además, detalla que para el establecimiento hotelero, implementar las tecnologías más avanzadas en su propia solución de lavandería, supone conseguir un servicio de hostelería con una excelente lencería, obteniendo, además, el máximo rendimiento mediante servicios de limpieza más respetuosos con el medio ambiente.

Innovación

En el sector de maquinaria de limpieza son múltiples las innovaciones y mejoras tecnológicas que se están implementando. “Hoy en día la tecnología y sus aplicaciones están en constante evolución, y el sector de la maquinaria está integrando muchas de esas innovaciones”, destaca Mikel Iceta. Además, añade que de este modo, están surgiendo nuevos sistemas de limpieza basados en sostenibilidad medioambiental como, por ejemplo, el vapor a alta temperatura, logrando una limpieza más profunda y una mayor desinfección. “A esto hay que sumarle nuevos productos químicos que permiten mejorar los resultados, siendo además más respetuosos con el medio ambiente”. Se persigue conseguir, “equipos eco eficientes

Foto: Kruger Technology



de bajo consumo energético, agua y detergentes, además de un mínimo nivel sonoro para no perjudicar el ambiente del establecimiento. Ergonomía, facilidad de uso y mayor seguridad para el personal”.

Actualmente, “la robotización de la maquinaria de limpieza, sobretodo fregadoras, es uno de los aspectos que más se están trabajando. En estos momentos, 4 fabricantes están ofreciendo maquinaria conducida por robots, pero su elevado precio, dificulta el acceso a las mismas”, indica Marc Ceron.

Mientras, en los procesos de lavandería profesional actuales “se busca que además de la calidad en el acabado, cada vez sean menos agresivos con los tejidos, lo que aumenta mucho su durabilidad y calidad, reduciendo la abrasión en los procesos, mejor dosificación de los detergentes y de menor impacto ecológico”, analiza Emilio Holzer. Igualmente, desde Girbau aseguran que el sector de la maquinaria de lavandería



Foto: Kärcher

está en constante avance para optimizar el consumo de recursos y hacer que las instalaciones sean altamente rentables, todo ello sin menoscabar la calidad esperada de los acabados.

En este sentido, “se ofrecen tiempos de procesado más cortos y con menores costes (tanto de mano de obra como de suministro energético y de agua). Respecto a los ahorros posibles, en

COLECTIVIDADES • COCINAS • NAVES INDUSTRIALES • COMEDORES • COLEGIOS • HOTELES • RESTAURANTES • BAÑOS Y ASEOS

“FABRICANTES PROFESIONALES DE SOLUCIONES INNOVADORAS”

5 + 5 + 5
Tratamiento Mantenimiento Limpieza

★
PREMIUM

**Novedad
en el sector**



LABORATORIOS VINFER, S.A.
POL. IND. CAMPOLLANO C/D NUM. 2
02007 - ALBACETE - TLF: +34 967 52 35 01
www.vinfer.com - vinfer@vinfer.com

ISO 9001
BUREAU VERITAS
Certification



VINFER
PROFESIONAL



Foto: Distribuidora Joan

los lavados se puede conseguir con los actuales modelos de lavadoras un 20% menos de consumo en energía, una reducción de un 30% en consumo de agua y una humedad residual inferior a un 25%, todo ello con mejores resultados”, continúan describiendo desde Boaya.

Por otro lado, añade que en el secado se potencia la eficiencia gracias a la innovadora tecnología de secado con bomba de calor: “reducen considerablemente el consumo de energía, debido a que el 100% del aire de secado se recicla, además de que los costes de la inversión inicial son menores porque no es necesario instalar un sistema de escape ni garantizar un suministro forzado de aire fresco al instalar estas secadoras. La reducción de consumo de electricidad en un proceso de secado puede llegar al 65%”. Asimismo, las secadoras más avanzadas

tienen programas más cortos y eficientes, con sensores que miden la humedad de la tela y por tanto, garantizan un secado seguro y delicado.

Además, destaca que la optimización de los procesos de lavado, secado y planchado también van de la mano de la eficiencia en mano de obra, con avances tecnológicos como los nuevos sistemas de llenado inteligente de agua y jabón en función del peso de la carga, mediante celdas de pesado en el bastidor de la lavadora; las posibilidades de programación casi ilimitadas y pantallas más fáciles de usar y leer, así como el uso de conectores USB para una carga rápida y sencilla de nuevos programas de lavado.

Desde Girbau, indican que se está trabajando en la incorporación de sistemas de control de datos que permitan monitorizar qué está pasando en lavandería para mejorar la rentabilidad y los procesos. “También estamos trabajando en la personalización de los acabados. En este sentido, en Girbau hemos incorporado tecnología que permite a los hoteles personalizar el olor en toallas por ejemplo. Está demostrado que el sentido del olor es extremadamente potente, y uno de los que más recuerdos ancla en la memoria. Trabajar el olor como pieza importante del acabado marca la diferencia de cara a los clientes”.

Y, no hay que olvidar las nuevas formas de viajar, Xavier Oller indica que, en estos momentos, sobre todo, en hoteles de ciudad se está imponiendo la moda de dejar la habitación a la carta, no

“La optimización de los procesos de lavado, secado y planchado también van de la mano de la eficiencia en mano de obra, con avances tecnológicos como los nuevos sistemas de llenado inteligente...”

necesariamente a las 10 de la mañana. “Esto hace que se tenga que limpiar la habitación dependiendo del check-out del cliente, por lo que cada vez se solicitan más carros que permiten hacer la habitación con el carro dentro de la misma, evitando tenerlos en los pasillos que siempre son molestos para los clientes”.

Desinfección textil

Es habitual que las sábanas de los hoteles sean blancas por la percepción de limpieza que ofrecen, entre otras cosas. Por una habitación de hotel pueden pasar al día varias personas, pero lo más importante es que no se note. Entrar en la habitación y sentir esa sensación a nuevo es lo que hace del viajar un placer.

Sin embargo, no se trata solo de una cuestión de percepción, las prendas blancas se pueden lavar a mayor temperatura de tal manera que se garantiza una mejor limpieza e higienización. Además, el blanco no engaña y favorece la detección de cualquier tipo de mancha o suciedad a simple vista.

“Cuando quieres desinfectar un textil puedes conseguirlo con una termo



Foto: Girbau

desinfección o con una desinfección química. En el primer caso, debido a las altas temperaturas en que se trabaja, no se permite el hecho de poder tratarlo en todos los textiles, pues provocaría serios problemas en sus calidades y formas", analiza Marc Ceron, del Grupo Dino.

En cambio, si se desea hacer una desinfección química, "hoy en día hay muchos más productos que no sean basado en cloro que permiten garantizar una desinfección completa. Productos como el oxígeno son de los más utilizados en la actualidad", continúa analizando. No obstante, Óscar Moral, de Proquimia indica que hay que tener claro que ya hace años que existen en el mercado alternativas al cloro para la desinfección y blanqueo de prendas en los procesos de higiene textil. "Los productos en base a oxígeno activo alargan la vida útil de la ropa y garantizan una correcta desinfección, que además se complementa con la desinfección térmica, por su aplicación a temperaturas que oscilan entre 50-80°C".



Foto: Nilfisk

En este aspecto, Xavier Oller, de la Distribuidora Joan, especifica que los avances de los fabricantes son hacia productos específicos para la limpieza y desinfección del textil, lo que hace cada vez más fácil la limpieza y el

mantenimiento de los materiales. De esta manera, "los productos químicos especializados para la limpieza de cortinas, moquetas etc., son cada vez más efectivos y sostenibles. Esto unido a tratamientos con ozono, logran una

Las soluciones **más eficientes** para la **limpieza y desinfección**



GENERADOR DE VAPOR **KGV7000**

Sus altas prestaciones de presión y caudal de vapor, así como su aspiración, hacen de esta máquina la herramienta indispensable para la limpieza y desinfección de todo tipo de superficies y elementos que requieren de una extrema limpieza.

Especialmente indicado para todo tipo de sectores como el hostelero, sanitario, alimentario, urbanismo, restauración, etc.



Foto: Vileda

completa desinfección y alcanzan todos los rincones de cada elemento”.

