

1026 / Febrero 2013

hostelpro

proyectos y proveedores de hostelería y restauración

ESPECIAL HOTELES SELECTOS

H10 RUBICÓN PALACE, LANZAROTE

AXEL HOTEL MADRID

REPORTAJES

Lavadoras y lavandería industrial

Elaboración y presentación del alimento

Espacios abiertos del hotel

ENTREVISTAS



Arantxa Segurado
DIRECTORA DE HOSTELCO



Roberto Conde
H10 RUBICÓN PALACE



Albert Olivé
AXEL HOTELS



acristalia

A new horizon

acristalia
cerramientos acristalados eficientes

c/ Santa Laura, 9
29651 Mijas Costa
Málaga - España

acristalia.com 902 022 238





Foto: H10 Rubicón Palace, Lanzarote

SUMARIO



Foto: Axel Hotel Madrid

Secciones /

Interiorismo 04

Soluciones Hoteleras 78

Novedades del Sector 79

Establecimientos del Canal 80

Proveedores del Canal 81

Agenda 82

Portada: H10 Rubicón Palace,
Lanzarote



PÁGINA 04. INTERIORISMO

Belén Horasdluz: HorasDeLuz Studio



PÁGINA 16. PROYECTO HOTELERO

H10 Rubicón Palace, Lanzarote



PÁGINA 26. REPORTAJE

Lavadoras y lavandería industrial



PÁGINA 48. ENTREVISTA

Albert Olivé, CEO Axel Hotels



PÁGINA 66. REPORTAJE

Espacios abiertos del hotel



PÁGINA 10. ENTREVISTA

Arantxa Segurado,
Directora de Hostelco



PÁGINA 22. ENTREVISTA

Roberto Conde,
Director H10 Rubicón Palace, Lanzarote



PÁGINA 42. PROYECTO HOTELERO

Axel Hotel Madrid



PÁGINA 52. REPORTAJE

Elaboración y presentación del alimento



editorial
**pro
tien
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 Eciña
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 / Miriam Alonso
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.

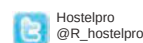
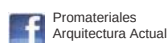




Foto: Belén Horasdluz. (HorasDeLuz Studio)

ENTREVISTA: Belén Horasdluz HORASDELUZ STUDIO

Desde que nacieran en el 2004, HorasDeluz Studio se dedica a crear proyectos de Arquitectura y Diseño emocionales y funcionales. En sus proyectos utilizan el color y la luz del propio espacio, estudiando la mejor optimización del mismo. Belén Horasdluz es la encargada de este estudio, arquitecta de interiores, diseñadora industrial y blogger, nos concede una entrevista donde nos habla de su trayectoria profesional y de las nuevas tendencias en lo que a diseño de interiores se refiere.

Explícanos brevemente el desarrollo de tu carrera profesional, ¿cómo nace HorasDeLuz?

Horasdeluz nace en 2004, podríamos decir que por casualidad. Hojeaba una revista y leí que la compañía Heineken abría un festival innovador de música, diseño y moda y buscaban participantes. Yo entendí que lo que buscaban era el diseño de un espacio y lo mandé. A las semanas me llamaron diciéndome que había ganado y tenía que reproducir todo lo que había puesto en ese espacio. ¡Una locura! Había diseñado un espacio con 2 sillas totalmente diferentes, así que nada, me lié la manta a la cabeza, invertí el dinero que mi abuelo me había dado para un coche y las fabriqué para exponerlas en Standart Madrid. Desde ese momento, esas sillas me siguieron durante años y pude llevarlas a la feria del mueble de Madrid y también a la feria internacional de Milán. Junto con ellas empecé a hacer pequeños proyectos para amigos, amigos de sus amigos y así hasta el día de hoy.

Recuerdo también mi primer proyecto, no había ni siquiera acabado la carrera y uno de mis mejores amigos había heredado un autoservicio de su padre. Los dos teníamos escasos 20 años y no teníamos ni idea ni de obras, ni de bares, pero entre ambos conseguimos darle un giro a ese bar de polígono... Años más tarde, curiosamente, volvimos a trabajar en más proyectos juntos. Siempre he tenido iniciativa, no tengo miedo de empezar y lo que no sé lo pregunto para seguir aprendiendo, mi vida es un master permanente.

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

Parte de la culpa la tiene mi familia, mi padre tenía tiendas de ropa y siempre me ha interesado mucho el mundo de la moda, el estilo, las tendencias... me llamaba mucho la atención cómo se comportaba la gente cuando venía a comprar, pude comprobar que si el lugar era bonito o poníamos ciertos objetos a un lado u otro, podrían comprar más cosas.

Así que cuando tuve oportunidad de elegir qué hacer estaba entre arquitectura, moda, ingeniería... En una edición de CasaDecor que visité con mi madre descubrí que podía construir y diseñar espacios, ofrecer

“Siempre he tenido iniciativa, no tengo miedo de empezar y lo que no sé lo pregunto para seguir aprendiendo, mi vida es un master permanente...”

bienestar tanto para el comercio como para las viviendas, podía crear para el usuario una experiencia única con un estilo propio.

Se trata de un estudio de interiorismo online, ¿en qué consiste? ¿Qué pasos se siguen cuando realizan un proyecto? ¿Se llega a conocer a los clientes sin tener contacto directo con ellos?

A día de hoy, Horasdeluz es 100% online. Trabajamos para 2 tipos de público:

Por un lado, Hdl studio se encarga de grandes proyectos, donde damos un servicio integral completo para empresas, hoteles y particulares. Hacemos seguimiento, trabajamos junto a la arquitectura, detalles y nos desplazamos cuando el proyecto lo requiere.

Por otro lado, One es la asesoría online enfocada a emprendedores y particulares pero a pequeña escala. One es un “do it yourself” de la decoración donde vamos guiando al cliente a llevar a cabo su proyecto con asesoría.

Foto: Casa Biscotti - Cocina con Isla



Foto: Casa Biscotti - Cocina en Espacio abierto a Comedor

En ambos, el cliente tiene sesiones online con nosotros cada 1 ó 2 semanas, ve su seguimiento y se implica tanto como él desee. Conectamos su pantalla a la nuestra y las reuniones son más fluidas y directas. Al finalizar reciben un resumen en su e-mail de lo que se ha comentado en la reunión.

Al principio estudiamos al cliente de manera personal, invadiendo con nuestro test su subconsciente, y su

área de confort. Es un test muy divertido del que sacamos las pautas para poder desarrollar un proyecto con un estilo muy personal y llegar a la experiencias que esta persona quiere vivir cuando entra por primera vez a su negocio o su casa.

Siento que el online nos acerca más a las personas, nos hacen sus confidentes de una manera que quizás cara a cara no mostrarían. Posteriormente, cuando además tienes el placer de conocerles y darles la mano por primera vez, la sensación es como si fuéramos su mejor amigo de toda la vida, de tal modo que rotundamente sí, se conoce a la gente, aunque no tengas contacto directo con ellos.

¿Qué requisitos y cualidades debe tener un buen interiorista y un buen proyecto de interiorismo? ¿Cuál es tu toque diferenciador?

Un buen interiorista debe de tener los dos ojos y los dos oídos preparados para ir registrando todas esas dosis de pequeños detalles que el cliente nos expresa en cada reunión.

El decorador o el interiorista no sólo pone cortinas o se va de compras a buscar muebles, como piensa la mayoría de la gente. El interiorista tiene que estar pendiente de millones de detalles que el cliente debe percibir en cada ambiente con materiales, olores, colores..., para conseguir esa dosis de bienestar que está buscando y no consigue



Foto: Baño Casa Biscotti

haciéndolo él solo. Un buen proyecto debe recrear la experiencia y la esencia del dueño de la casa, el alma de la compañía o el espíritu de la empresa. Son destellos que el ser humano debe percibir en cada momento y en cada rincón.

Siento que Horasdeluz se involucra mucho con los clientes, nos convertimos en amigos, en familia. Me encanta que me llamen los clientes después de recibir visita y me digan, "Belén, me han dicho mis amigos que mi alma está aquí" o su sensación cuando te enseñan los resultados como si tuvieran zapatos nuevos.

¿Cómo definirías tu estilo en los proyectos que realizas? ¿Cuáles son sus fuentes de inspiración?

No considero tener ningún estilo propio, cada cliente representa unos gustos, unos colores y unas sensaciones diferentes, por eso ninguno de mis proyectos es igual que otro.

Pueden ser mas o menos bonitos, pero son lo que ellos, mi familia Horasdeluz, estaba buscando y de lo que estoy orgullosa. Soy muy camaleónica y me adapto a cualquier circunstancia.

Como buena decoradora online, estoy todo el día enganchada a Pinterest, Instagram, me encanta viajar, lo que me hace abrir mucho mi mente en otras culturas, películas... Soy la que está viendo una película de acción y

está pensando "mira qué bien queda esa pared de mármol blanco con ese color de madera, el sofá verde este donde aparece el muerto, me gusta pero con otros cojines..."

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

Más que un elemento, considero que es fundamental la combinación de colores o la luz para hacer un buen proyecto de decoración. Y, en cualquier espacio, el factor sorpresa no puede faltar. Necesitamos un

elemento sorpresa que el público identifique con ese lugar siempre.

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?

Principalmente, hay que explorar el hecho de que un hotel es un lugar temporal donde pasamos un periodo corto de tiempo, pero donde experimentamos hábitos muy personales como es el dormir, relajarnos o aseoarnos. Partiendo de eso, creo que un hotel es acogedor cuando la decoración y el diseño juega en la cancha del hogar, necesitamos sentirnos seguros y en casa para poder relajarnos y disfrutar. Esos hoteles fríos, ultramodernos, impersonales de diseño estándar ya han pasado a otro lugar en la historia de la hotelería, ahora se puede ser moderno y minimalista pero con un aire más personal y hogareño. Necesitamos un hilo conductor que cuente una historia y nos invite a volver porque nos encantó estar por unos días en un lugar soñado, tanto de día como de noche.

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?

La luz. La iluminación nocturna en los hoteles es uno de los puntos más flojos en diseño que veo que sigue ocurriendo con

Foto: Casa Biscotti - Dormitorio 1



“Cada cliente representa unos gustos, unos colores y unas sensaciones diferentes, por eso ninguno de mis proyectos es igual que otro...”

frecuencia. Al final la recurrente lámpara de bajo consumo, luz blanca, etc., hacen que toda la experiencia que podamos tener en un hotel durante el día, nos atormente de noche, y eso es lo que hay que cuidar, quizá potenciando las experiencias con iluminación natural como la que nos ofrecen la luz de las velas.

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

La sostenibilidad en nuestra profesión hace que nos esforcemos más. Necesitamos estudiar materiales, consumos en la luz, cómo repercute el agua y cómo se podría reutilizar... Estas cosas que, día a día, el cliente va demandando más, hace que nos esforcemos en aprender nuevas técnicas y



Foto: Casa Biscotti - Comedor

en utilizar productos innovadores dentro del mundo de la arquitectura y decoración.

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

Tengo varios que recuerdo con mucho cariño por circunstancias... Por ejemplo MUKUL HOTEL en Nicaragua, es un proyecto al que le tengo mucho cariño porque fue el primero que hice fuera de mi casa, fuera de Europa y fuera de mi zona de confort. Tenía que lidiar como Project Manager con nuevas reglas, un estilo muy diferente a lo que

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
TURISMO HOTELERO DE MEDIOAMBITO
PARA HOSTELERÍA, COLECTIVIDADES
E INDUSTRIAS AFINES

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



Foto: Casa Biscotti - Dormitorio

estaba acostumbrada en Italia, nueva forma de trabajar... Fue todo un reto personal que ha derivado en un crecimiento de madurez personal muy interesante.

Otro que recuerdo es la calle principal de TORREJÓN DE ARDOZ, que fue un reto en diseño y además tenía un componente personal porque era donde he vivido y me he criado toda la vida. Y luego está un proyecto que llamo ÁTICO ASIA POP que era un ático en Madrid donde aprendí mucho de mi cliente. En aquella época yo solo manejaba grandes diseñadores y marcas, pero ella me enseñó a mezclar elementos viejos sin

utilidad o muebles baratos sin mucho diseño aparente con piezas sublimes, carísimas y conseguir que “la ranas se convirtieran en príncipes”. Podría seguir contando anécdotas de cada proyecto, todos tienen algo especial, pero no acabaría.

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

Actualmente tengo mi base en Costa Rica, desde donde atiendo personalmente Nicaragua, Costa Rica, Panamá, Miami e incluso México.



Foto: Aseo Casa Biscotti

Estoy haciendo un proyecto muy grande en Nicaragua para un particular que me llevará aún 1 año más y otros más pequeños también por esta zona. Estoy trabajando un proyecto propio que tenía pendiente con un sistema de diseño y construcción de casas prefabricadas para comercializar en Centro América.

Y estamos lanzando ONE en Estados Unidos, empezando a comercializarla en Miami y seguimos con nuestros usuarios ONE de España. Y, como siempre, esperando a que nos llamen desde cualquier lugar para seguir trabajando mucho y bien, porque “el trabajo es salud” o eso es lo que me vendieron a mí.

Foto: Casa Biscotti - Espacio Baño



**“PARA UN HUÉSPED,
LA COMODIDAD DE SENTIRSE
MEJOR QUE EN CASA,
ES LO MÁXIMO QUE PUEDE
OFRECERTE UN HOTEL”**



Porque llevamos más de 20 años hablando en
tu mismo idioma, sabemos que aquellos hoteles
que cuidan su lencería marcan la diferencia.
Nosotros los llamamos Hoteles con Alma.