Por otro lado, desde Boaya exponen que para garantizar la desinfección de textiles, las lavadoras de barrera sanitaria cuentan con programas de lavado de higiene específicos para la descontaminación de la colada. “Se equipan con un programador fácil de manejar y con un software de gestión que permite un control y seguimiento conforme a las normas higiénicas RABC, que suministra la trazabilidad de parámetros de lavado, obteniendo datos que se pueden almacenar y recuperar en un informe detallado cuando sea necesario”.

También, en estos sistemas, “se puede adaptar automáticamente la cantidad de agua, energía y detergente que utilizará la máquina mediante el cálculo simultáneo del peso de la carga mientras ésta se realiza, lo que produce un ahorro inmediato en los costes operativos”, concluyen.

Nuevos pasos a seguir

Desde el punto de vista de Mikel Iceta (Kruger Technologies), “las futuras innovaciones irán orientadas a crear máquinas más eficientes y ecológicas, así como el desarrollo de productos químicos más sostenibles y respetuosos con el medio ambiente. Otra novedad que encontramos, y que

LIMPIEZA EN LOS ESPACIOS

Dentro de los espacios que más deben tenerse en cuenta a la hora de llevar a cabo una correcta limpieza e higiene de un establecimiento hotelero, está la recepción, las habitaciones de alojamiento, las áreas comunes, piscina, restaurantes, bares...

Es recomendable que las tareas de limpieza se lleven a cabo en el momento en el que cause menores molestias a los clientes. De este modo, se deben llevar a cabo durante los periodos en los que las habitaciones y las zonas comunes no están ocupadas por los huéspedes o tienen una frecuencia baja.

Así, existen distintos aspectos que deben tenerse en cuenta en la limpieza de estos diferentes espacios:

Recepción: se trata del espacio donde interactúan todos los huéspedes, y el área que proporciona la primera imagen de la empresa, es decir, su carta de presentación. Debe ser un espacio limpio y dispuesto para recibir a los huéspedes con la mejor imagen posible.

Habitaciones: la limpieza de estas zonas es una de las más importantes. Se debe llevar a cabo de manera estricta, teniendo en cuenta varios elementos como son el cambio de sábanas, toallas, cortinas, limpieza de ventanas, suelo, baños completos... Por ejemplo, entre los pasos a seguir destaca la ventilación de la estancia, es muy importante sobre todo cuando se realiza un cambio entre un cliente y otro. Al entrar el usuario en la habitación debe percibir pulcritud, organización, confort y un olor agradable para sentirse como en su propia casa.

Áreas comunes: tales como pasillos, escaleras, elevadores, jardines, gimnasio, entre otros, deben proporcionar un ambiente pulcro y agradable, que invite a los huéspedes a la convivencia con otras personas y al uso de dichos espacios.

Piscina: esta zona necesita de cuidados especiales, por lo que debe haber normas estrictas para el correcto uso y limpieza de la misma. Es una de las áreas críticas para la limpieza y la higiene en general en un hotel, pues a ella acuden muchas personas a bañarse, entre ellas niños, que de no observarse las medidas de higiene necesarias, pueden contraer enfermedades. Además, como medida de saneamiento, el agua debe ser filtrada y tratada de tal forma que el cloro libre residual se encuentre entre 1 y 2 mg por litro y un PH de entre 7.2 y 7.8, entre otras reglas de higiene necesarias.

Áreas de alimentos y bebidas: son las áreas más críticas del hotel debido a la cantidad de procesos y operaciones que se producen en estas zonas con alimentos y bebidas destinadas al consumo de los clientes, y es por ello que en éstas se contemplan muchos requerimientos para poder garantizar la limpieza y, en general, la higiene. En la manipulación de los alimentos que el cliente va a consumir es preciso garantizar buenas prácticas de limpieza e higienización, para evitar que estos se contaminen provocándole enfermedades al cliente. Deben seguir normas establecidas para el cuidado de sus alimentos y ambientes de trabajo y consumo, los empleados deben llevar a cabo una limpieza exhaustiva, tanto personal como a los objetos que empleen y, además, es necesario contar con espacios lo suficientemente limpios y observados para evitar accidentes y contaminaciones.

seguirá desarrollándose en los próximos tiempos, es la limpieza por ultrasonidos que, en estos momentos, está orientada a la limpieza de piezas delicadas, pero que probablemente incrementen sus posibilidades y usos”.

Mientras tanto, desde Boaya aseguran que para garantizar la desinfección de textiles, las lavadoras de barrera sanitaria cuentan con programas de

lavado de higiene específicos para la descontaminación de la colada. “Se equipan con un programador fácil de manejar y con un software de gestión que permite un control y seguimiento conforme a las normas higiénicas RABC, que suministra la trazabilidad de parámetros de lavado, obteniendo datos que se pueden almacenar y recuperar en un informe detallado cuando sea necesario”.

“Las futuras innovaciones irán orientadas a crear máquinas más eficientes y ecológicas, así como el desarrollo de productos químicos más sostenibles y respetuosos con el medio ambiente...”

Por otro lado, “estando cada vez más sensibilizados con el medio ambiente, creo que se continuará trabajando para evolucionar hacia productos cada vez sostenibles sin dejar de ser eficaces y sistemas que nos permitan la reducción de energía, productos químicos y agua”, indica Xavier Oller (Distribuidora Joan). De igual manera, Óscar Moral (Proquimia) precisa que ante la preocupación por la protección del medio ambiente, todos los esfuerzos van encaminados a ofrecer al mercado productos y servicios más ecológicos y respetuosos con el medio ambiente. “El objetivo es promover productos que puedan reducir los efectos ambientales adversos, en comparación con otros productos de su



Foto: Kruger Technology

misma categoría, contribuyendo, de esta forma, a un uso eficaz de los recursos y a un nivel elevado de protección del medio ambiente”.

Sin embargo, Marc Ceron (Grupo Dino) indica que actualmente tenemos un



Foto: Domus

mercado muy desarrollado, “pero el futuro irá ligado por la garantía de los controles de los costes. Tanto en el simple uso de papel higiénico, como la correcta dosis de productos químicos o la fiabilidad de la maquinaria utilizada”.



V I S I T A :

WWW.REVISTAHOSTELPRO.COM



Foto: Groupe GM

Amenities

Pequeño gran detalle

Considerados hasta hace poco como un pequeño obsequio de bienvenida, los productos de acogida se han convertido, de un tiempo a esta parte, en uno de los servicios esenciales dentro de un establecimiento hotelero, casi al mismo nivel que la propia cama. Pero esto no es lo único, el surtido, la calidad, junto con el diseño de los amenities han acabado ofreciendo personalidad propia a cada hotel, a la vez que definen, por sí mismos, muchas de las características que podemos esperar durante nuestra estancia, relacionadas con el confort y la preocupación por el trato a la clientela. Por ello, los fabricantes no dudan en innovar para aumentar el poder de atracción de estos pequeños productos.

Los productos de bienvenida ya están considerados por los establecimientos hoteleros como algo indispensable, ya que ofrecen una estancia con calidad superior, por lo que ya están presentes en casi todos los establecimientos hoteleros. A pesar de la situación que se atravesó hace unos años, y de la que ya se está saliendo, los amenities siempre se han mantenido firmes, siendo un fuerte peso para los

hoteleros, que no han dudado en seguir apostando por cuidar la imagen del hotel con estos clásicos detalles de bienvenida.

Estos artículos forman parte de la imagen de un hotel, funcionan como una herramienta para transferir al cliente la identidad y los valores del mismo. Por esa razón, estos productos de cortesía que ofrecen los hoteles, compiten entre sí para conquistar y fidelizar a los clientes más

exigentes, ampliando progresivamente el pack básico de artículos de higiene: gel de ducha, champú y jabón de manos, principalmente, para completar una amplia y casi infinita gama de productos, entre los que se puede mencionar diferentes kits, como el de afeitado, dental, de limpieza de zapatos, de costura o de higiene íntima femenina, así como body milk, acondicionador, gorro de baño, esponja, cosméticos, perfume, acondicionador, loción solar, toallitas desmaquilladoras o enjuague bucal, por solo citar algunos de los más frecuentes.

No obstante, el surtido habitualmente dependerá de la categoría del hotel e incluso de su situación y la clientela que lo visite, ya que se trata de un apartado en el que no existe legislación de máximos al respecto y solo meras recomendaciones. Así pues, no es de extrañar que el huésped incluso ya espere encontrar estos productos cuando viaja.

En consecuencia, los fabricantes no dudan en innovar para incrementar el poder de atracción de estos pequeños productos.

¿Cómo se eligen?

Podemos pensar, dado las tendencias existentes hasta el momento, que cuando un director de compras de una cadena hotelera se decide a elegir el pack de bienvenida o de los productos de acogida más adecuado, debe tener en cuenta el tipo de hotel en el que se ubicarán, ya sea vacacional, de negocio, rural... y su categoría.

“Un director de compras, actualmente se basa en los criterios que el hotel o cadena hotelera marca desde su dirección. Hace unos años, los directores de compras tenían instrucciones de abaratar los costes de los productos de acogida. Esto implicaba, en muchas ocasiones, bajar la calidad o el número de productos que se ponían en las habitaciones”, argumenta Javier Moreno, CEO de Disgol Group, Grupo Empresarial del que forma parte la división Amenities Hotel. Además, añade que actualmente, muchas cadenas hoteleras están con crecimientos sostenidos importantes y han cambiado los parámetros de compra. Ahora se vuelve a pensar en ofrecer más calidad en los productos y, en muchas ocasiones, valorar la opción de productos ecológicos o fabricados con materiales sostenibles. De esta manera, lo que buscan principalmente es la calidad de los amenities sobre todo. “Es la calidad lo primero que notará el cliente. También en el diseño de la presentación, la fragancia del perfume y si tiene o no características orgánicas y ecológicas”, especifica Olivier Moreau, Dirección Comercial España de Groupe GM.

En este sentido, “el director de compras se basará en los parámetros establecidos por las directrices de su cadena, principalmente presupuestos, calidad de los productos y servicios del proveedor que les suministra. En Lande nos ocupamos y preocupamos que todo ello sea de total cumplimiento, para garantía de todos nuestros clientes”, determina Ángel Matesanz, Director Comercial de Lande. Así pues, “en el proceso de decisión de parte del director de compras, intervienen muchos factores: la relación con su actual proveedor, las soluciones de necesidades que pueda ofrecer este proveedor, etc.”, concreta Huseyin Topcu, Gerente RH Hotel Supply España.



Foto: RH Hotel Supply España

No obstante, para Olivier Moreau su elección depende de la categoría del hotel. “Hay hoteles de alta categoría con una clientela fidelizada que es muy exigente y el cambio suele hacerse de forma paulatina, incluso haciendo una prueba”. Y, su integración se puede encontrar en varios formatos dependiendo del tipo de establecimiento. “Encontramos por una parte, aquellos hoteles que venden sus habitaciones a precios competitivos y esto provoca que la variedad de productos sea limitada y que no sea una de sus prioridades. Por el contrario,

los hoteles que pueden vender sus habitaciones a precios estándar, sin tener que hacer descuentos agresivos, cuidan más los detalles e incluso apuestan por cuidar cada día más la calidad y cantidad de los productos de acogida que utilizan”, analiza Javier Moreno.

Sin embargo, considera que “otra tipología de hotel que siempre han cuidado mucho los detalles, son los hoteles con encanto, paradores pequeños, petits hoteles, etc. Son hoteles que, a pesar de no tener grandes volúmenes de consumo,

Foto: Lande



LA IMAGEN DEL PRODUCTO

En lo que se refiere al envase de estos distintos productos, tanto en su diseño como en el tamaño, siempre se ha pretendido ir a la última, lo que conlleva un coste añadido de molde, etiqueta..., factor que no siempre es reconocido por el comprador. No obstante, se trata de una característica que siempre tiene que estar presente, ya que los productos de acogida han de estar en armonía con el diseño del baño y con la fragancia natural del lugar. De ahí, que la originalidad, elegancia o innovación sea una de las preocupaciones del sector.

“La imagen del producto es el primer registro que el cliente (hotelero) y cliente final (huésped) valoran, de ahí la importancia de los diseños, de los formatos-envases, y la cuidada imagen se implementa de forma significativa”, define Ángel Matesanz, Director Comercial de Lande. Igualmente, en opinión de Olivier Moreau, Dirección Comercial España de Groupe GM, la presentación es importante, “visualmente es lo primero que se detecta. Una buena imagen con un envase cómodo de utilizar es un producto de acogida que atrae en un primer momento”.

Del mismo modo, Huseyin Topcu, Gerente RH Hotel Supply España, considera que en este tema, “depende mucho la imagen corporativa y el diseño conceptual del establecimiento: modernista, minimalista, urbano, rural... Todo esto se tiene en cuenta en el momento de elaborar un formato para los productos de bienvenida con su contenido”.

En definitiva, el diseño se convierte en prioritario, la búsqueda de formatos y productos novedosos y originales dan un valor añadido a los amenities.

siempre hacen el esfuerzo de ofrecer lo mejor, dentro de sus posibilidades”.

Por otro lado, Huseyin Topcu manifiesta que se está presenciando, en los últimos años, que hay establecimientos hoteleros que crean un proyecto piloto para testear nuevos formatos y acabados de amenities. “Seleccionan unos establecimientos piloto para probar

la acogida y aceptación de parte de los huéspedes”.

De este modo, “el proceso de integración de estos productos, se adaptará en tiempo y forma según los protocolos de las distintas tipologías hoteleras, generalmente: siendo de espacio, de tiempo inmediato-corto plazo, con formatos de colecciones genéricas para hoteles con un número de habitaciones que no cumpla con los mínimos en cantidad para realizar una

producción especial personalizada, de categoría 1 y 2 estrellas con gestión independiente y tiempo medio para integración de productos, formatos y diseños personalizados para hoteles-cadenas con volumen de habitaciones para realizar producciones especiales, personalizadas... Asimismo, en este apartado habría que hacer mención al número de participantes involucrados en la decisión de la integración de productos”, analiza Ángel Matesanz.

En resumen, “la búsqueda de formatos y contenidos de vanguardia a veces suele convertirse en una tarea exhaustiva que puede forzar al tomador de decisión a declinar contactar con nuevos proveedores en el mercado”, concretan desde RH Hotel Supply España.

Lo más solicitado

Los amenities y los productos de acogida de los hoteles son excelentes plataformas para agradecer al cliente la confianza que han depositado al escoger dicho establecimiento. Aportan un fantástico valor añadido a los servicios de la empresa hotelera y se premian de forma bastante positiva, lo que aumenta y mejora la reputación y la identidad corporativa de la empresa. “Los usuarios, huéspedes y clientes, solicitan y esperan productos que cumplan con las expectativas según la instalación donde estén alojados, como citábamos anteriormente, según categoría, ubicación, perfil de cliente... y, en consecuencia, el establecimiento solicita productos que cubran esas

Foto: Barceló Hotel Group



Foto: Disgol Group





LOGISTEL
amenities
www.logistelamenities.com

El Arte de mimar.

mismas necesidades”, explica Ángel Matesanz, de Lande.

Asimismo para todas aquellas compañías que busquen renovar o ampliar su oferta de artículos de acogida o productos de cortesía, existen diversos amenities recomendables:

Kit de baño: a pesar de que en lo habitual sea incorporar geles y productos para el aseo personal, dentro de los distintos establecimientos hoteleros, cada vez que se limpia la habitación durante la estancia la incorporación de este set de baño es genial para que los clientes o bien se lo puedan llevar a casa como recuerdo del hotel o, por el contrario, lo usen durante sus vacaciones. En este kit se suele incluir gel, loción corporal y una esponja. “Cada vez hay más gente que viaja con menos equipaje, y muchos no llevan neceser. Suelen demandar casi todos los productos de higiene, tanto la cosmética: gel y champú, como los accesorios: set dental, set de afeitado, peine...”, expone Olivier Moreau, de Groupe GM. Del mismo modo, para Huseyin Topcu, de RH Hotel Supply España, indica que lo esencial son champú, gel y pastilla de jabón. “El huésped espera encontrar estos productos aunque haya traído

su champú favorito. Por la restricción en viajes por avión de los líquidos a portar, cada día hay más viajeros que esperan estos regalos disponibles en su habitación”.

Bolígrafo personalizado: se trata de un producto muy valorado, estos artículos de escritura corporativos aportan un valor añadido a todas las empresas, ya que les confieren mayor identidad visual y un claro reconocimiento. En algunos establecimientos, es casi de obligado cumplimiento que el hotel ofrezca un bloc de notas y un bolígrafo en la bienvenida a los clientes cuando llegamos a la habitación. En relación a esto, “los establecimientos solicitan cada vez más marcas y, cada vez quieren contar con productos adicionales que les ayude a enfatizar la diferencia con su competencia hotelera, tales como cremas de mano, pies, para cara, sales de baño, etc.”, definen desde Groupe GM.