**LENCERÍA
PARA HOTELES
CON ALMA**
www.vayoiltexil.es



ENTREVISTA

Arantxa Segurado

Directora de Hostelco



«Por primera vez, Hostelco se celebrará simultáneamente con el salón Alimentaria. Esto genera sinergias que del 16 al 19 de abril convertirán la práctica totalidad del recinto de Gran Vía de Fira de Barcelona en la mayor plataforma internacional dedicada a toda la cadena de valor del hospitality, desde el equipamiento hasta la gastronomía, Food service y canal Horeca...»

Hostelco es una de las citas más importantes del sector de Equipamiento para Restauración, Hostelería y Colectividades en Europa, un evento que reúne cada dos años en Barcelona las novedades y tendencias en equipos y maquinaria para la hostelería, en menaje, mobiliario, textil, etc. «Las cifras record del turismo receptor de los últimos años nos garantizan una elevada ocupación hotelera. La aceleración del crecimiento de los viajes a España realizados por los extranjeros y la prolongación de la tendencia al alza de la demanda nacional explican esta evolución favorable del negocio», analiza Arantxa Segurado, Directora de Hostelco, quien, a lo largo de esta entrevista, nos introduce en la vorágine que este evento significa.

¿Cómo se presentará la próxima edición de HOSTELCO a los empresarios del sector hotelero?

Con más oferta que nunca, muchas novedades y un gran número de productos de su interés. De hecho, a 4 meses de su celebración, Hostelco ha registrado sold out en diversos sectores y ha asignado ya el 80% del espacio disponible. Así, todo apunta a que la próxima edición ocupará 21.000 m², cifra superior a las previsiones y que supone un 20% más que en 2016.

Los empresarios del sector hotelero, además, podrán visitar en The HOSTELCO Experience "LIVE HOTEL", la reconstrucción de un hotel de más de 350 m² que reproducirá un lobby y varias suites con todo lo último en interiorismo y decoración, además de las más actuales soluciones tecnológicas aplicadas al negocio hotelero. Este espacio acogerá también conferencias de arquitectos, gestores, técnicos y operadores del canal contract que darán las claves para no perder comba en un negocio tan cambiante como el del alojamiento turístico.

¿Qué novedades va a encontrar el visitante en HOSTELCO 2018? ¿Qué es lo que diferencia esta edición de las últimas?

Por primera vez, Hostelco se celebrará simultáneamente con el salón Alimentaria. Esto genera sinergias que del 16 al 19 de abril convertirán la práctica totalidad del recinto de Gran Vía de Fira de Barcelona en la mayor plataforma internacional dedicada a toda la cadena de valor del hospitality, desde el equipamiento hasta la gastronomía, Food service y canal Horeca.

Por otro lado, Hostelco presentará diversas actividades englobadas en "The HOSTELCO Experience", un espacio que además del "Live Hotel", incluirá también "Live Gastronomy", que acogerá grandes chefs, como Nando Jubany (restaurante Can Jubany, Calldetenes, Barcelona), Andoni Luis Aduriz & Guillermo Cruz (Mugaritz, Errenteria, Gipuzkoa) o

“Según las previsiones, Alimentaria y Hostelco contarán en total con más de 4.500 expositores que ocuparán 100.000 m² de superficie y con la presencia de 150.000 visitantes...”

Mario Sandoval (Coque, Madrid), que llevarán a cabo talleres de alta gastronomía en vivo y en directo.

Contará, además, con los showcooking de Fina Puigdevall y Rafael Aranda, del restaurante Les Cols (Olot), de Toni Massanés (Fundación Alicia), así como con demostraciones y ponencias centradas en la restauración social.

En este ámbito, Francesc Muntanyola, director de Km Consulting, y Miguel Ángel López, investigador y profesor del Basque Culinary Center (San Sebastián) mostrarán respectivamente diferentes técnicas de cocina en restauración colectiva y las normas imprescindibles de la higiene alimentaria. Asimismo, Rosa Maria Esteva (Grupo Tragaluz), Carlos Bosch, (El Portal Taberna & Wines de Alicante), y Kristian Lutaud, director de Gastoeil y asesor gastronómico, presentarán ponencias sobre diferentes aspectos de la oferta gastronómica relativos a su selección, gestión y presentación.

Por otro lado, la panadería, pastelería y pizzería siguen siendo sectores destacados de Hostelco, que acogerá las ponencias y demostraciones del maestro panadero Pere Fabregà; del chef pastelero Olivier Fernández y del maestro chocolatero David Pallàs.

Hostelco habilitará asimismo un ‘speakers corner’ ubicado en el pabellón 8, que acogerá expertos en diversos ámbitos como chefs, directivos o empresarios, que compartirán con los instaladores, técnicos, especialistas y otros asistentes sus experiencias, con el objetivo de indicar cómo optimizar recursos y encontrar las soluciones más idóneas para cada caso. Participarán también técnicos de mantenimiento e instaladores que mostrarán cómo prevenir averías y las principales tendencias de este sector, que -ya en



la actualidad- se basan en un uso cada vez mayor y más especializado de las últimas tecnologías.

¿Qué otros aspectos destacaría en lo que se refiere a los servicios añadidos para el visitante? ¿Qué tipo de actividades han planeado ustedes para esta feria?

Además de The HOSTELCO Experience, el salón acogerá la final del XII Campeonato Nacional de Baristas que, organizado con la colaboración del Fórum Cultural del Café, premia cada año la habilidad demostrada por los concursantes en la elaboración de este producto y de diferentes bebidas a base de café. Este espacio acogerá asimismo la celebración del 2º

Campeonato Nacional de Aeropress y el 2º Campeonato Nacional de Cata. Paralelamente, unos renovados Premios Hostelco centrarán la atención de empresas, profesionales y prescriptores durante una noche de gala, que tendrá lugar en la sala oval del MNAC la noche del 17 de abril, en la que se entregarán a los mejores fabricantes, distribuidores, proyectistas, arquitectos e interioristas de los establecimientos dedicados a la hostelería los galardones concedidos por el jurado.

¿Con qué apoyos y servicios cuenta el expositor?

El expositor cuenta con todo los servicios de la cartera de





Fira de Barcelona, que incluyen incluso facilidades de transporte y alojamiento, y el apoyo de la organización que este año ha logrado atraer al salón a más de 4.000 buyers nacionales e internacionales gracias a un aumento del 50% de nuestro presupuesto en internacionalización. Se trata de compradores internacionales -400 de ellos invitados directamente a través del programa "Hosted Buyers"- de más de 20 países, sobre todo de Europa y Norte de África, principalmente importadores y distribuidores nacionales que operan en los sectores del equipamiento, maquinaria y accesorios para hostelería. A estos colectivos se sumarán además los representantes de 80 cadenas hoteleras, de restauración y colectividades.

Los encuentros se gestionarán a través de una herramienta de 'matchmaking' online que Hostelco proporcionará gratuitamente a expositores y buyers para organizar de forma directa y eficaz los encuentros B2B con las firmas de su interés. Las reuniones tendrán lugar en el stand de las empresas expositoras de Hostelco contactadas por los compradores.

También se ha aumentado la inversión en la campaña de promoción y publicidad entre las cabeceras sectoriales nacionales y en las más importantes del mundo y la presencia comercial del salón en más de 100

países a través de una red de más de agentes y delegados comerciales.

En definitiva, un gran potencial para establecer nuevos contactos y crear oportunidades concretas de negocio.

¿Cuáles son las cifras de superficie de exposición y del número de expositores? ¿Cuántos visitantes se esperan?

Según las previsiones, Alimentaria y Hostelco contarán en total con más de 4.500 expositores que ocuparán 100.000 m² de superficie y con la presencia de 150.000 visitantes.

¿Qué sectores dentro de la Feria, van a tener una mayor representación? ¿Cuáles son los que están logrando un mayor desarrollo?

Maquinaria y equipamiento para la hostelería es el sector que representa, por sí solo, casi la mitad de la oferta. El resto de la exposición comercial lo ocuparán Menaje, servicio de mesa, utensilios y envases; Tecnología, entretenimiento y software; Área café; Textiles, ropa y uniformes; Interiorismo, decoración iluminación y mobiliario; Limpieza y lavandería; Vending; Envases y Embalajes; Pan y pizza, equipos y utensilios; y Heladería y pastelería. Todos estos sectores están registrando índices de crecimientos parecidos.

Desde su experiencia, y en general ¿podría indicarnos por dónde se están desarrollando las tendencias en el sector hoteles y turismo?

Las principales tendencias a nivel arquitectónico apuntan a estructuras ecosostenibles, que incorporan criterios constructivos capaces de garantizar el uso racional de los recursos y el respeto al medio ambiente. Esto procede de una mayor conciencia medioambiental que redundará en favor de un turismo responsable que busca establecimientos acordes a las





CISA eSIGNO Contactless lock

**Innovadora Solución de Seguridad
para Hoteles & Resorts**

Visítenos en
HOSTELCO 2018
Pabellón 7, Stand E-511

Diseño elegante y compacto, tecnología versátil

CISA eSIGNO combina el diseño más innovador con las prestaciones de seguridad más avanzadas: su configuración, elegante y compacta, se adapta a las más variadas exigencias desde el punto de vista mecánico y estético, integrándose perfectamente con el estilo de cada interiorismo. CISA eSIGNO funciona de forma intuitiva, simplemente acercando la tarjeta al lector mediante la tecnología contactless, compatible con tecnología NFC y disponible en versión wireless.

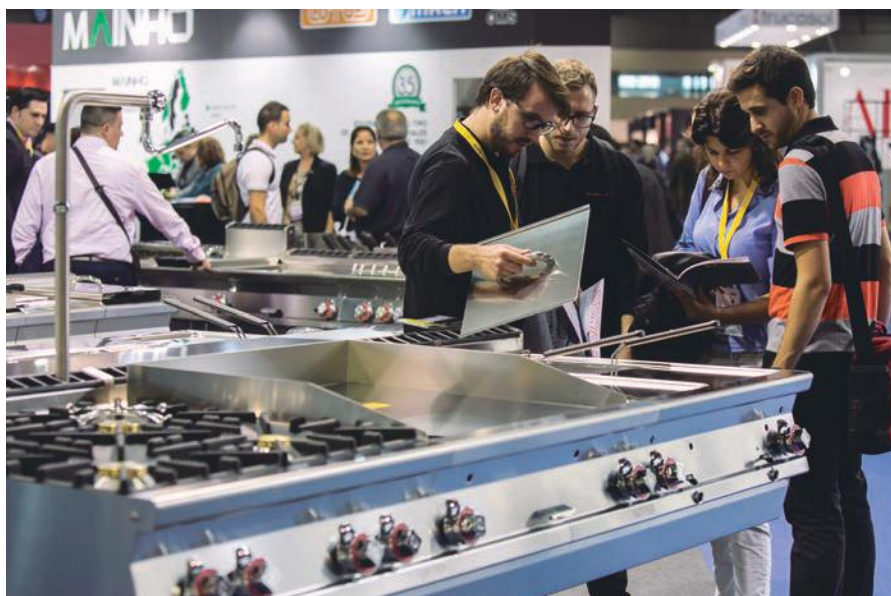
Para obtener más información, visite cisa.com - allegion.com

prioridades del cliente -cada vez más exigente en este sentido- y que además reduce significativamente el consumo energético y los costes de mantenimiento del hotel.

Otra tendencia está marcada por la crisis de la construcción y la escasez de terrenos edificables que han llevado al “reciclaje de espacios”, así que, en la actualidad, existen hoteles que se han construido transformando viejas estructuras abandonadas como anfiteatros, antiguos pajares o incluso cárceles. O también en ocupar lugares sorprendentes, como la copa de los árboles, un iglú o una cueva. El caso es proporcionar al cliente una experiencia gratificante y completa, en sintonía con sus preferencias y expectativas.

En este sentido, segmentar la demanda es prioritario, precisamente para establecer cuáles son los requisitos imprescindibles de un hotel para satisfacer su target, y es obvio que la distribución del espacio, el interiorismo y el equipamiento en general son factores básicos para recrear el ambiente perfecto para un determinado perfil de cliente. La aplicación de los sistemas IOT (Internet de las Cosas) y de las últimas tecnologías también son clave para asegurar una correcta gestión y el buen funcionamiento de los servicios.

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



Las cifras record del turismo receptor de los últimos años nos garantizan una elevada ocupación hotelera. La aceleración del crecimiento de los viajes a España realizados por los extranjeros y la prolongación de la tendencia al alza de la demanda nacional explican esta evolución favorable del negocio. De hecho, según los últimos datos disponibles, tras crecer un 12% en 2016 y alcanzar los 14.800 millones de euros, se calcula que la facturación del sector hotelero habrá registrado un aumento del 10% a finales de este año.

Sin embargo, descansar en los laureles nunca es una buena opción, y no

hay que perder de vista los cambios constantes que se realizan en este ámbito tan dinámico.

Innovar, rehabilitar y transformar es imprescindible para no perder mercado en un sector tan competitivo. Por esta razón, una feria como Hostelco es una cita fundamental para los operadores del sector hostelero, y no sólo por tratarse de una completa plataforma comercial, sino por ser un escaparate de las últimas tendencias e innovaciones absolutamente necesarias para consolidar los éxitos conseguidos y prepararse para afrontar los retos de futuro de esta industria.



Yellow & Black, la colección más sofisticada del servicio Atelier by Carmela Martí

El estilo más sofisticado, vanguardista y con cierto aire industrial cobra protagonismo en los hoteles cosmopolitas. La temporada de invierno imprime un nuevo concepto a los textiles, que nos transportan a ambientes más urbanitas como sucede con la nueva colección del servicio Atelier by Carmela Martí Decoración de Resuinsa, Yellow & Black.

Así pues, se trata de tonalidades tendencia que proyectan modernidad, pues la paleta cromática contrasta entre un elegante negro y un potente amarillo que se combinan con la luminosidad



del blanco. De esta manera, los textiles cobran mayor fuerza y personalidad, otorgando ese toque urbano que tanto se busca en los establecimientos. Así, el amarillo y el negro se conjugan sutilmente en elementos textiles y de decoración que se encuentren en la habitación.

Los motivos geométricos y clásicos, como las rayas anchas, la pata de gallo y los tejidos con matices masculinos ofrecen detalles visuales y originales. De hecho, se han convertido en 'must have' para esta temporada. Para resaltarlos, los bordados se muestran de manera marcada en negro y amarillo para presentar intensidad y carisma.

Yellow & Black es, además, la propuesta perfecta para poner el acento en entornos más urbanos. Para ello, las mesas de los restaurantes quedan perfectamente vestidas con textiles llenos de color, contrastados y modernos en los que predominan los esquemas geométricos y simétricos. El toque de distinción se logra con el juego que proporcionan los manteles, las servilletas y los caminos con mesas más vestidas. Pero si se quiere un ambiente más desenfadado, las

nuevas propuestas van orientadas hacia diseños individuales con detalles y acabados de la máxima calidad.



PROYECTO HOTELERO

H10 Rubicón Palace, Lanzarote

COLORES QUE CREAN AMBIENTE



Foto: H10 Rubicón Palace, Lanzarote

Ubicado en primera línea de Playa Blanca, el H10 Rubicón Palace es un emblemático resort al Sur de Lanzarote, que tras una profunda renovación y una mejora de sus servicios, ha aumentado su categoría, alcanzando las 5 estrellas. El proyecto de reforma ha corrido a cargo de Lázaro Rosa-Violán, englobando gran parte de las instalaciones y confiriendo un ambiente de gran elegancia al establecimiento.





Foto: H10 Rubicón Palace, Lanzarote

El pasado junio, la cadena hotelera H10 Hotels finalizó la extensa reforma del hotel H10 Rubicón Palace, en el cual se ha llevado a cabo la transformación total del bloque principal del resort, donde se ubican el lobby, la recepción, el restaurante Janubio y la sala Privilege, así como de las habitaciones. Asimismo, se han realizado mejoras en el Despacio Thalasso Centre, como la renovación del gimnasio y el solárium. Junto a estas novedades en las instalaciones, se ha elevado la oferta de servicios para reconvertirlo en un hotel de 5 estrellas.

Este emblemático establecimiento se sitúa en primera línea de Playa Blanca, al Sur de Lanzarote. Se trata de un resort de 584 habitaciones que es un referente en la isla desde su apertura en 2001.

Con esta renovación se ha buscado acceder a una nueva etapa para el establecimiento, ya que, actualmente, muestra unas instalaciones ampliamente renovadas y un servicio más

personalizado. De este modo, el resort se convierte en una magnífica opción para disfrutar de la isla con una amplia oferta gastronómica, unido a sus cinco piscinas y unos tranquilos jardines junto al mar.

Este proyecto de reforma fue llevado a cabo de la mano de Lázaro Rosa-Violán, inspirándose, en este diseño, en la isla de Lanzarote y sus colores, tales como el blanco de las casas encaladas, el verde

Foto: H10 Rubicón Palace, Lanzarote



“El impresionante Lobby sorprende con un arco de delfines que da la bienvenida al visitante, convirtiéndose en uno de los elementos más singulares de todo el espacio...”

de la vegetación y el negro de la roca volcánica. Estos colores predominan tanto en los edificios que ahora lucen el negro y el blanco como en el interiorismo.

Una vez se accede al establecimiento hotelero, el impresionante Lobby sorprende con un arco de delfines que da la bienvenida al visitante, convirtiéndose en uno de los elementos más singulares de todo el espacio. Asimismo, la recepción se encuentra presidida por una gran carta náutica antigua de las Islas Canarias, y varias cartas de la zona recorren el resto del Lobby y el Lobby Bar. Éste último, cuenta ahora con una reformada terraza con unas excepcionales vistas al mar.



Foto: H10 Rubicón Palace, Lanzarote

Mientras tanto, en lo que se refiere a las habitaciones, éstas han sido reformadas con un interiorismo en el que predominan materiales nobles como la madera de wengé y los colores puros como el blanco

y el negro, que resaltan las espectaculares vistas y crean una atmósfera que invita al descanso. Esta sobriedad solo se rompe con algunos detalles como los sillones verdes o los espejos circulares.

photo by Jordi Domingo

Confort y eficiencia para tu cocina profesional

Nueva campana RIALP

confort y eficiencia



proyecto a medida



innovación y diseño



MORGUÍ
VENTILACIÓN • FILTRACIÓN

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

Descúbrela en HOSTELCO

16-19 Abril / Gran Via
Stand A120 / Pavellón 8.1



Foto: H10 Rubicón Palace, Lanzarote

Además, unido a la mejora en los estándares de servicio, el hotel ha incorporado el servicio de room service en las habitaciones, Privilege, Exclusive Rooms and Services.

El servicio Privilege, Exclusive Rooms and Services, ha sido diseñado para los clientes que buscan un trato exclusivo, y en él se dispone, ahora, de una Sala Privilege totalmente renovada. Este espacio cuenta con bebidas y snacks gratuitos, prensa y ordenadores con conexión a internet, además de una magnífica terraza con vistas al mar.

Otra de las mejoras que se han llevado a cabo se ha centrado en la zona de piscinas, donde se ha cambiado el pavimento y el mobiliario exterior, ofreciendo un aspecto totalmente renovado.

La reforma también ha incluido el restaurante Janubio, donde se ha creado un ambiente protagonizado por las distintas estaciones que simulan puestos de mercado y que ofrecen especialidades basadas en productos frescos. La madera de nogal y el verde de los azulejos vuelven a estar presentes en este espacio para dar continuidad a las distintas zonas del hotel.

Con los espacios totalmente renovados, no era posible olvidarse de la gastronomía que ofrece el establecimiento. De tal modo que los huéspedes se beneficiarán de un servicio personalizado en mesa y podrán elegir entre una gran variedad

de propuestas saludables elaboradas al momento; carnes, pescados, pasta italiana, antipastos o especialidades veganas y vegetarianas, además de opciones con toques de distintos lugares del mundo.

Igualmente, renovando el Sports Bar Beefeater e incorporando el nuevo Mike's Coffee, un acogedor espacio donde se pueden probar especialidades de té o café acompañados de pastelería casera o smoothies, la compañía ha mejorado y variado su oferta gastronómica.

La extensa y diversa oferta gastronómica del H10 Rubicón Palace se completa con otros cinco restaurantes y tres bares, entre



Foto: H10 Rubicón Palace, Lanzarote

los que se encuentran restaurantes a la carta como, por ejemplo, el Steak House, especializado en cocina americana, o el Sakura, que ofrece delicias orientales.

Otro de los puntos que se han mejorado son las zonas de relax y spa, ubicados en el Despacio Thalasso Centre, un espacio ideal para relajarse en la zona de aguas y disfrutar de una amplia gama de tratamientos a base de agua de mar. Además, el centro incorpora un renovado gimnasio con gran ventanal con vistas al mar y equipos de última generación, así como un también reformado solárium exterior, situado justo frente al mar.

Aparte de todas estas reformas, los huéspedes tienen a su disposición los completos programas de animación Daisy Club y Blue Team, para niños y

Foto: H10 Rubicón Palace, Lanzarote





adultos respectivamente. El Daisy Club, además de ofrecer actividades para distintas franjas de edad, incluye el Daisy Adventure en una de las tres piscinas infantiles, un circuito de agua con un barco pirata que incorpora un gran tobogán y hace las delicias de los más pequeños.

En cuanto a las posibilidades para la organización de eventos, el hotel



Foto: H10 Rubicón Palace, Lanzarote

es un escenario perfecto para las celebraciones, con espacios exteriores exclusivos para cócteles o banquetes y seis salones de reuniones, la mayoría de los cuales lucen ahora un nuevo aspecto.

Con esta renovación, H10 Hotels sigue con sus planes de mejora continua de su

planta hotelera, ofreciendo a sus clientes establecimientos con instalaciones de primer nivel y altos estándares de servicio.

El H10 Rubicón Palace será el primer 5 estrellas de H10 Hotels en Lanzarote, donde ya cuenta con otros cuatro hoteles de 4 estrellas.



¡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

Roberto Conde

Director H10 Rubicón Palace



Roberto Conde. Director H10 Rubicón Palace

El H10 Rubicón Palace de Lanzarote ha sido objeto de una profunda transformación, ¿qué pasos se llevaron a cabo para conseguirlo? ¿Qué estrategias se siguieron?

La culminación de la reforma integral de 2017 nos ha permitido subir la categoría a cinco estrellas gracias a la mejora de nuestras instalaciones y servicios. Siempre hemos trabajado bajo la premisa de ofrecer estancias únicas con un trato personalizado. Queríamos convertir el hotel en un resort singular siguiendo los parámetros de los hoteles del Caribe para atraer a familias, parejas, clientes de empresa, y eventos.

El proyecto de reforma ha consistido en una profunda renovación del Lobby, la recepción, el restaurante Janubio y la sala Privilege, así como las habitaciones. Además, se han realizado mejoras en el gimnasio y el solárium del Despacio Thalasso Centre.

Hemos ido progresando año a año: iniciamos la mejora del concepto Privilege, creamos la zona de familias Daisy Adventure, crecimos

en gastronomía hasta tener cuatro restaurantes a la carta y dos nuevos buffets y ahora con la reforma hemos abierto el Mike's Coffee. Todo ello unido a nuestro Despacio Thalasso Centre y otros centros de diversión tales como la Disco Montaña Roja y el Sports Bar, así como nuestras cuatro zonas de piscina, área comercial y actividades de animación y espectáculos, constituye un mundo que da respuesta a todas las necesidades.

H10 rubicón palace

En nuestro hotel puedes relajarte y buscar la tranquilidad y sosiego en cualquier momento del año o bien sumarte a las actividades y servicios que desprenden energía y emociones fuertes. Para ello, tenemos amplias zonas con diferentes servicios en las que el huésped elige según sus preferencias y lo que le apetece en cada momento.

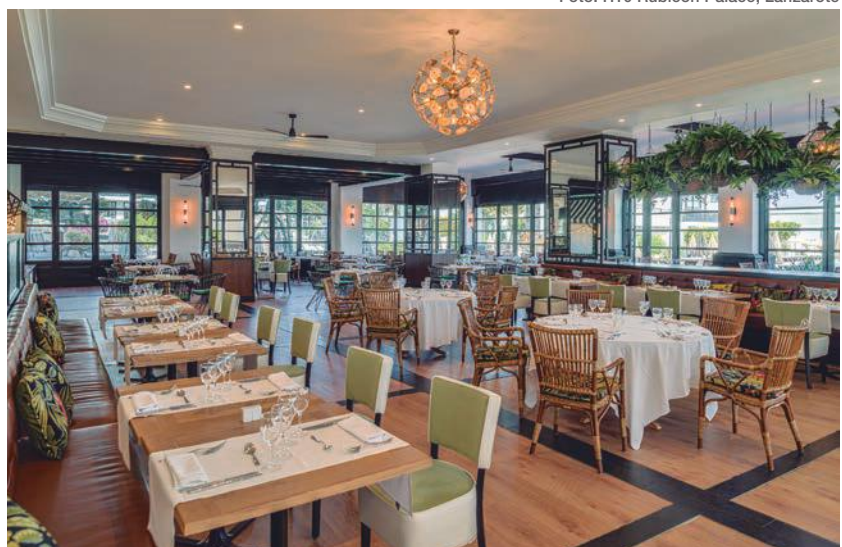
Después de esa gran renovación que se ha llevado a cabo, ¿con qué principales magnitudes cuenta el hotel? (superficie, número de habitaciones, empleados, ocupación...).

Nuestro resort comprende jardines de 100.000 m² y 584 habitaciones, con capacidad para 1.800 personas y un equipo humano cercano a los 500 colaboradores, generando permanentemente ocupaciones de más del 90%.

¿Cuáles es el perfil del huésped ideal hacia el que va enfocado el H10 Rubicón Palace?, ¿por qué se ha buscado este perfil?

Dado el amplio abanico de actividades e instalaciones que ofrecemos, nos

Foto: H10 Rubicón Palace, Lanzarote



“El proyecto de reforma ha consistido en una profunda renovación del Lobby, la recepción, el restaurante Janubio y la sala Privilege, así como las habitaciones...”

dirigimos a todos los segmentos. Es habitual encontrar familias disfrutando en nuestra piscina del barco pirata en el Daisy Adventure, mientras que las parejas se relajan en el Despacio Thalasso Centre y en nuestros salones se celebra un congreso o una boda. Además, recibimos huéspedes de muy diversas nacionalidades.

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

Gracias a las grandes dimensiones del H10 Rubicón Palace, que está



Foto: H10 Rubicón Palace, Lanzarote

conceptualizado como un resort con distintas áreas que albergan diferentes servicios, estamos preparados para responder a las necesidades de públicos muy distintos, algo que resulta difícil

encontrar en otros hoteles. Nuestro punto fuerte es la flexibilidad: nuestros espacios singulares y diversidad de servicios nos permiten adaptarnos a los deseos de cada huésped.