Zapatillas: se trata de otro artículo de lo más habitual entre los amenities de los hoteles. Muy valorado por el cliente tanto si se le ha olvidado o si han preferido prescindir de su carga durante su viaje. Se tratan de regalos muy comunes para los clientes.



Foto: Meliá Hotels International

Foto: Groupe GM



“Los amenities y los productos de acogida de los hoteles son excelentes plataformas para agradecer al cliente la confianza que han depositado al escoger dicho establecimiento. Aportan un fantástico valor añadido a los servicios de la empresa hotelera y se premian de forma bastante positiva, lo que aumenta y mejora la reputación y la identidad corporativa de la empresa...”

Elementos de temporada: en verano, sobre todo, muchos hoteles de playa y piscina ofrecen la posibilidad de alquilar (o bajo fianza) toallas corporativas con su logo. Con ello se evita que el cliente tenga que cargar durante el viaje con más peso y es un magnífico detalle para los clientes. Por otra parte, “los establecimientos que están especializados, empiezan a pedir productos específicos como crema hidratante, protección solar, zapatillas para spas, etc. Siempre hay que escuchar las necesidades del cliente y trabajar para satisfacerle”, expone Javier Moreno, de Disgol Group.

Productos especiales: en este caso, “los usuarios agradecen, muchas veces, productos que, en muchas ocasiones, no se tienen en cuenta. Un ejemplo para los hombres, es tener una máquina de afeitado. Hay muchos hoteles que han decidido no ponerla y la dejan en la recepción por si alguien la solicita. Personalmente, creemos que es un error. Y no me quiero olvidar de las mujeres, para poner un ejemplo, podríamos hablar de los sets para desmaquillarse, que muy pocos hoteles ofrecen y que también son muy bien recibidos”, exponen desde Disgol Group.

Lo ideal: sorprender

La carrera por conseguir fidelizar clientes, ha hecho que los hoteleros tengan la necesidad de buscar maneras



GROUPE GM
AMENITIES EXCLUSIVOS



groupegm.es

C/ Manuel Tovar, 42 2º | 28034 Madrid
T. +34 914 310 614 | F. +34 914 310 880



Foto: Barceló Hotel Group

originales de ganarse su confianza. En consecuencia, los amenities o productos de acogida que se ofrecen en la habitación se encuentran inmersos en esta competencia. Dependiendo de la categoría del servicio que ofrecen, se busca siempre dar algo más.

“Debemos tener en cuenta que los amenities son un obsequio que se convierte en un recuerdo agradable de su estancia para los huéspedes. También sirve de publicidad y promoción para el retorno de los clientes. Podemos decir que la mayoría de los huéspedes apremian mucho la disposición de zapatillas desechables a su llegada al establecimiento hotelero”, argumenta Huseyin Topcu. Del mismo modo, Olivier Moreau asegura que el cliente busca calidad, pero una vez conseguida, hay que sorprender con diseño, innovación, y exclusividad.

Se debe ser consciente de que el huésped lo que quiere vivir continuamente

Foto: Disgol Group



son experiencias nuevas. Sin embargo, Javier Moreno asegura que “no sirve de nada hacer un esfuerzo por parte de todos los departamentos que componen la organización de un hotel, si luego se pone un champú en el baño que no haga ni espuma, por poner un ejemplo. Hay que ser un poco serios y buscar ese elemento diferenciador que hace que el cliente se sienta como en casa. Un cliente sorprendido ‘gratamente’ es el mejor prescriptor del hotel, tanto con el boca a boca, como sus posibles comentarios en las redes sociales o en portales como TripAdvisor”.

En relación a esto, para llegar a contar con un buen negocio, siempre hay que conseguir el equilibrio que busca el

cliente del hotel durante su estancia: sentirse como en casa mientras tiene una experiencia especial.

De esta manera, la necesidad de ofrecer alternativas continuas a los hoteleros, diferenciar su oferta de otros distribuidores y abrir nuevas vías de negocio para nichos específicos, como hoteles rurales, de termalismo, tematizados o “con encanto”, incluso para hoteles “low cost” o apartamentos turísticos, está propiciando una cascada de nuevos productos en el mercado de amenities para cubrir demandas concretas.

En este sentido, “la tendencia va claramente hacia los productos de calidad y, en muchos casos, ecológicos. Creemos que hace años que los productos baratos han quedado fuera de mercado”, precisa Javier Moreno. Y, Huseyin Topcu incluye que los formatos y contenidos biodegradables y ecológicos están ganando cada día más terreno en la elección y preferencia a la hora de dotar el establecimiento con los productos de bienvenida. De este modo, “se tiende específicamente hacia cosmética con ingredientes naturales, fragancias que se caractericen con el hotel y el huésped al que va dirigido. En complementos con materiales eco. En ambos casos con formatos atractivos y diseños novedosos”, añade Ángel Matesanz.

En los últimos años, el respeto mediambiental se ha instalado definitivamente en la mente del

Foto: Lande



consumidor, quien exige, cada día, productos más naturales y orgánicos, así como sus etiquetas de garantía, ya que esta tendencia se ha aprovechado de manera estratégica por las marcas para incluir conceptos como “bio” o “eco” en su gama de artículos, beneficiándose así de su prestigio. Hasta ahora, esta conciencia era especialmente fuerte en sectores muy contaminantes, como detergentes o lubricantes, no obstante está invadiendo otros sectores menores de uso personal. Pero como no es una cuestión de fe, existen algunos organismos públicos o privados que se encargan de certificar que los procesos, ingredientes y envases de numerosos productos cumplen unos estrictos protocolos para ser considerados y promocionarse como respetuosos con el medio ambiente.

Asimismo, desde Groupe GM, aseguran que, hoy en día, “se busca la marca, que te da confianza y seguridad a la hora de usar el producto. Una marca siempre es equivalente de algo bueno. Si además es un producto ecológico, es un plus más que tiene ese producto de acogida”.

En resumen, como cualquier negocio, se trata de buscar elementos nuevos con diseños exclusivos y explorar nuevos nichos de mercado. El huésped busca una experiencia única durante su estancia y estos productos de bienvenida pueden responder a este objetivo. Infusión para el baño, productos de Spa como exfoliante o aceite de masaje, bruma de almohada, son nuevos productos y tendencias

Foto: Amenities Exclusivos



Foto: Meliá Hotels International

que se están solicitando en las distintas plazas hoteleras para que la estancia sea una experiencia única.

Calidad vs precio

A veces, cuando debemos elegir un producto, asimilamos el precio a la calidad, sin embargo, habitualmente, la calidad no tiene por qué ser cara... “Calidad/precio es el punto de equilibrio que todo el mundo tenemos que definir en nuestra estrategia de producción y comercial. Lo que está claro, es que desde Amenities Hotel siempre hemos querido mantener los niveles de calidad, incluso en las épocas más difíciles, económicamente hablando. También cabe destacar que,

muchas veces hemos decidido no cerrar operaciones suculentas con grandes cadenas hoteleras, porque los costes de producción superaban los precios de compra que solicitaban los clientes. Mantener un buen equilibrio siempre ha sido nuestra principal prioridad”, describe Javier Moreno, de Disgol Group. De igual manera, Olivier Moreau, de Groupe GM, especifica que los hoteles de mayor categoría suelen mimar a sus clientes con un buen servicio de amenities. “Sobre todo con una buena cosmética, mejor si ésta es de marca, y también suelen completar con demás artículos como set dental, set de afeitado, pañuelos...

Foto: Lande





Foto: ADA International

a mayor categoría del hotel mayor es la exigencia del cliente”.

En este aspecto, en el caso de ser necesario lo más habitual es que, por ejemplo, un hotel de tres estrellas reducirá el coste de sus amenities en la cantidad, reduciendo el número de artículos, pero sin detrimento de la calidad (menos es más). De igual manera, los hoteles de cuatro o cinco estrellas querrán destacarse, ofreciendo a sus clientes marcas cosméticas de reconocido prestigio internacional o cosmética ecológica, acorde con la filosofía de su empresa... “En función de las estrellas correspondientes a la categoría del hotel, si la dirección-propiedad lo decide, se pueden limitar o ampliar el número de productos, el formato... pero siempre cubriendo la premisa de calidad de producto”, concreta Ángel Matesanz, de Lande. Pero, en todos los casos, el cuidado y la importancia de la calidad cosmética de sus productos de acogida debe de ser una prioridad.