HOSTELCO
THE HOTEL & RESTAURANT TRADE SHOW

VISÍTANOS EN **HOSTELCO ALIMENTARIA 2018**,
DEL **16 AL 19 DE ABRIL**
EN **FIRA DE BARCELONA**

PROYECTOS DE RESTAURACIÓN
A MEDIDA DE COCINAS PROFESIONALES



Diseño y ejecución de proyectos a medida



Trabajamos con las mejores marcas y productos de 1ª calidad



Asesoramiento integral



Valores basados en la mejora continua e innovación

WWW.SERHSPROJECTS.COM

BCN: 93 762 93 30 - C/ Garbí, 88 - 08397 Pineda de Mar (Barcelona)
MAD: 91 103 25 52 - Av. América, 32 - 28922 Alcorcón (Madrid)



Foto: H10 Rubicón Palace, Lanzarote

¿Qué principales espacios son los más destacados en el H10 Rubicón Palace?

La zona infantil Daisy Adventure con sus clubs y barco pirata para los niños, la elegancia del servicio Privilege, la piscina del Despacio Thalasso Centre mirando al mar, el restaurante Janubio, basado en comida variada preparada al momento con el ambiente de puestos del mercado, el espectáculo en el Teatro del Mar y nuestros restaurantes a la carta.

Personalmente, me quedo con la belleza colonial adaptada a la estética actual de nuestro Lobby y Piano Bar.

El proyecto de reforma se ha inspirado en la isla de Lanzarote y sus colores. ¿Qué características aporta esta decoración?

La obra, firmada por Lázaro Rosa-Violán, bebe directamente de la esencia de la isla y sus colores: el blanco, el verde y el negro. Estos se incorporan de manera natural al hotel en elementos como los techos de madera a dos aguas y las chimeneas ornamentales. Sin duda, H10 Rubicón Palace es Lanzarote en estado puro.

¿Cuáles son las expectativas que se tienen, con respecto al hotel, a corto y medio plazo?, ¿qué se espera de su gestión?

Nuestro hotel siempre ha causado agradables sorpresas: cada cambio, cada inversión ha constituido un éxito. Somos un hotel único y nuestros huéspedes repiten año tras año.

Esta profunda renovación ha supuesto una mejora considerable de nuestras instalaciones, pero sin duda el éxito del H10 Rubicón Palace se debe, en gran parte, a un maravilloso equipo humano que trabaja día tras día para dar lo mejor a nuestros huéspedes.

Por último, ¿qué nuevos retos se han marcado para el futuro? ¿Contaremos con nuevas reformas e inauguraciones?

Por supuesto, contaremos con novedades. Este año inauguraremos un nuevo espectáculo con cena, Oh Dinner!, en el incomparable Teatro del Mar, con un elenco formado por nuestro equipo de animación y otros artistas de la isla. Y, antes de mayo, disfrutaremos de un Bistró de comida saludable, además de un food truck en la zona de piscinas.

En años sucesivos, orientaremos nuestra política a crear más áreas exclusivas para nuestros huéspedes.



Fotos: H10 Rubicón Palace, Lanzarote



GROUPE GM

AMENITIES EXCLUSIVOS

Visite el stand
del Groupe GM en
la feria HIP en Madrid
del 19 al 21 de Febrero
HALL 3 - STAND D125

groupegm.es



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



Foto: Onnero Laundry Barcelona

Lavadoras y lavandería industrial

Higiene y confort

La ropa de un establecimiento hotelero es un punto fundamental ya que una adecuada percepción garantiza que el huésped tenga una experiencia satisfactoria, sin olvidarnos de que influye directamente en su imagen. Por ello, tanto si se decantan por elegir un sistema de lavandería interna, como por externalizar este servicio, la lavandería, junto con los aparatos que la componen, se convierte en un servicio esencial en cualquier hotel para ofrecer calidad e higiene a sus clientes.

En la actualidad, el sector del turismo en general, y particularmente el de la hostelería, es ya desde hace algunos años consciente de la importancia que tiene contar con un servicio de lavandería de calidad, en lo que se refiere a la imagen de su centro.

De este modo, dentro del ámbito de la hostelería, la lavandería desempeña un papel muy importante, ya que tiene, directa o indirectamente, relación con todos los departamentos que generan su existencia.

En este sentido, originalmente, la oferta básica de servicios que ofrecían las lavanderías industriales, consistía en

lavado de ropa, secado y planchado. No obstante, con el paso de los años, y como resultado de las distintas necesidades relacionadas con la higiene que han ido apareciendo, la mayoría de las lavanderías han ampliado su cartera de productos, ofreciendo nuevos servicios más especializados como pueden ser la esterilización textil, el lavado e higienizado de lencería y uniformes, etc.

Y aunque, a pesar de todas las ventajas que aporta, no todos los establecimientos cuentan con espacio o capacidad para poder soportar dentro de sus instalaciones una lavandería interna, por lo que en esas ocasiones el director de compras decide externalizar el servicio a profesionales.

El sector hoy

A lo largo de los últimos años, el sector de equipos de lavandería industrial ha sufrido una corrección importante. “El mercado no ha dejado de crecer, pero para algunos fabricantes ha sido imposible mantener el ritmo. Ha habido empresas que han tenido que cerrar, otras que han realizado adquisiciones para crecer y mejorar producto y servicio, y otras que han realizado adquisiciones para entrar en nuevos mercados”, analiza Andrés Clarós, Key Account Manager de Alliance Laundry Systems.

No obstante, pasado ya ese reajuste, “se trata de un sector que está en constante crecimiento, por lo que hay que estar preparados para ofrecer a los clientes el mejor servicio post-venta”, destaca Emilio Holterm, Director Comercial OPL/Primus Zona Norte de Boaya. Del mismo modo, Juan Ruiz, Country Manager España de Girbau, corrobora la constante evolución en lo que está inmersa el sector de la lavandería industrial. “Los fabricantes de maquinaria tenemos, desde siempre, la obligación y el reto de adaptar toda la maquinaria e instalaciones a los avances tecnológicos que aparecen y que afectan positivamente a la productividad del negocio y a su eficiencia en el consumo, lo que se traduce en una mejor rentabilidad para el negocio que las utiliza”.

Además, hay que ser conscientes de que “el sector de la lavandería industrial tiene muchos aspectos diferentes que van



Foto: Alliance Laundry Systems Spain

desde la tecnología hasta el comercial”, expone Francisco Herrero, Marketing & Comunicación de Santos Grupo. Por ello, el sector de la lavadora industrial, hoy en día, se ha profesionalizado mucho. “Las lavadoras han pasado a ser máquinas muy tecnológicas en las que los equipos de ingeniería están consiguiendo muy buenos resultados de lavado, con unos consumos energéticos bajos”, especifica Andreu Arrom, Responsable de Ventas de Onnera Laundry Barcelona.

En estos momentos, “hay una batalla que se ha intensificado entre fabricantes de productos de calidad media-baja que compiten en precio, y otros fabricantes

que se centran en últimas tecnologías, calidad de producto y de servicio para ofrecer la mejor solución posible a cada cliente”, determina Andrés Clarós. De este modo, “quizás el reto más grande sea alcanzar un ahorro real de energía, agua y cuidado del medio ambiente”, concreta Francisco Herrero.

Por otro lado, “la lavandería industrial debe hacer frente a la necesidad de ofrecer un servicio ágil tanto para pequeñas producciones como para grandes encargos de lavado y manteniendo, en todo momento, la garantía de excelencia en la higiene y los acabados de cada prenda”, define Juan Ruiz. De esta



Foto: Girbau

NUEVOS TIPOS DE LIMPIEZA: WET CLEANING

Durante los últimos años, a nivel mundial, ha habido una creciente preocupación por la conservación del medio ambiente, esto ha generado que, paulatinamente, diversos procesos estén siendo modificados en pro de la sostenibilidad ambiental, y el sector de la lavandería no podía ser menos. “Hoy en día se están estudiando diferentes tipos de lavado que todavía no han ganado mucho mercado. Gusta siempre recordar que el elemento básico para una correcta limpieza es el agua”, indica Francisco Herrero, Marketing & Comunicación de Santos Grupo. Así, en lo que respecta a las máquinas, “las mayores novedades serían los servicios de lavado con agua o Wet Cleaning, que están sustituyendo el lavado en seco por cuestiones medioambientales, de riesgo y económicas”, concreta Andrés Clarós, Key Account Manager de Alliance Laundry Systems.

El Softwash (Wetcleaning) “es una solución que se está utilizando cada vez más en hoteles. Ya que permite lavar la ropa de huéspedes sin necesidad de tener que invertir en una máquina de seco que son tan contaminantes y nocivas para el ser humano”, define Emilio Holzer, Director Comercial OPL/Primus Zona Norte de Boaya.

‘Wet Clean’ o ‘Wet Cleaning’ es un concepto inglés que, traducido literalmente, significa “limpieza en húmedo”, diferente al “Dry Clean” o “Dry Cleaning”, que indica “limpieza en seco” un concepto que todos el mundo conoce y relaciona con la tintorería. Por un lado, en la limpieza en seco se utiliza percloroetileno para la limpieza de las prendas, mientras que el wet cleaning utiliza jabones 100% biodegradables e hipoalergénicos en medio acuoso lo que hace que sea más respetuoso con el medio ambiente.

El principio del wet cleaning se basa en la simulación del lavado a mano, en el que no se limpian los tejidos mediante acción mecánica o temperatura elevada, sino por el remojo y el suavizado de las manchas mediante una acción química particular.

De esta manera, el proceso de limpieza en húmedo, requiere de maquinaria con características determinadas que permiten ser programadas con diferentes variables como la acción mecánica, el nivel de agua, la temperatura y el grado de la humedad en la fase de secado, esto es lo que permite adecuar el proceso dependiendo de las necesidades de cada tejido obteniendo al final el consecuente cuidado de su ropa delicada.

Por todo ello, entre las características adecuadas que debe tener el equipo para llevar a cabo el sistema de wet cleaning está:

Lavadora: debe tener un control total de la ropa durante el proceso de lavado, así como facilidad en su programación y que se pueda tener acceso a todos los parámetros, como niveles de agua, revoluciones, giro o no mientras se llena, etc. Además, es necesario que la lavadora tenga incorporada recipientes para la dosificación para poder medir a voluntad, tanto sólidos o líquidos sin necesidad de instalar bombas.

Secadora: con control de humedad así como control de la pausa de la temperatura de entrada del aire y de salida.

Productos adecuados: estos deben permitirnos limpiar a baja temperatura, en menos tiempo y con menor acción mecánica. El producto para el acabado debe dar elasticidad y volumen a las prendas evitando el arrugado y facilitando el planchado.

Equipos de planchado: mientras el volumen de prendas tratadas en Wet Clean no sobrepase el 50% de todas las prendas a lavar, no necesitaremos un equipo especial de planchado, el arrugado es similar al de la máquina de seco. En el equipamiento de lavado deben incluirse la mitad de cantidad de la que marca el fabricante, por ejemplo, si pueden cargar 16 kilos deberán llenarse hasta los 8kg, para evitar perder mucho tiempo en el planchado.

Equipos más demandados

Cada hotel es un mundo por sí mismo y requiere de una propuesta de lavandería específica que se adapte a sus necesidades. “El equipo siempre se elige según las necesidades. Por eso es importante hablar con profesionales del sector”, detalla Francisco Herrero (Santos Grupo).

De igual manera, Verónica Molina, Marketing Manager de Electrolux Professional, asegura que no hay un equipo específico para hoteles, depende del número de habitaciones y demanda que tenga. “Electrolux ofrece asesoramiento específico y todo lo necesario para cumplir con las expectativas y necesidades de éste; lavadora, secadora, planchadora, calandra, equipo de acabado...”. Por ello, en general los hoteles no demandan una maquinaria en concreto, “sino que solicitan una solución, un proyecto. Somos nosotros quienes analizamos en profundidad sus necesidades y las traducimos en un proyecto de lavandería que incluye la maquinaria en concreto”, determina Juan Ruiz (Girbau).

No obstante, Andrés Clarós (Alliance Laundry Systems) indica que entre lo más demandado hoy en día son las lavadoras y secadoras industriales, con las que se saca adelante hasta el 70% de la producción. “En menor medida, pero

Foto: Electrolux



manera, desde Ilunion, aseguran que las líneas maestras en las que se va a mover este sector son las relacionadas con la

mejora de consumos (responsabilidad social) y de productividad (rapidez y calidad).

Cuando la higiene es decisiva: Lavadora de Barrera Sanitaria

La ropa sucia del hospital es una de las principales fuentes de contaminación cruzada e infecciones nosocomiales contraídas por los pacientes en ambientes sanitarios y de ingreso hospitalario. Por esa razón el lavado de ropa debe formar parte de la medicina preventiva.

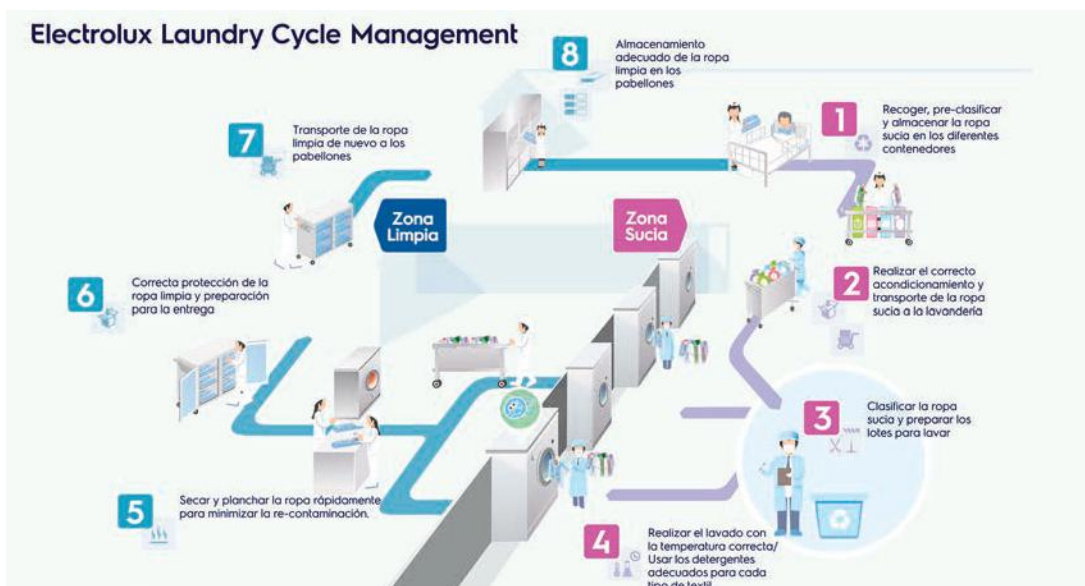
¿Qué es una lavadora de barrera sanitaria?

Es una lavadora posicionada en una pared con dos accesos separados externamente, uno para la carga de ropa sucia y el otro para la salida de ropa limpia.

La pared permite separar físicamente la zona de trabajo del lado sucio y el lado limpio. El resultado es que la ropa sucia nunca entra en contacto con la ropa limpia, gracias al flujo obligado de siempre adelante.

Electrolux Profesional posee una experiencia inigualable como líder mundial en soluciones de lavandería de barrera sanitaria, y ha venido colaborando estrechamente con las instituciones de salud y de cuidado de ancianos en los últimos 30 años para desarrollar conjuntamente y proporcionar un proceso de higiene controlado.

Ejemplo de gestión del ciclo del tratamiento de las prendas



Nuestros productos y soluciones proporcionan:

- Gestión del ciclo completo del tratamiento de prendas (LCM) un enfoque planificado para lavandería que optimiza la higiene
- Lavandería a medida con soluciones diseñadas específicamente según sus necesidades
- Funciones inteligentes, incluyendo el Sistema de Información Certus Management™(CMIS), garantizando el máximo control y trazabilidad en todos los procesos de lavandería

- Pleno cumplimiento de las más estrictas normas de higiene. El cumplimiento de la norma europea EN 14065
- Mejora de la eficiencia y la productividad a través de la habilidad para manejar mayor número de cargas de lavado por día
- Los mejores resultados de limpieza para prendas delicadas con Lagoon Advanced Care®, el primer sistema de limpieza en húmedo aprobado por Woolmark Company®

Soluciones de lavandería de barrera sanitaria implantadas

Hospitales

Beijing Union Hospital, China
Desde 1000 Kg a 5000 Kg por turno.

La instalación de esta lavandería es la solución más grande en su categoría que ha llevado a cabo Electrolux Profesional

- 12 WPB41100H Lavadora Pullman
- 1 WPB4700H Lavadora Pullman
- 1 WSB4250H Lavadora Pullman
- 13 T41200 Secadoras
- 4 C-Flex 930-2 Calandra



Residencias medianas

Residencia para pacientes con demencia, Alemania.
100 residentes.

En la lavandería de la residencia se procesa todo: Desde la ropa de los residentes, hasta las almohadas, sábanas y las mopas.

- 2xWB4130H Lavadora de 13 kg
- 2xT4300LE Secadora bomba de calor de 13 kg
- 1x Calandra
- 1xFIT3 Mesa de planc



Residencias pequeñas

Residencia pequeña de ancianos, Italia.
50 camas.

Gracias a la innovación y máquinas profesionales, fuimos capaces de crear una perfecta sala séptica de pequeña capacidad.

- 2xW5105H Lavadora
- 1xT5250 Secadora
- 1x Calandra



también de forma importante, se instalan las calandras de gran capacidad ya que, a pesar de la inversión inicial, el ahorro a medio y largo plazo son notables". "Actualmente el sistema de un tren de lavado, compuesto por un túnel de lavado y prensa, es el que más ventajas aporta, ya que optimiza la capacidad de lavado y la eficiencia energética", opinan desde Ilunion.

Así, entre los distintos tipos de equipamiento que pueden instalarse en los establecimientos, dependiendo de sus necesidades, hoteleros podemos encontrarnos los siguientes:

Máquinas lavadoras:

Lavadoras: su principal finalidad es lavar y retirar el agua de las prendas. Entre sus características destacan las válvulas de entrada de llenado rápido, el enjuague de rociado a chorro, control programable por ciclo, lavado ultrasuave...

Túnel de lavado: está considerado como el sistema más económico en lo que a consumo de agua, energía y productos químicos se refiere, ya que se incorpora la reutilización de agua de aclarado. Está formado por distintos bombos, con 5 módulos como mínimo o 12 como máximo. Además, cada bombo puede incorporar entradas de vapor y de producto químico, lo que favorece una completa flexibilidad en la configuración del proceso de lavado.

Foto: Boaya



Foto: Electrolux

Máquinas Centrifugadoras.

Centrífuga oscilante: tiene una capacidad aproximada de 72 kg de ropa. Su centro interior es de acero inoxidable, así como su envolvente exterior. Mientras, su eje es de acero especialmente tratado y maquinado. Cuenta con un sistema de suspensión anti vibratorio.

Centrifugadora pendular: una producción aproximada de 92 kg de ropa. Al igual que la anterior, el centro es de acero inoxidable y el eje de acero cromo níquel. Está formado por un sistema de suspensión mediante péndulo y resortes,

motor electro 100% blindado y un tubo hidráulico que logra un suave arranque.

Máquina secadora: su finalidad es secar la ropa y dejarla en condiciones para el siguiente paso, el planchado. En estos momentos están desarrolladas para ofrecer un diseño eficiente en lo referido al consumo de energía, además requiere, menor flujo de aire y entrada.

Máquinas planchadoras:

Calandria industrial-rodillo planchador: está formado por un rodillo calentado por el que pasa la ropa. Se utilizan principalmente para el planchado de sábanas, cubrecamas, cortinas...

Otros: maniquí de planchado, prensa de planchado o prensa para cuellos y puños, mesa de planchado, planchas manuales...

Para poder contar con el equipamiento adecuado dependiendo de las necesidades, un establecimiento hotelero debe disponer del espacio suficiente, en el caso de querer instalar su propia lavandería interna. Así, "las ventajas de un hotel al tener su propia lavandería son principalmente de control y calidad", precisa Francisco Herrero. Del mismo modo, Andrés Clarós asegura que para un establecimiento hotelero, "las principales ventajas de disponer de lavandería propia son la calidad del producto (ropa)



Programa Aquanomic™

para Lavado de Ropa

La forma segura de conseguir resultados óptimos

Las ventajas de Aquanomic

Fácil de transportar

- ▲ Cápsulas ligeras

Manipulación ergonómica

- ▲ 90% menos de esfuerzo físico

Sistema 100% cerrado

- ▲ Formas diferentes que garantizan una reposición de producto fácil y segura

Reducción de residuos

- ▲ 70% menos embalaje



ECOLAB®
Everywhere It Matters.™

Para ampliar información, consulte al Gerente de Territorio de Ecolab
tel. 902 475 480 | atencion.cliente.es@ecolab.com | www.ecolab.com



Foto: Girbau

que colocarán en sus habitaciones, un servicio que cumple los mismos estándares de calidad que aplican al resto de departamentos o servicios del centro, y un ahorro de costes que puede llegar al 50%”.

En este sentido, contando con este espacio en el interior del hotel, “se puede lavar la ropa del mismo con programas y detergentes personalizados, alcanzando una calidad de lavado superior de la que puede ofrecer una lavandería industrial que lava ropa de hoteles de diferentes categorías con programas estándar. Un servicio más rápido a sus propios clientes. Y, finalmente, un ahorro de gastos siempre que se deje trabajar la lavandería respetando las características de los equipos”, enumeran desde Santos Grupo.

Así pues, “las ventajas son varias, para empezar el control que se tiene sobre el servicio en todo momento, control de la calidad del material que luego se ofrece a los clientes, el ahorro de tiempo al tener la maquinaria dentro y evitar desplazamientos, ahorro de costes en cuanto a la diversificación de los programas, la misma lavadora se puede utilizar para un lavado de toallas, como para los uniformes de los chef de cocina. Ofrecemos 55 programas específicos para los diferentes sectores y programables en función del uso que tengan, ahorro por la tecnología que lleva incorporada nuestras máquinas, lo que provoca la eficiencia máxima en los consumos en el lavado”, determinan desde Electrolux Professional.

La elección adecuada

“En el momento en que un empresario hotelero decide tener una lavandería propia tiene que hacer unas consideraciones básicas que lo llevarán a elegir los equipos necesarios para este servicio”, describen desde Santos Grupo. “Técnicamente, son muchos los aspectos a considerar en un hotel para equipar correctamente una lavandería interna, pero el hotelero demanda calidad de acabado, facilidad de uso, eficiencia y productividad”, añaden desde Girbau.

Volumen: “uno de los aspectos imprescindibles a tener en cuenta es el volumen de producción y la diversidad de tipos de prenda, puesto que repercute en el tipo de maquinaria a instalar y en

la capacidad que deben abordar. En todo momento debe asegurarse que no se producen cuellos de botella en la producción y que se puede hacer frente a diferentes cantidades de ropa sin que mengüe la calidad de sus acabados”, define Juan Ruiz. Por ello, como pasos a dar, “primero tiene que calcular cuántos kilos de ropa se necesita lavar cada día/semana, cuántas horas por día/semana se dedicarán al trabajo de la lavandería, cuántos empleados trabajarán en la misma... Estos son unos cálculos que varían por el número de habitaciones del hotel (hoteles), por los servicios de la estructura (bar, restaurante, gimnasio, piscina, spa...) frecuencia de cambio de la equipación de las habitaciones (sábanas, toallas, alfombrillas...), servicio a los clientes, etc.”, enumera Francisco

Foto: Onnero Laundry Barcelona



Herrero. De este modo, cuando se analiza la cantidad de ropa que debe tratar un establecimiento, una de las características más importante será la dimensión del establecimiento donde se va a insertar el negocio. Por ejemplo, cuando un empresario hotelero decida internalizar el servicio de lavandería deberá tener en cuenta también el espacio que ocupará la lavandería en su centro.

Ahorro energético: en la actualidad, se valora mucho la eficiencia energética; ahorro de energía y agua, mediante programadores diseñados para ello, así como sistemas de recuperación. Es uno de los principales criterios que tienen en cuenta los profesionales del sector a la hora de elegir el equipamiento. Generalmente, “en un hotel se instala una lavandería teniendo en cuenta el ahorro energético, la durabilidad y bajo mantenimiento de las máquinas, y la versatilidad para aumentar o disminuir la producción según las necesidades puntuales del establecimiento”, precisan desde Alliance Laundry Systems. Por



Foto: Girbau

lo general, “lo más importante es la durabilidad de los equipos y que ahorren agua, energía y detergentes”, añaden desde Boaya. Ahorro y sostenibilidad son dos apartados que van unidos tanto

en las tendencias del mercado como en la normativa que las regula. Dado que el cliente no quiere que estas políticas supongan una merma en la eficiencia de los equipos que adquiere, para evitarlo, la

LA EVOLUCIÓN DE LA LIMPIEZA Y LA DESINFECCIÓN

ECOCONPACK
Lavandería

HASTA 50%

DE AHORRO CONSUMO DE QUÍMICO

HASTA 45%

DE AHORRO COSTE ENERGÍA Y AGUA

HASTA 15%

DE AHORRO TIEMPO DE LAVADO

HASTA 95%

DE AHORRO GESTIÓN RESIDUOS

HASTA 55%

DE AHORRO COSTE TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO

colectividades@proquimia.com
www.proquimia.com
MYPROQUIMIA
NUEVA ÁREA DE CLIENTES DE PROQUIMIA



Foto: Electrolux

clave está en los materiales que se utiliza en la construcción de esos equipos, que deben garantizar una vida útil lo más prolongada posible. Para máquinas de lavado como túneles de lavado o lavadoras centrífugas, e incluso trenes de planchado, se procura que sean eficientes, energéticamente hablando, ya que con un buen mantenimiento se añade el poder alargar mucho su vida útil.

Acabado: en general, “el hotelero quiere que su unidad de lavandería le dé la calidad de acabado deseada, de la manera más eficiente posible. Al final, la lavandería es como una unidad de negocio dentro de su hotel”, precisan desde Girbau.