No obstante, según el mercado de destinos vacacionales por país, esto varía mucho. En opinión de Huseyin Topcu, de RH Hotel Supply, en los países como Turquía, un hotel de 3* ofrece hasta zapatillas para sus huéspedes. “En cuanto al destino de España, todavía se mantiene el recorte en los presupuestos destinados para los amenities. Hay establecimientos que quieren pasar a los dispensadores, los hay también quienes

quieren ofrecer amenities ecológicos. En los establecimientos hoteleros vacacionales, lo básico de champú, gel y pastilla de jabón, se ofrece. Lo cual tiende a destacarse con su calidad en las cadenas hoteleras de marca”.

Del mismo modo, Ángel Matesanz añade que, en función del tipo de hotel, ubicación, así como al cliente al que va dirigido, “los productos de acogida serán presentados en los formatos que mejor convengan y se adaptarán a cubrir las necesidades de su tipología de huésped, siendo generalmente la cosmética (gel, champú, jabón...), productos comunes a todas las tipologías hoteleras”.

Líneas low cost

Con los controles de calidad adecuados, estos productos se tratan, básicamente, de los mismos que puede tener un hotel personalizado, solo que con una imagen estándar de líneas suaves y poco pronunciadas para que se pueda exponer en cualquier baño, sin que afecte al diseño del propio hotel. Son, por tanto, líneas de la misma calidad, solo que al poder fabricar en grandes cantidades, los precios se abaratan y se pueden vender a bajo costo.

En relación a esto, desde Lande indican que disponen de colecciones genéricas, colecciones propias creadas y diseñadas en función del formato, presentación y de la capacidad. “Su resultado tendrá una tarifa u otra, pero en ningún caso las encuadraremos con gama blanca, sino como líneas propias”. Del mismo modo, Olivier Moreau expone que sus líneas “gama blanca” “son líneas propias de la misma calidad que la marca. Aunque con un diseño y fragancia distinta. Pero no por ello de menor calidad”.

No obstante, y como se ha comentado ‘low cost’ no se ha de interpretar como mala calidad... hay mecanismo para abaratar costes sin perjudicar el contenido. Por ejemplo, reducir el número de amenities, poner sólo lo esencial, lo básico (gel, champú, body lotion y jabón), ‘less means better’... si un cliente encuentra un producto que le satisface

Foto: Meliá Hotels International



estará encantado y no echará de menos una cesta llena de artículos que no va a utilizar. En este sentido, Huseyin Topcu asegura que últimamente hay demanda hasta para presentación de productos sin el envoltorio. Aunque así se consigue abaratar unos céntimos el coste del producto, “hay establecimientos que prefieren ofrecer por ejemplo, peine, gorro de ducha en la bolsita OPP, es de material polipropileno, transparente, lo que permite apreciar el contenido de la bolsita sin necesitar el marcaje del nombre del producto por motivos de un ahorro económico”.

En definitiva, la personalización implica la compra de una gran cantidad de unidades por producto, mientras que las líneas estándares, es decir blancas, permiten comprar según necesidad, eliminando los stocks inmovilizados tanto en los establecimientos como en las empresas.

Nuevas vías comerciales

Tras unos años en proceso de cambio, las distintas empresas de este sector cuando comercializan estos productos se han planteado nuevas maneras de realizarlo, convirtiéndose en una vía de futuro la venta a través de tiendas virtuales. De hecho, se trata de un canal clave para llegar al pequeño establecimiento, rural, boutique..., y que tiene muy claras sus prioridades. Este target tiene un crecimiento exponencial en el e-commerce, por su tamaño, convicción y comodidad.

Foto: Amenities Exclusivos



“Nosotros podemos decir que somos nativos en el negocio online y el e-commerce. Ya nacimos dándole mucha importancia a la página web, al posicionamiento en google, trabajar el SEO y los contenidos de forma seria y periódica. Hoy en día, hay muy pocos clientes que no busquen información tuya en internet antes de referenciarte como proveedor”, mencionan desde Disgol Group. Asimismo, desde RH Supply Hotel indican que, a la vez, también por buscar un ahorro económico, “algunos establecimientos prefieren realizar compra online en las webs de fabricantes e importadores de amenities, también para conseguir una mejora en la calidad de estos productos de bienvenida en su establecimiento”.

Con lo cual y respondiendo a la pregunta Javier Moreno asegura que ellos están en el lado de los que “queremos y potenciamos la venta online. Las nuevas tecnologías están aquí y han venido para quedarse. ¿Quién no compra online hoy en día?”.

Por otro lado, desde RH Supply Hotel añaden que, hoy en día, los amenities son extensamente ofertados por los distribuidores que agrupan productos de higiene, etc. “Los distribuidores suelen ser puntos comerciales con contacto directo y más íntimo con el alojamiento turístico”. Del mismo modo, desde Lande argumentan que, en cuanto a las vías comerciales en tiendas virtuales, “se podría considerar que estarían dirigidas al cliente particular, cuya demanda sea



Foto: Groupe GM

de algo puntual, confeccionado en cuanto a diseño, precio... Para clientes cuyo establecimiento está formado por una estructura, el trato personalizado, respaldado por profesionales, es primordial, de ahí que en Lande y su equipo de trabajo se basen en la atención personalizada y en sintonía con nuestros presentes y futuros clientes, sin aparcas las herramientas que ayuden a la mejora continua de nuestros productos y servicios”. Del mismo modo, desde Groupe GM destacan que ellos cuentan con una red de comerciales que venden el producto en directo. “La calidad de nuestras marcas y la confianza que depositamos en ellas hacen que la venta directa sea la forma de venta exclusiva para nosotros. Nuestros comerciales conocen la marca, la sienten propia y confían en la alta calidad y es así como lo pueden transmitir al cliente”.

Foto: Groupe GM



■ Boaya ofrece sus soluciones para un excelente servicio de Hostelería ■



El servicio de lavandería del hotel resulta esencial para la satisfacción de sus clientes. Ropa de cama suave, manteles impecables y servilletas bien planchadas realzan la máxima satisfacción que los huéspedes esperan al alojarse en su hotel. Además, la ropa que se utiliza es muy diferente según el uso previsto: sábanas amplias fabricadas en algodón muy fino con tacto satinado, toallas y batas hechas de algodón grueso egipcio, brasileño o norteamericano con fibras largas, ropa de mesa tejida en algodón con acabado acrílico...

La elección de una solución de lavandería que proporcione el mejor tratamiento a su ropa equivale a elegir el nivel de servicio que desea brindar a sus clientes. Cuando se trata de conseguir un servicio de hostelería excelente, Boaya con la gama de productos Primus le ofrece las soluciones más avanzadas para alcanzar el mismo nivel de excelencia en su ropa.

Las soluciones de lavandería propia suponen una gran ventaja respecto a la externalización. Con la amplia gama de equipos Primus, encontrará las soluciones más innovadoras adaptadas a su organización.

Con el fabricante Metalprogetti, Boaya se ha convertido en los últimos años en líder indiscutible de la gestión de uniformidad, implantando y

asesorando sobre distintas soluciones para el almacenaje y distribución de prendas.

Desde Boaya asesoramos a nuestros clientes partiendo de las soluciones más sencillas hasta los proyectos más complejos, con la finalidad de optimizar espacio e implementar sistemas de gestión de uniformidad y almacenaje altamente eficientes y que suponen un importante ahorro de costes en comparación con los sistemas tradicionales.

El sistema de Gestión de Ropa y uniformidad ofrecido por Boaya permite mover y almacenar las prendas de ropa colgadas y representa la solución óptima, que ofrece numerosas ventajas prácticas, operativas y económicas, y que se puede utilizar en distintos sectores: desde las tintorerías a las lavanderías industriales; a la gestión de los guardarropa y en las cabinas armario automáticas.