Costes: evidentemente los costes se tienen en cuenta, “pero cada vez menos hosteleros recurren a máquinas baratas y prefieren un producto de calidad que, unido a la nueva oferta de servicios como rentings de equipos, contratos de mantenimiento fijos, o financiación propia, ofrece la mejor solución para cada caso”, menciona Andrés Clarós. Por otro lado, para Electrolux el empresario, normalmente, a la hora de elegir un tipo de maquinaria de lavado, piensa en la inversión que tiene que realizar, el volumen de producción, el periodo de amortización, donde influye la durabilidad de los aparatos y los costes de mantenimiento. “El primer factor y el que destaca por encima de todos es el precio de la máquina y su rentabilidad a lo largo de su vida útil. Nosotros ofrecemos calidad, excelencia, durabilidad, sostenibilidad, tecnología, en definitiva

ahorro eficiente en los consumos de agua, detergente, energía, y eso se nota en el cálculo del retorno de la inversión. Les acompañamos durante todo el proceso de venta y post-venta; desde el asesoramiento en el proyecto, cálculos de capacidad, elección de maquinaria, hacemos un estudio personalizado siempre en base a la necesidad del cliente ni más ni menos”. Y, desde Girbau aseguran que son las empresas las que aportan el asesoramiento técnico necesario para adaptar el espacio de lavandería y su equipamiento a sus necesidades, tanto presentes como futuras (la inversión en una lavandería tiene que prever la posibilidad de crecimiento del negocio para maximizar y amortizar la inversión).

“Todos los aspectos que se exponen tienen su importancia a la hora de elegir una lavadora, y cada empresario hotelero da más o menos importancia a todos ellos según sus necesidades o infraestructura”, define Andreu Arrom. De esta manera, “estas consideraciones llevarán al empresario a elegir las máquinas necesarias para su servicio en consideración del local en el que se ubicará la lavandería. Sólo después podrá considerar el mercado de las lavadoras para finalmente adquirir los equipos”, expone Francisco Herrero.

En resumen, “una vez se asegura que la propuesta de instalación puede hacer frente a la producción habitual (y a sus picos de máxima ocupación) de forma adecuada, entra en juego la elección

de aquellas máquinas y programas que logran un proceso más eficiente y facilitan una mayor productividad”, determina Juan Ruiz.

Tendencias en maquinaria

A lo largo de los últimos años este sector se ha visto afectado hacia 3 frentes, “por un lado a la dirección del establecimiento, pues las máquinas incorporan cada vez más sistemas de ahorro energético; en segundo lugar al operario, disponiendo cada vez más de controles táctiles, programas modificables y de acceso rápido, avisos de mantenimiento preventivo y reparaciones, etc.; y finalmente los sistemas de gestión de la lavandería, que permite generar informes de todos los aspectos de una lavandería, visualizarlos remotamente y modificar cualquier parámetro de una máquina para optimizar en todo momento el trabajo y los costes de operación de dicha instalación. Para el huésped, se traduce en precios más competitivos, y mayor calidad final de las prendas, por ejemplo, sobre las que duerme o que se lleva a la cara para secarse”, expone Andrés Clarós (Alliance Laundry Systems).

Por otro lado, la lavadora tiene que ser de uso fácil. “Por eso se están desarrollando controles electrónicos con pantalla táctil. Estos sistemas permiten tener una asistencia muy rápida. La lavadora,

Foto: Onnero Laundry Barcelona



además, tiene que responder a requisitos de ahorro de energía, de ergonomía y de respeto al medioambiente", precisa Francisco Herrero (Santos Grupo). Enfocada en este sentido, "la principal innovación son los sistemas de recuperación de agua, ya que la apuesta por la eficiencia energética y cuidado del medioambiente es fundamental".

De esta manera, Verónica Molina (Electrolux Professional), asegura que se está invirtiendo el 9% de las ventas en I+D. "Este esfuerzo da los resultados de incorporar tecnología para reducir los consumos, mantener la alta calidad y garantizar un fácil uso por parte del usuario. Tenemos software para controlar y monitorizar una lavandería y tomar decisiones de optimizar los procesos". "Los huéspedes son exigentes y lo que quieren es calidad en el lavado de las prendas que van a emplear durante su estancia en el hotel. Para ello, nuestras lavadoras (de alta velocidad, media y baja, todas con el Touch Control) ofrecen la posibilidad de hacer cualquier tipo

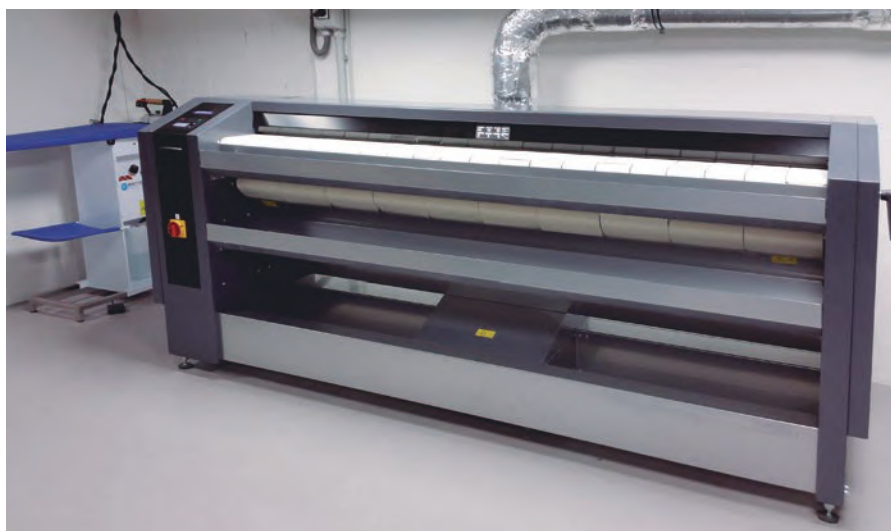


Foto: Boaya

de programa adaptado a cada tipo de prenda, sábanas, toallas, mantelería, etc. consiguiendo unos acabados a la altura de lo exigido", añade Andreu Arrom, de Onnera Laundry Barcelona.

Y, otra de las principales novedades es el Wet Cleaning una de las tendencias que

más se está implantado en las lavanderías de hoteles. "Con este sistema de lavado se ofrece un trato óptimo para todo tipo de prendas, incluso las más delicadas como piel o lana, logrando así que no se deterioren. El Wet Cleaning, por tanto, hace posible que una misma lavadora pueda realizar tanto lavados intensivos

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

NUEVOS TIPOS DE LIMPIEZA: OZONO

El gas ozono está compuesto de tres átomos de oxígeno. Se produce cuando cierta energía rompe una molécula estable (O_2) en dos átomos inestables de oxígeno (O_1). Estos dos átomos de oxígeno, que se encuentran solos, buscan moléculas estables de O_2 y se combinan para formar ozono (O_3).

Se trata de un gas sin color, de olor acre que es un poderoso oxidante. Dado que la molécula de ozono es inestable, tiende a romperse de nuevo, por esta razón, el ozono no se puede almacenar de ninguna manera, por lo que tiene que ser generado in-situ mediante un generador de ozono.

Durante muchos años, el ozono se ha utilizado en otras industrias como los tratamientos del agua y la purificación del aire. Ahora podemos cambiar la forma de hacer la colada con el poder del tratamiento con ozono. Es eficaz para matar las bacterias que causan el mal olor y el tratamiento con él no añade sustancias químicas al agua de lavado.

Su uso en las lavanderías se ha introducido como una eficaz alternativa que nos permite mejorar los parámetros que inciden de forma directa en el lavado, entre ellos cabe destacar:

Reducción del consumo de agua caliente: habitualmente la temperatura de funcionamiento varía entre 60 y 75°. El uso del ozono puede reducir potencialmente esta temperatura hasta rangos entre 30 y 35° e incluso llegar a usar agua fría en sucesivos ciclos de lavado. La reducción en el consumo de agua caliente reduce los costes de la factura del agua. Además, la utilización de este sistema produce un menor daño en la ropa.

Reducción del uso de productos químicos: habitualmente, las dosis normales de detergentes usadas en lavandería son mucho más efectivas cuando se combinan con el uso de ozono. Esto se debe a que el ozono permite una mayor penetración en la tela, mejorando el efecto limpiador de los detergentes. Por ejemplo, el ozono como potente oxidante y agente desinfectante reduce la utilización de cloro blanqueante, el cual daña las telas. El uso de ozono ayuda al mantenimiento de niveles neutros de PH, reduciendo el uso de estas sustancias. Asimismo, el uso del ozono impide la formación de electricidad estática, eliminando la necesidad de utilizar estos productos. Además, la cantidad de agua para aclarar los detergentes es reducida al igual que la necesidad de los servicios de aguas residuales. El uso de ozono no daña tanto la ropa y aumenta la vida útil de las lavadoras mediante la reducción en el uso de productos químicos dañinos.

Alto desinfectante: se trata de un biocida que puede neutralizar los olores, matar virus y eliminar bacterias con una efectividad de hasta un 99% cuando se usa en lavanderías.

Pasos más eficientes: su uso minimiza los ciclos de aclarado, a la vez que reduce el tiempo de secado ya que el ozono abre las fibras de la tela permitiendo una mayor extracción del agua.

Protección medio ambiente: mejora la calidad del agua de entrada en los servicios de tratamientos de aguas residuales, las cuales cuentan con una menor cantidad de patógenos en las aguas residuales, un PH más neutro, menor cantidad de residuos químicos, reducción de la cantidad de agua y energía consumida..., todo ello contribuye a un desarrollo más sostenible.

Se trata de un sistema que inyecta y disuelve el ozono dentro del agua antes de llegar a las lavadoras. Al ser un oxidante natural, trabaja como un sustituto del lavado a base de cloro y agua caliente. Dado su alto potencial de oxidación, el ozono ha probado ser altamente eficiente al mineralizar las partículas de suciedad, tales como grasa, aceites, bacterias y compuestos olorosos, presentes en la mayoría de las cargas de la lavandería industrial.



Foto: Electrolux

“El establecimiento hotelero necesita ofrecer el máximo confort a sus clientes sin perder de vista la cuenta de resultados ni su compromiso con un uso responsable de los recursos...”

para mantelerías con manchas, por ejemplo, como realizar lavados delicados de ropa de clientes”, especifica Juan Ruiz, de Girbau.

Cualquier avance tecnológico es positivo para los hoteles si les permite reducir costes o aumentar la calidad final de la ropa. El establecimiento hotelero necesita ofrecer el máximo confort a sus clientes sin perder de vista la cuenta de resultados ni su compromiso con un uso responsable de los recursos. Por tanto, todos los avances en eficiencia impactarán directamente en la imagen del hotel y en su rentabilidad.

Acuerdos comerciales

En estos momentos, existen dos tendencias en el ámbito de la lavandería dentro del sector de la hostelería; bien dirigirse a la autogestión de la lavandería, interna dentro del propio establecimiento, o bien contar con los servicios de una lavandería próxima al negocio, para poder controlar así la calidad y poder contar con la disponibilidad de stock. En este sentido, los establecimientos hoteleros establecen, en ocasiones, diversos acuerdos comerciales con las empresas para el suministro de la maquinaria o de la ropa necesaria. “El acuerdo comercial habitual es el de la compra del equipamiento. La innovación en las máquinas y su alta eficiencia han convertido cada producto en una

Foto: Santos Grupo



propuesta rápidamente amortizable en una lavandería que funcione a buen rendimiento. Es por eso que la compra suele ser la opción mayoritaria, y más al contar con una baja necesidad de mantenimiento y un servicio de atención posventa cercano”, analiza Juan Ruiz.

Del mismo modo, Andrés Clarós indica que la solución más habitual es la compra de equipos ya sea directa o mediante financiación. “Es cierto que poco a poco van aumentando los casos de alquiler completo, es decir, un coste mensual fijo o tarifa plana, en el que se incluyen todos los posibles costes de la lavandería, permitiendo planificar presupuestos de una forma muy precisa”. “En su mayoría es venta, aunque en los hoteles que tienen mucha estacionalidad es frecuente el renting del equipo para la temporada requerida, por ejemplo hoteles, de costa u hoteles donde se realizan deportes de invierno”, determina Verónica Molina.

De esta manera, “si el establecimiento cuenta con lavandería interna el principal



Foto: Giraubau

acuerdo comercial es la compra de los equipo. En caso de tener externalizado el servicio será un renting de ropa”, expone Emilio Holzer (Boaya). En este sentido, desde Ilunion indican que actualmente el 90% de las cadenas hoteleras subcontratan el servicio de lavandería.

En relación a esto, la elección entre lavandería interna o externa, “es una cuestión complicada, que depende de cada caso. Por costes y a largo plazo la opción más lógica es la compra; en ciudades o si hay poco espacio

es más habitual recurrir a un servicio externo, y para gestiones temporales o presupuestos anuales que no permiten desviaciones, alquilar puede resultar la mejor alternativa”, define Alliance Laundry Systems. Por ejemplo, desde Giraubau aseguran que si se tiene una lavandería externa cercana que les ofrece un buen servicio, una buena calidad de acabado, cumple con las entregas, la externalización es una buena opción.

Sin embargo, “si alguna de estas variables no se cumple, entonces lo mejor es



Revistas Profesionales Información de Calidad

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 —



Hostelpro @R_hostelpro

www.twitter.com/R_hostelpro

protiendas

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 —





Foto: Alliance Laundry Systems Spain



Foto: Electrolux

disponer de una lavandería propia dentro del hotel. Permite un mayor control de la ropa y facilita su disponibilidad cuando hace falta, algo que se complica cuando la ropa debe salir del establecimiento hotelero y puede no recibirse dentro de los plazos esperados. Además, también se realiza un mejor seguimiento del proceso y de sus acabados, pudiendo corregir cualquier error con mayor brevedad”, continúa Juan Ruiz. “Si el hotel quiere tener una limpieza personalizada de su ropa, quiere que su ropa dure más, no tener pérdidas de prendas, etc., en este caso lo más rentable es comprar la maquinaria”, concreta Andreu Arrom. De

Foto: Magarpa

esta manera, desde Boaya, aseguran que está demostrado que un hotel que tiene la lavandería interna es más rentable, ya que, controla mejor sus procesos y puede darle mayor durabilidad a su ropa.

Pero en la actualidad, todavía son mayoría los establecimientos que, por su capacidad o por simple rentabilidad, contratan un servicio exterior para el trabajo de la ropa. Por ejemplo, “para los hoteles de verano (de temporada) de tres estrellas el servicio suele ser externo. Para aquellos que miden el grado de ocupación del hotel, alquilar la maquinaria puede ser una buena solución ya que lo realizan en función de las necesidades

del momento”, exponen desde Electrolux Professional. Así pues, desde Ilunion consideran que “la externalización es la opción más interesante, tanto desde el punto de vista estratégico, como de ahorro de costes, gestión de inversiones o incluso ahorro de espacio.

El mantenimiento

Cada vez nos encontramos más clientes que demandan un servicio de mantenimiento, “ya sea preventivo o integral, que les permita no tener que estar pendientes de reparaciones y revisiones de mantenimiento de los equipos. Requieren un servicio completo que incluya hasta los

Foto: Boaya



“Está demostrado que un hotel que tiene la lavandería interna es más rentable, ya que, controla mejor sus procesos y puede darle mayor durabilidad a su ropa...”

recambios, de forma que, por una cuota fija al mes, tendrán solucionados todos los problemas técnicos de los equipos sin ningún sobrecoste, incluso aunque fuera necesario sustituir una máquina”, expone Andrés Clarós, de Alliance Laundry Systems.

De igual manera, Verónica Molina, de Electrolux Professional, asegura que siempre ofrecen el contrato de mantenimiento preventivo, pero en su mayoría los clientes prefieren los contratos correctivos. “En nuestra opinión el mantenimiento preventivo asegura al cliente el perfecto funcionamiento de la maquinaria, por lo tanto un alargamiento de la vida útil, ahorros continuos; evitando minimizar los costes por el tiempo de parada de máquina y no realización del servicio en consecuencia”. Y, Juan Ruiz, de Girbau, indica que para ellos, el servicio de atención técnica posventa no es un servicio del que extraer rédito económico sino una prestación que ofrecen y que debe ser esporádica, pero que cuando sea necesaria se debe realizar con la mayor rapidez y profesionalidad posible,



Foto: Electrolux

“algo que logramos con una amplia red de técnicos especializados presentes en todo el mundo y con contratos de mantenimiento específicos para cada cliente. Una máquina parada o que no funciona de manera óptima hace perder dinero al empresario”.

Las cadenas solicitan

El precio y las exigencias de calidad, son dos cuestiones presentes en las demandas de las cadenas hoteleras, “de tal manera que las propuestas de los fabricantes se adaptan a ellas

mediante soluciones de lavandería muy eficientes y rápidamente amortizables con maquinaria robusta y de una calidad más que demostrada, reforzada en todo momento con una atención cercana y un servicio técnico rápido y eficaz”, informan desde Girbau. Y, añaden que sobre todo, las cadenas hoteleras desean por encima de todo que la calidad del lavado sea la adecuada para plasmar en cada pieza de ropa (de cama, mantelería, toallas...) la calidad de su establecimiento.

Con esa premisa incuestionable, las cadenas esperan equipar sus lavanderías

Foto: Alliance Laundry Systems Spain



Foto: Electrolux





Foto: Santos Grupo



Foto: Electrolux

con las propuestas más competitivas que encuentran en el mercado y ahí entra en juego la capacidad de cada marca para garantizar la calidad deseada por el hotel e incorporar a su servicio el valor añadido que convenza al cliente.

Foto: Magarpa



De esta manera, uno de los factores más importante suele ser el precio. “Tras unos años en los que en el sector hotelero había menor capacidad de inversión, durante los cuales se vendieron muchas máquinas de baja calidad, ahora volvemos a ver cómo se prefiere hacer una inversión ligeramente superior para tener un producto de mejor calidad y mayor durabilidad, que a largo plazo es mucho más económico”, precisa Andrés Clarós. Igualmente, Juan Ruiz indica que el precio es a menudo un elemento distorsionador, “puesto que más allá del aspecto económico en la compra también debe plantearse el ahorro que supone la compra de una máquina más eficiente si ésta nos permite reducir mensualmente el gasto de agua, luz, gas, productos químicos y mantenimiento”.

El precio es la variable más influyente para el empresario o inversor. Por ello, desde Electrolux Professional se hace un estudio previo a la adquisición de la maquinaria, “por lo que el cliente puede

saber el gasto de la inversión y el tiempo real de recuperación y obtención de beneficios en el tiempo de vida útil de su lavandería”.

No obstante, como se ha indicado, lógicamente el precio es un factor determinante, “pero en los tiempos actuales donde los precios por estancia se incrementan y también la exigencia del huésped, pesan otros criterios además del precio, como la calidad del servicio prestado”, indican desde Ilunion.

En este sentido, tener una lavandería propia permite procesar la ropa a un menor coste pero con un grado de calidad muy elevado. “Cada hotel tiene un tipo de ropa y teniendo una lavandería propia en sus instalaciones le permite tener unos procesos adecuados a cada tipo de prenda”, determinan desde Onnera Laundry Barcelona. Por el contrario, añade que los operadores externos realizan procesos estándar, es decir, toda la ropa de los diferentes



Foto: Girbau



Foto: Fagor

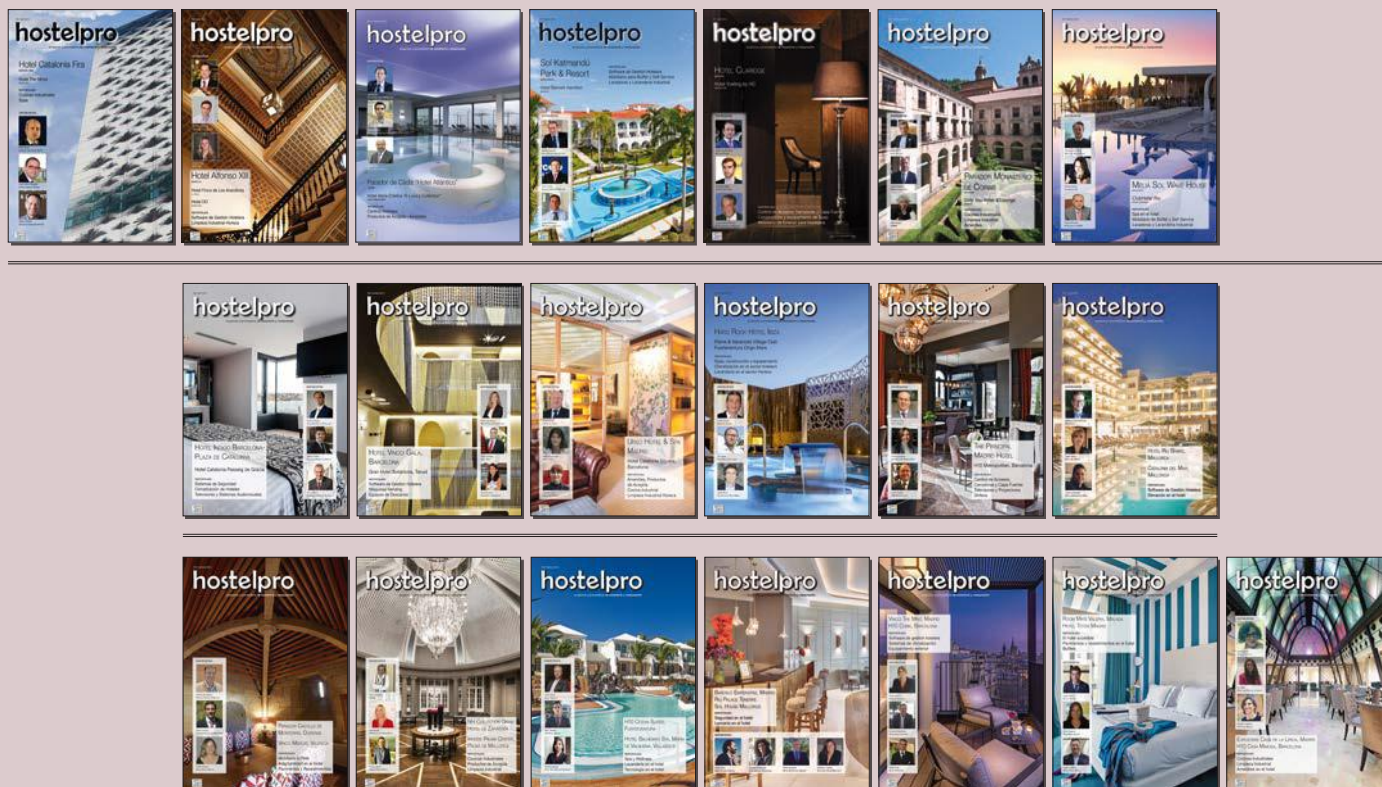
hoteles se procesa del mismo modo lo que provoca una menor duración de las prendas y un acabado inadecuado.

Por esta razón, en ocasiones, "la satisfacción de las cadenas hoteleras con los operadores externos es variada según la experiencia que hayan tenido con cada uno de ellos. Más allá de una buena valoración está el saber dar respuesta a las necesidades que tiene un

"El precio y las exigencias de calidad, son dos cuestiones presentes en las demandas de las cadenas hoteleras, de tal manera que las propuestas de los fabricantes se adaptan a ellas..."

hotel en cada momento, especialmente en los momentos de mayor urgencia", especifica Juan Ruiz. "Respecto al grado

de satisfacción con los operadores es aceptable, con la externalización pierdes el control sobre el servicio, también es cierto que hay un departamento menos del que ocuparte. En función del hotel, tipología de cliente, número de habitaciones, puede ser recomendable una opción u otra, existen diferentes variables en el planteamiento inicial de la toma de decisiones", concluye Verónica Molina.



V I S I T A :

WWW.REVISTAHOSTELPRO.COM

PROYECTO HOTELERO

Axel Hotel Madrid

LA RESURRECCIÓN DE LA MOVIDA



Axel Hotel Madrid está ubicado en el número 49 de la calle Atocha, situado en el popular Barrio de las Letras, y rodeado de las calles más emblemáticas de la ciudad, en un enclave bohemio que combina diversión, compras y buena gastronomía. Concebido para el público gay, pero abierto a todo el mundo, se trata del primer hotel de Madrid dirigido al colectivo LGTBI, inspirado en la Movida, que aspira a convertirse en un punto de encuentro entre la comunidad local y los visitantes.



Foto: Axel Hotel Madrid



Foto: Axel Hotel Madrid

Ubicado en el emblemático Barrio de las Letras, en pleno corazón de Madrid y rodeado de las calles más emblemáticas de la ciudad, donde se combina la diversión, compras y buena gastronomía, se alza un hotel de sofisticación y diseño impecable, mezcla de elegancia y picardía.

Este nuevo emplazamiento ha sido diseñado en un antiguo edificio del siglo XIX que, en su momento, ya alojó durante los años 30 un local de variedades muy conocido por el público gay, donde era habitual poder ver actuaciones de Blanka Suárez o Miguel de Molina. Es en la actualidad, y tras más de 80 años después, cuando el Axel Hotel Madrid convierte de nuevo la calle Atocha número 49 en un referente del público LGTBI.

Este espacio ha sido reconvertido por la cadena hotelera Axel Hotels, la cual ya tiene presencia en Ibiza, Maspalomas, Barcelona y Berlín.

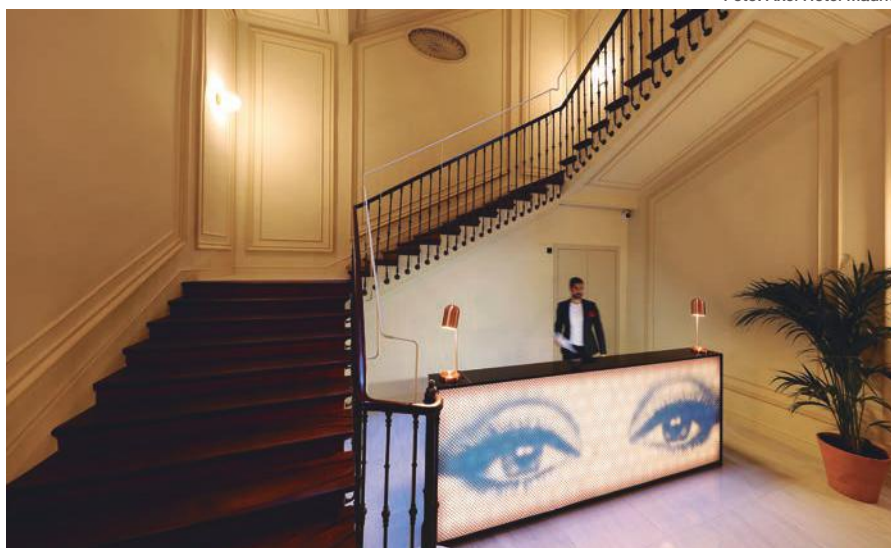
El establecimiento hotelero está formado por siete plantas en las que se da cobijo a 88 habitaciones, tres suites, un 'skybar' con piscina y un centro de bienestar. La planta noble del hotel es la más

emblemática de todo el edificio y la única que se ha mantenido original, lo que ha provocado llevar a cabo un minucioso trabajo de restaurado a mano, permitiendo mantener puertas, paredes y frescos en los techos. Es en este espacio donde se encuentran las tres suites y junior suites, con una decoración sofisticada, así como una sala polivalente utilizada como sala de lectura, relax, reuniones o incluso para pequeños eventos. Esta planta ha querido conservar el estilo tradicional del

edificio aportándole elegancia y un toque de lujo.