Ventajas

- Ahorro en términos de distancias y tiempo utilizado
- Óptimo aprovechamiento de los espacios

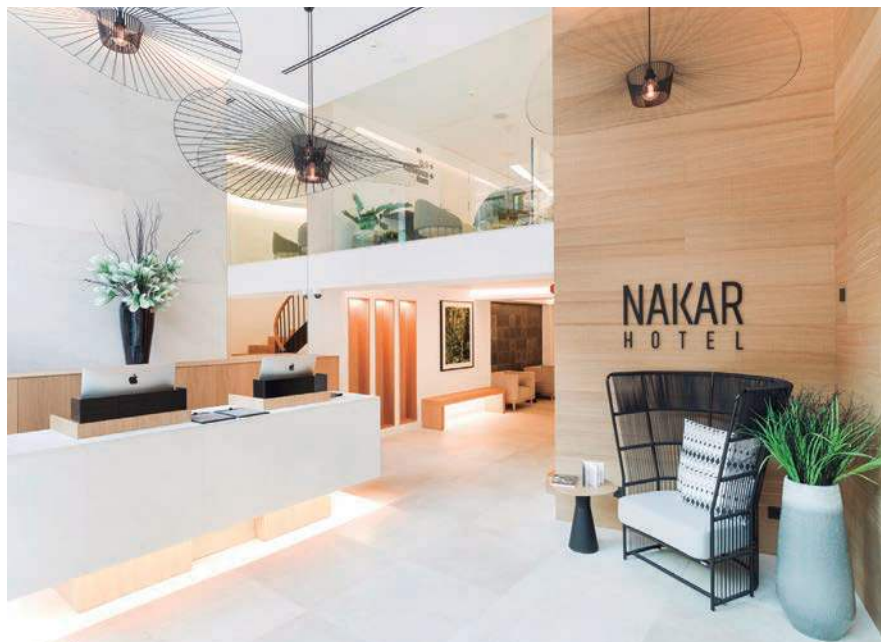
en varios niveles

- Soluciones personalizadas en base a las necesidades del cliente
- Reducción del coste necesario para restituir las prendas de ropa
- Extrema confiabilidad de la mecánica gracias al sistema de anillo de banda continua
- Facilidad de instalación, adaptabilidad, silenciosidad, velocidad de desplazamiento y practicidad de uso.



■ La tecnología de Jung, presente en el Nakar Hotel de Palma de Mallorca ■

JUNG



Dark de Jung con acabado en aluminio lacado negro mate. Estos últimos permiten cargar directamente cualquier dispositivo sin necesidad de un adaptador de corriente.

El fabricante alemán, líder europeo en automatización de edificios y mecanismos eléctricos de alta calidad, ha creado el acabado Dark para su legendaria serie de mecanismos eléctricos LS 990 pensando especialmente en la creación de atmósferas arquitectónicas singulares, que pretendan transmitir intensidad a través de lo esencial, con una estética de formas definidas y rotundas. Heredera en sus orígenes del formalismo de la escuela Bauhaus, la serie LS 990 sigue hoy plenamente vigente y encaja a la perfección con el espíritu de empatía y tecnología que destila el Nakar Hotel.

El aluminio lacado mate de los marcos decorativos de enchufes, interruptores y conectores USB, suma un efecto radiante y especialmente elegante al diseño de líneas rectas de este clásico de Jung. El acabado en aluminio armoniza con la decoración del Nakar Hotel, al tiempo que cumple con todas las exigencias técnicas de una instalación eléctrica tan moderna como la del establecimiento hotelero mallorquín, combinando al mismo tiempo diseño, funcionalidad, confort de uso y seguridad.

El viajero moderno, detallista y sofisticado, descubrirá un tesoro en el corazón de Palma de Mallorca, en la Avenida Jaime III: el Nakar Hotel, un establecimiento de vanguardia donde el diseño y la tecnología se aúnan para proporcionar una experiencia inolvidable, plena de confort, empatía y emociones. Justo los valores que transmite la nueva serie de marcos y mecanismos LS 990 Dark de Jung, en aluminio negro mate, que se han empleado en diversas áreas y estancias.

El Nakar Hotel es un 4 estrellas superior perteneciente a la selecta red internacional Design Hotels. Goza de una ubicación perfecta al comienzo de la zona comercial y de shopping de Palma, con las más afamadas tiendas de moda, y a pocos metros de La Lonja y Santa Catalina, los emblemáticos barrios mallorquines especializados en restauración y vida nocturna. Y, por supuesto, el mar a menos de 500 metros, con su puerto de pescadores, los pantalanes deportivos y el famoso paseo marítimo.

Marga Rotger, la reconocida diseñadora mallorquina, es la responsable del interiorismo del Nakar Hotel, que en esta ocasión se ha decidido por un aire minimalista y racional, pero sin renunciar a un cierto eclecticismo resultado de la mezcla de materiales nobles con la rotundidad de la nueva serie LS 990 Dark de Jung, en aluminio negro mate. En todo el hotel se respira armonía, equilibrio y calidez.

Las 57 habitaciones del Nakar Hotel, inmersas en el estilo sobrio y rectilíneo que domina el interiorismo del establecimiento, reúnen todo lo que el 'tecno-viajero' moderno pueda necesitar: una potente conexión WiFi, televisores de 40" y 55", un moderno sistema de Smart TV para hacer screen mirroring conectando smartphones o tablets con la TV para reproducir fotos, vídeos y audio, así como con una caja fuerte con capacidad para un portátil de hasta 15" que incluye un enchufe interno para cargar la batería mientras se guarda. La instalación se completa con enchufes y conexiones USB, para los que se ha empleado la serie LS 990



■ Conbeq presenta Con-Ice Brioche, ideal para el desayuno hotelero ■



¿Por qué limitarnos a comer helado solo durante el verano, si podemos hacerlo todo el año?

Desde Conbeq presentan su nueva sandwichera, especial para calentar y sellar, en pocos segundos, bocadillos o bollos rellenos de helado, crema o

mermelada, manteniendo el relleno interno frío, y caliente el exterior.

Gracias a la forma del crisol y al material utilizado, se puede conseguir en tan solo 30 segundos finalizar el proceso, sin dar tiempo al interior del producto a calentarse, de tal manera que se consigue así el contraste de temperaturas.

Además, como otra ventaja, el relleno queda completamente sellado dentro del bocadillo, evitando el goteo del helado, y facilitando el consumo del mismo. Combinando el contraste entre frío y calor, se puede disfrutar de una experiencia única.

En la utilización de la máquina se puede utilizar cualquier brioche dulce, combinándolo con el sabor de helado favorito. Sin embargo, desde Conbeq recomiendan utilizar sus brioches tipo Panettone para conseguir un sabor único e inigualable.

El sabor del brioche no tiene límites, ya que puedes combinar cualquier helado



con cualquier topping, o incluso varios. Pero, por qué limitarnos a un sabor de helado cuando puedes poner 2 sabores, convirtiendo cada mordisco en un momento especial...

Estos son los sencillos pasos para conseguir esta maravilla.

Primero se corta el brioche por la mitad. Posteriormente, se rellena con nuestro helado favorito, o combinamos varios sabores. Además, según lo golosos o creativos que seamos, podemos añadirle distintos toppings, siropes o mermeladas.

El siguiente paso, una vez decidido el relleno, es cubrir el brioche, y colocarlo en el molde de la máquina. Y, comienza el proceso, con una pequeña espera de 30 segundos, observamos cómo la magia hace su efecto.

Una vez finalizado, se retira el brioche completamente sellado y calentito, para servir o disfrutarlo.

Recuerda, gracias a este nuevo producto, la imaginación es el único límite.

Para más información puedes visitar www.conbeq.es





ADA INTERNATIONAL Presenta Elemis White Lotus & Lime

Empresa: ADA INTERNATIONAL // Teléfono: 933 443 254 // Web: <http://www.ada-cosmetics.com/>

La exquisita marca británica de spa y cuidado cutáneo Elemis goza de gran renombre a nivel mundial gracias a sus revolucionarios productos de cuidado cutáneo y corporal. "Definido por la naturaleza, avalado por la ciencia": siguiendo este eslogan, la marca conjuga los beneficios de la naturaleza y la ciencia para crear una experiencia de cuidado corporal y de la piel excepcional. Ahora, Elemis White Lotus & Lime, de la marca de lujo, lanza otra innovadora colección hotelera de cuidado de piel y cabello al mercado, que aporta una delicada experiencia de aseo inolvidable. Elemis White Lotus & Lime estará disponible en exclusiva en ADA a partir de diciembre de 2017: un ejemplo más de que la empresa crea referentes internacionales en cosmética hotelera sofisticada.



Elemis White Lotus & Lime es sinónimo de una exquisita experiencia gracias a su fórmula innovadora basada en la delicada esencia estimulante de la lima y los exclusivos aceites del loto blanco. Elemis no solo ofrece un reconfortante cuidado corporal: también es conocida por sus refinadas composiciones aromáticas. La fresca fragancia afrutada de los productos de limpieza y cuidado cutáneo de Elemis White Lotus & Lime es una combinación de mandarina madura, pomelo jugoso y succulenta grosella negra con la frescura del azahar de limón.

GROSFILLEX Tumbona Doble Sunset

Empresa: GROSFILLEX ESPAÑOLA, S.A.U. // Teléfono: 934 740 119 // Web: <http://www.grosfillex.es/>

Las tumbonas son el alma de cualquier piscina o zona ajardinada y en el caso de cualquier terraza de hotel, son imprescindibles. Con el tiempo, los gustos de los clientes evolucionan y en la constante búsqueda del hotelero para mejorar su negocio con soluciones que permitan diferenciarse y acrecentar la sensación de bienestar de los clientes, Grosfillex diseña un conjunto que expresa bienestar, solidez y una marcada personalidad. La tumbona doble con sombrilla Sunset invita al descanso en compañía, con una comodidad óptima desarrollada con todo detalle por el departamento I&D, permite crear espacios diversos y homogéneos estéticamente. Consta de una pieza central de aluminio muy práctica, que hace la función de pieza de unión entre las dos tumbonas y de mesa baja integrada, más la sombrilla Sunset para protegerse del sol, la suma de todos estos elementos hacen realidad un conjunto único, armonioso y perfecto para el relax. La tela textilene de las tumbona doble Sunset se puede cambiar e intercambiar muy fácilmente, lo que permite tener el mobiliario siempre impecable conservando su estructura de origen. El textilene está formado por hilos de poliéster envueltos en una vaina de protección de PVC, y es un material resiste a los UV, al moho y a las inclemencias meteorológicas.



DISTFORM Nuevas envasadoras iSensor

Empresa: DISTFORM S.L. // Teléfono: 902 101 890 // Web: <http://www.distform.com/>



La empresa Distform escogió Host para presentar sus nuevas envasadoras inteligentes y su nueva imagen de marca. Las envasadoras al vacío inteligentes iSensor representan una revolución en el mundo del envasado al vacío. Están equipadas con sensores inteligentes de gran precisión que calculan el vacío perfecto según el tipo de alimento, el espesor de la bolsa y las condiciones atmosféricas. Permiten obtener unos resultados precisos para un envasado automático y perfecto e incluyen prestaciones muy avanzadas que hacen de estas máquinas herramientas imprescindibles para las cocinas de hoy en día. El sensor inteligente iVac ajusta automáticamente el vacío óptimo para cada tipo de producto. Detecta el tamaño, la cantidad y el tipo de alimento y también si es líquido o poroso. Sin supervisión alguna y optimizando el tiempo de ciclo de envasado. iSeal regula automáticamente el tiempo y la temperatura de sellado para cada ciclo sin supervisión alguna. Gracias a esta patente se evitan sobrecalentamientos de la barra de sellado, alargando la vida útil de todos sus componentes.

ATP ILUMINACIÓN El nuevo kit de actualización LED universal

Empresa: ALUMBRADO TÉCNICO PÚBLICO, S.A. (ATP) // Teléfono: 948 330 712 // Web: <http://www.atpiluminacion.com/>



ATP vuelve a despuntar en la industria del alumbrado público y estrena el revolucionario KitLED® universal con sus exclusivos Disipador Laminar® y Difusor Confort®. Este dispositivo permite actualizar de forma rápida, sencilla y económica cualquier luminaria de descarga, de cualquier fabricante, a la tecnología LED de alto rendimiento más avanzada del mercado, sólo ofrecida por ATP. Con dicha innovación se reemplaza la fuente de luz antigua por una evolucionada unidad LED con su respectivo equipo de alimentación, todo ello perfectamente ajustado al conjunto de alumbrado que se desea modificar. Las distintas piezas del kit van ensambladas formando un único bloque compacto y funcional, con una fijación adaptable y un conector tubular IP68 plug & play diseñado especialmente para que la sustitución sea totalmente segura y se pueda realizar en muy poco tiempo. Una de las características esenciales de este kit de actualización es que integra los dos últimos avances ideados y patentados por ATP para alumbrado público LED: el Disipador Laminar®, un sistema exclusivo de gestión térmica que resuelve el sobrecalentamiento característico de los módulos LED y por tanto alarga sustancialmente su vida útil, y el Difusor Confort®, una pantalla de polímero técnico que filtra la luz de los diodos y mitiga el deslumbramiento de los viandantes sin comprometer en lo más mínimo el rendimiento o la eficiencia.



Catalonia transforma sus menús consumidos en solidarios



Las empresas, familias o grupos de amigos que quieran protagonizar una acción solidaria solo tendrán que visitar la página web www.10menus1navidad.com y reservar una de las múltiples propuestas gastronómicas que ha preparado Catalonia para celebrar la Navidad.



Por cada 10 menús que se consuman entre el 1 de diciembre y el 6 de enero en los 17 hoteles de Barcelona adscritos a esta campaña, Catalonia Hotels&Resorts donará un menú solidario al comedor social de la Fundació Arrels. El reparto de dichos menús se llevará a cabo mediante la colaboración logística de Rotary Club de Barcelona.

Gracias a esta iniciativa, las comidas o cenas de empresa se convertirán en acciones de responsabilidad social corporativa y las reuniones familiares celebradas en días festivos, en donaciones solidarias.

La iniciativa 10 Menús 1 Navidad se llevó a cabo por primera vez durante la campaña navideña 2015/2016. Gracias a esta acción los clientes de Catalonia Hotels & Resorts donaron 1.250 menús solidarios al comedor social de la Fundació Arrels. Rotary Club de Barcelona fue el encargado de repartir, durante 25 días, 50 menús diarios elaborados en las cocinas del hotel Catalonia Barcelona Plaza.

Vincci Hoteles mejor cadena de Business Travel por segundo año consecutivo



Vincci Hoteles ha recibido el Premio Business Travel IBTA 2017 a la mejor cadena de turismo de negocios a nivel nacional, concedido por la Asociación Ibérica de Gestores de Viajes de Negocios (IBTA) en la Gala del Turismo de Negocios celebrada en Las Ventas.

Se trata del segundo año consecutivo que la compañía recibe este reconocimiento. Sus alojamientos y espacios con personalidad propia le han servido para obtener este galardón en una categoría en la que participaban distintas candidaturas, pre-seleccionadas por el Jurado y posteriormente, sometidas a votación abierta entre más de 5.000 Travel Managers y profesionales del mercado español.

El director general de Vincci Hoteles, Carlos Calero, se ha mostrado orgulloso con este reconocimiento cuyo objetivo es premiar la labor de profesionales, equipos y organizaciones que se han distinguido por su apoyo al Sector de Business Travel y a la profesionalización del travel management en España.

Fuerte Group Hotels, participa en la Plataforma Europea de Roma para la Inclusión



Fuerte Group Hotel ha sido la única empresa privada española que ha participado en la 11ª Edición de la Plataforma Europea de Roma para la Inclusión, que tuvo lugar los días 27 y 28 de noviembre en Bruselas (Bélgica), y que aboga por favorecer la inserción laboral de colectivos vulnerables a través de la educación.

El encargado de representar a la cadena andaluza en esta importante cita por la igualdad de oportunidades ha sido Tomeu Roig, director del hotel Fuerte El Rompido y gran conocedor del tema por haber colaborado, desde hace tiempo, con el Programa 'Aprender Trabajando'.



Gracias a esta iniciativa, que cada año organiza la Cruz Roja Española, la Fundación Secretariado Gitano y la Obra Social "La Caixa", en los últimos 3 años más de 70 jóvenes de entre 18 y 30 años han recibido formación en Fuerte El Rompido en competencias relacionadas con las funciones indispensables en un hotel como son mantenimiento, cocina, restaurante, recepción, pisos, animación y spa. Además de formarse, cerca de 26 personas han obtenido un trabajo en el mencionado establecimiento, logrando así su completa inserción laboral.

H10 Hotels inicia las obras de su segundo resort en República Dominicana



En el mes de Noviembre H10 Hotels ha iniciado las obras de construcción del que será su segundo establecimiento en República Dominicana: Ocean El Faro. Situado en la playa de Uvero Alto, a 30 minutos del aeropuerto de Punta Cana, el establecimiento de categoría cinco estrellas contará con 909 habitaciones, de las cuales 291 conformarán una sección exclusiva para adultos.

Todas las habitaciones estarán equipadas con las comodidades de un resort de 5 estrellas de última generación. Destacan las Swim Up Suites, habitaciones que tienen una salida directa a la piscina, las Master Suites, que incluyen sala de estar y terraza privada, y las Rooftop Suites, con terraza privada dotada de jacuzzi y hamacas.



Además, Ocean El Faro, que operará con el régimen de Todo Incluido, ofrecerá una amplia oferta gastronómica que contará con un restaurante principal, seis restaurantes temáticos, un Mike's Coffe y una heladería. El resort también dispondrá un Despacio Spa Centre, una bolera, parque acuático, casino, teatro, centro náutico y cuatro salones de reuniones.

El elemento más emblemático de la arquitectura del proyecto es un faro que coronará el restaurante más cercano a la playa y que da nombre al hotel.

Martín Berasategui elige a Eurofred



Martín Berasategui, poseedor de 8 estrellas Michelin, ha elegido a Eurofred para llevar la última tecnología a todas las líneas de cocina de su restaurante "Martín Berasategui" de Lasarte-Oria (Guipúzcoa), uno de los mejores restaurantes del mundo. Eurofred se convierte así



en el partner de confianza del chef, ofreciéndole una solución global a sus necesidades.

El nuevo equipamiento permite optimizar la elaboración de sus platos, su conservación y presentación en sala,

mejorando la calidad y vida útil de los alimentos y también las tareas como la limpieza de las vajillas.

La cocina de "Martín Berasategui" de Lasarte se ha situado en la vanguardia de la seguridad alimentaria con la instalación de la nueva cámara Misa y su panel con el sistema antibacteriano Epta Food Defense con iones de plata. Un exclusivo sistema para cámaras frigoríficas profesionales que previene y combate numerosas especies de bacterias, entre las que se incluyen las más conocidas y más peligrosas. "La cámara -destaca el chef- nos asegura una conservación y calidad excelente de los alimentos que luego vamos a servir en sala y además es adaptable a cualquier espacio. De hecho la hemos podido adaptar al espacio concreto que queríamos en mi cocina".

Además, gracias al sistema frigorífico de alta eficiencia de Technoblock con el que trabaja la cámara, el equipo de cocina puede entrar y salir de la misma para guardar o coger productos y que la temperatura del interior se mantenga intacta.

Les Roches Marbella recibe la Medalla de Oro al Mérito en el Trabajo



Les Roches Marbella, escuela internacional de Alta Dirección de Hotel, ha sido reconocida como una de las mejores escuelas de formación hotelera del mundo y galardonada con la Medalla de Oro al Mérito en el Trabajo por la Asociación Europea de Economía y Competitividad (AEDEEC) por "su contribución al talento, al empleo y al desarrollo de la economía". La ceremonia, presentada por la periodista Ana García Lozano, tuvo lugar el 17 de noviembre en el Hotel Eurostars Suites Mirasierra.



Los galardones que otorga la AEDEEC tienen como misión reconocer a personas, compañías e instituciones que fomentan un buen desarrollo empresarial dentro del marco europeo.

Durante la ceremonia, la imposición de medallas fue realizada por el vicepresidente de la Asociación, D. José Luis Barceló, editor y director del diario El Mundo Financiero.

N&W presenta al Grupo Evoca



N&W Global Vending S.p.A. ("N&W"), uno de los principales fabricantes a escala mundial de máquinas de café profesionales, pasa a denominarse Evoca S.p.A ("Evoca"). El cambio coincide con la presentación de la estrategia empresarial global centrada en el café, diseñada para reforzar la posición de la empresa como uno de los principales protagonistas de los sectores Ho.Re.Ca. (hotel/restaurante/cafetería) y OCS (servicio de café para oficinas).

El Grupo Evoca tiene 1.800 empleados y más de 10.000 clientes en más de 100 países. La empresa, con sede en Valbrembo (Bérgamo, Italia), cuenta con presencia internacional gracias a sus ocho plantas de producción, seis centros de I+D, más de 500 patentes y unos ingresos que superan los 400 millones de euros. Evoca produce una de las mayores gamas de máquinas de café profesionales del sector. Evoca tiene previsto seguir completando su oferta de máquinas de café con su gama de máquinas para snacks y alimentación y para latas y botellas.

La nueva marca Evoca refuerza su posicionamiento estratégico en el mercado del café y mejora su identidad corporativa ante sus clientes y demás partes interesadas.

La nueva marca comercial "Evoca" simboliza la tradición y la búsqueda constante de excelencia, tecnología e innovación que caracterizan la historia del Grupo.

Rational favorece el servicio postventa



Rational cuenta con la red de profesionales de servicios técnicos y de distribución de recambios más formados del mercado. Disponen de la plena confianza de la marca y son sus abanderados en el servicio postventa. Cada uno de ellos, debe superar anualmente una auditoría exhaustiva, para garantizar que se siguen los exigentes estándares marcados por la multinacional alemana en cuanto a servicio al cliente.

Así lo demostraron la pasada reunión del servicio técnico de Rational, que fue todo un éxito. Ésta red de profesionales está compuesta por 34 servicios técnicos y 9 centros de recambios, que se reunieron para poner sobre la mesa los retos y mejoras para este 2018.

Entre otros temas, el mantenimiento preventivo fue destacado ya que uno de los retos de este 2018 es hacer llegar a todos los clientes Rational que un mantenimiento preventivo hará que su equipo obtenga el máximo rendimiento y alargue su vida útil. La integración



de ConnectedCooking en los servicios Rational, es otro de los retos para este 2018. La incorporación de esta aplicación en las cocinas profesionales puede mejorar su productividad y aportar un plus de comodidad.

Como cada año, se entregaron los premios anuales de reconocimiento a la excelencia.



FERIA INTERNACIONAL DE TURISMO

INNOVATION PLANET

- En Madrid
- Del 19 al 21 de Febrero
- www.ifema.es

- En Madrid

SMART DOORS

ARCOMADRID

MOBILE WORLD CONGRESS

ABRIL 2018

**SALÓN INTERNACIONAL
DEL EQUIPAMIENTO PARA
RESTAURACIÓN, HOTELERÍA
Y COLECTIVIDADES**

ALIMENTARIA

B-TRAVEL

- En Barcelona
- Del 20 al 22 de Abril
- www.firabarcelona.com

promateriales

(9 números a partir de la fecha de pago)

Precio: **120 €** (IVA Incluido)

hostelpro

(6 números a partir de la fecha de pago)

Precio: 90 € (IVA Incluido)

protiendas

(6 números a partir de la fecha de pago)

Precio: **60 €** (IVA Incluido)

Editorial Protiendas, S.L. - Avenida Juan Carlos I - nº 13 - 6ªA - Edificio Torre Garena - 28806 Alcalá de Henares (Madrid)
Tel. 91 802 41 20 - Fax. 91 802 01 32 - www.editorialprotiendas.com - contacto@editorialprotiendas.com - CIF: B84458231

Datos Personales / Profesionales:

Nombre /Empresa: _____
 NIF/CIF: _____ Actividad: _____
 Dirección: _____
 Código Postal: _____ Población: _____ Provincia: _____
 Teléfono: _____ Fax: _____ Email: _____
 Web: _____ A la atención de (profesional o dpto.): _____

Forma de Pago:

El pago de la suscripción se realizará mediante domiciliación bancaria, momento a partir del cual se efectuará la suscripción, por un período de un año y con la recepción de los números de la revista durante dicho plazo. Para otras formas de pago, consultar.

Banco: _____

Titular: _____

Cuenta:

[illegible]

Firma / Sello:

Fecha: _____



Acabado. Perfecto.



LS 990 – El clásico entre los interruptores.

Argan Meadow®

CON ACEITE DE ARGAN

LANDE

www.landes.com