Todos estos espacios están decorados siguiendo la estética ochentera y de gran reclamo de la popular Movida madrileña. De esta manera, el establecimiento en su totalidad presenta guiños constantes a iconos como Almodóvar, Rosy de Palma o Nacha Pop. Así como a las grandes divas del panorama internacional Kate Perry, Britney Spears y Scissors Sisters.

Foto: Axel Hotel Madrid



La Cadena Axel Hotels, busca en el diseño de todos sus establecimientos crear espacios comunes que contribuyan a fortalecer una seña de identidad visual única para el cliente, pero siempre sin renunciar a la personalidad particular de cada hotel.

Por ello, los hoteles Axel cuentan con distintos espacios que aportan un estilo homogéneo a las zonas de ocio y crean una sensación de familiaridad para los huéspedes.

Así, y como ocurre en el resto de establecimientos, entre los espacios que destacan en el Axel Hotel Madrid, podemos encontrar:

Sky Bar: ubicado en la magnífica azotea del Axel Hotel Madrid se ha llevado a cabo un espacio pensado para disfrutar tanto de día como de noche. Esta zona se ha convertido en el punto de encuentro más trendy para disfrutar de las mejores copas en pleno centro de la capital madrileña, acompañado de la mejor música.



Foto: Axel Hotel Madrid

Las Chicas, Los Chicos y Los Maniqués: siendo la temática de decoración en todo el hotel la popular Movida Madrileña, cuyo espíritu motivó una escena cultural hambrienta de libertad y renovación identitaria, este espacio no podía obviar ese mismo apetito creativo, haciendo de él la mayor inspiración de esta

zona, donde el diseño y el discurso gastronómico desafiaban a la nostalgia y a lo inamovible.

Axel Wellness by Axel Hotel Madrid: se trata de un espacio pensado para el bienestar y la desconexión. Una vez alojados en el hotel, para empezar la



Sofás~cama para hotel

Más información:
91 647 07 50
info@senntar.com
www.senntar.com





Fotos: Axel Hotel Madrid

mañana uno puede ponerse en forma en el gimnasio con las máquinas de última generación de las que dispone, así como poder descansar en la sauna tras un proceso de entrenamiento. Para finalizar, se puede relajar con el tratamiento que más se amolde a nosotros en la cabina de masajes.

Bala Perdida Club: al igual que en las cuevas tradicionales que han cobijado a lo largo de muchos años el escenario para músicos, amantes del teatro y todo tipo de artistas, la libertad y creatividad que en ellos existían, han llegado hasta esta cueva urbana bajo el Axel Hotel Madrid, donde se puede disfrutar de cócteles, snaks y música, en horario de afterwork y nocturno.



Foto: Axel Hotel Madrid

Foto: Axel Hotel Madrid



En todos los hoteles de la cadena Axel el diseño juega un papel fundamental en todas sus instalaciones y espacios. En ellos apuestan por conjugar estilos para conseguir un resultado que impacte, que marque la diferencia visual sin renunciar al confort. De este modo, en este establecimiento se puede disfrutar de las tendencias más actuales unidas a uno de los movimientos más importantes de nuestro país.

Axel Hotels es la primera cadena de hoteles del mundo dirigida al colectivo LGBTI. Este establecimiento supone la entrada en el mercado hotelero madrileño de la compañía que está inmersa en



plena fase de expansión tras el éxito que tuvo con la apertura de Axel Hotel Barcelona, inaugurado en julio de 2003 y ampliado en 2010. Posteriormente se inició este proceso con la apertura de su segundo hotel en Barcelona, dos en Berlín, el AxelBeach Maspalomas en Gran Canaria, AxelBeach Ibiza en mayo de 2017 y la reciente apertura de este Axel Hotel Madrid.



Fotos: Axel Hotel Madrid

A pesar de ser una cadena dirigida al colectivo LGBTI, cuentan con una filosofía heterofriendly, de tal manera que todos estos establecimientos aun siendo concebidos, desarrollados y

pensados por y para el público gay, son espacios libres y cosmopolitas, donde cualquier persona sin perjuicio es bien recibida. Abiertos a todo el mundo.

SOLUCIONES PARA LA RECARGA DEL MÓVIL

Elige la solución que mejor se adapte a tu negocio.

Si tienes un local de restauración, hotel, organización de eventos o retail, con nuestros productos podrás mejorar la satisfacción de tus clientes ofreciéndoles la posibilidad de recargar el móvil de forma gratuita.

Conoce todos nuestros productos en nuestra web www.tecnoloop.es

TECNOLOOP
dando vida a tu móvil



**STAND
F5127**

Albert Olivé

CEO Axel Hotels



Foto: Albert Olivé. CEO Axel Hotels

Axel Hotels, la primera cadena dirigida al público LGBT, ha abierto su primer hotel en Madrid, ¿qué pasos se han seguido? ¿Por qué esa ubicación?

Llevábamos mucho tiempo queriendo abrir un hotel en la capital. Madrid es una ciudad viva, con una amplia oferta de ocio y abierta al mundo, además de haberse convertido en una de las ciudades LGBTI más populares del mundo. En los últimos años, Madrid ha evolucionado notablemente en este aspecto y, hoy en día, después de celebrarse el World Pride Madrid 2017, es uno de los destinos europeos más visitados por el público LGBTI.

La ubicación en la que se encuentra el hotel, Atocha 49 en el emblemático Barrio de Las Letras, se ha convertido en el nuevo punto de encuentro y de ocio de la ciudad.

¿Cuáles son las expectativas que se tienen, con respecto al hotel, a corto y medio plazo?

Las expectativas son altas, y la respuesta que estamos obteniendo del hotel sólo

cinco meses después de abrirse es muy positiva. Contamos con un alto índice de ocupación y con un grado de respuesta excepcional por parte de nuestros clientes, de hecho así lo corroboran los review en las plataformas de reputación online, lo cual nos empuja a superarnos cada día en servicio y control de calidad para seguir haciéndolo todavía mejor y sorprender día a día a todos nuestros huéspedes.

¿Hasta qué punto la orientación sexual condiciona la experiencia de un destino y de un hotel?

En nuestro caso, somos una cadena heterofriendly, lo cual significa que todo el mundo es bienvenido, sea cual sea la orientación sexual de nuestros clientes. No discriminamos a nadie y tan bienvenidos son dos hombres, dos mujeres, como un hombre y una mujer.

Evidentemente somos una cadena dirigida al público LGBTI, con lo cual ofrecemos un tipo de producto y servicios acordes a este segmento para que nuestros huéspedes se sientan cómodos. No obstante, la misma experiencia la puede vivir también el público heterosexual sin sentirse excluido y disfrutar igualmente de una estancia única en todos nuestros establecimientos.

¿En qué se traduce, a efectos prácticos, la idea de que Axel Hotels sea también una cadena heterofriendly? ¿Qué tiene que tener un local para ser atractivo al público gay al mismo tiempo que para el público heterosexual?

Foto: Axel Hotel Madrid





Fotos: Axel Hotel Madrid

Básicamente se traduce, por un lado, en aspectos como el servicio y la atención al cliente: es importante que todos los empleados del hotel cuenten con el conocimiento suficiente del público al que se dirigen para poder satisfacer sus necesidades, generar empatía, garantizar una excelente calidad de servicio y ofrecer una atención exclusiva. Estos aspectos hacen que tanto el segmento LGBTI como el público heterosexual se sienta satisfecho con el trato recibido.

Por otro lado, en todos nuestros hoteles intentamos potenciar al máximo el ambiente cosmopolita y generar espacios de ocio, con lo que los hoteles Axel se convierten en un punto de encuentro social donde nuestro público se siente como en casa y puede conocer gente, relajarse, divertirse, asistir a eventos, etc.

En definitiva, crear comunidad e identificación con la marca, y que tanto el público LGBTI como el cliente heterosexual disfruten de experiencias únicas durante su estancia.

En este sentido, ¿qué principales diferencias tiene Axel Hotel Madrid con sus competidores de la zona?

Básicamente lo que comentábamos en la pregunta anterior: Axel Hotel Madrid, del mismo modo que todos los hoteles Axel, es mucho más que un

hotel. Se trata de un espacio de ocio cosmopolita, un punto de encuentro de la comunidad LGBTI, con una serie de guiños diferenciados y enfocados a este tipo de público pero en los que todo el mundo es bienvenido, de modo que el público heterosexual puede sentirse igualmente integrado. Es un espacio dinámico, en constante movimiento, donde el cliente no viene únicamente a buscar el mero alojamiento, sino que espera conocer gente y socializar en su estancia, puesto que en cualquier Axel Hotel se promueven actividades, fiestas y eventos en los que los clientes internacionales alojados se mezclan constantemente con la comunidad local de la ciudad.

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

El diseño del primer Axel Hotel en la capital, así como de su restaurante, se ha confiado a Equipo Creativo. El estudio ha tenido el reto de convertir este edificio de finales del siglo XIX y principios del XX en el nuevo alojamiento basándose en las corrientes estéticas de los años 70 y 80 a nivel nacional e internacional, sin renunciar a la modernidad y la esencia característica del grupo Axel.

¿Qué principales espacios son los más destacados en el Axel Hotel Madrid?

Los espacios del hotel son perfectos para disfrutar del ambiente más urbano de la ciudad en cualquier momento del día.

El Sky Bar destaca por sus espectaculares vistas en una azotea abierta tanto de día, para disfrutar del sol y la piscina, como de noche. Además, su espacio de Wellness,

Foto: Axel Hotel Madrid





Fotos: Axel Hotel Madrid

situado en la misma azotea se convierte en un espacio perfecto para relajarse en el jacuzzi, la piscina, el gimnasio, Hamman o la cabina de masajes. La mejor forma de recargar energía para disfrutar de la noche madrileña.

La planta noble del hotel es la más emblemática de todo el edificio y es la única que se ha mantenido original, conllevando un minucioso trabajo de restaurado a mano, que ha permitido mantener puertas, paredes y frescos en los techos. En ésta se encuentran las suites y junior suites que cuentan con una decoración sofisticada y exquisita, así como una amplia sala polivalente utilizada como sala de lectura, relax, reuniones o incluso pequeños eventos. Una planta que ha querido mantener el estilo tradicional del edificio aportándole elegancia y un toque de lujo.

Una de las grandes novedades del hotel es su restaurante Las chicas, los chicos y los maniquís, que supone la llegada del barcelonés Grup Iglesias a la capital y su primera colaboración con Axel Hotels. La movida madrileña es la influencia protagonista del diseño y del discurso gastronómico, que incluye tapas y platillos tradicionales con un nuevo enfoque y servidos en atrevidas presentaciones. Axel Hotel Madrid, también sorprende con un nuevo

concepto de bar subterráneo, el Bala Perdida, situado la planta baja del hotel, una cueva urbana donde encontrar cócteles, snacks y música para disfrutar en horario afterwork y nocturno, un espacio en el que se unen libertad y creatividad.

Tras su apertura podría indicarnos, ¿qué principales magnitudes tiene? (superficie, número de habitaciones, empleados, ocupación, servicios...)

El nuevo alojamiento dispone de 88 habitaciones y 7 plantas, y mantiene la misma esencia de estilo, diseño y confort de los hoteles de la cadena.



El hotel cuenta con 40 empleados en plantilla, además de un servicio externo de Housekeeping.

Tras Madrid, ¿qué vendrá?

Por el momento estamos inmersos trabajando en varios proyectos nacionales e internacionales de los cuales no podemos desvelar nada todavía, pero que esperamos verán la luz muy pronto, algunos incluso durante este 2018.

Nuestro plan de expansión actual persigue hacer crecer el portfolio actual de la cadena y trasladar la filosofía a las principales ciudades y destinos LGTBI del mundo.

Foto: Axel Hotel Madrid



Acabado. Perfecto.



LS 990 – El clásico entre los interruptores.



Foto: García de Pou

Elaboración y presentación del alimento

Sorprender y divertir

Las nuevas gastronomías existentes unido a los cambios de mentalidad de los comensales, han hecho que los procesos de elaboración y preparación de los alimentos hayan sufrido cambios importantes, que han afectado al equipamiento utilizado. Además, aparte de llevar a cabo una correcta elaboración de los platos, es esencial elegir correctamente por parte de la dirección, los elementos con los que se presentarán, vistiendo esos platos de elegancia y sofisticación. No obstante, no se deben olvidar que estos elementos deben ser funcionales para la comodidad del usuario. Son piezas fundamentales de la imagen que se transmite al comensal, con su correcta elección se logrará diferenciarse para conseguir una mesa y un espacio elegante y personal.

En la actualidad, la cocina está teniendo un gran desarrollo en nuestra sociedad, saltando a la palestra gracias a programas de televisión donde es su principal temática. Por ello, cada vez es más habitual contar con maquinaria más eficiente y desarrollada que hace que la elaboración de los distintos platos, que ofrece un restaurante, sea más sorprendente.

Por otro lado, aparte de contar con los elementos adecuados para la preparación de tan variadas y originales creaciones gastronómicas que llevan a cabo los chefs, los profesionales de hostelería necesitan presentar una mesa a los usuarios que resalte la calidad de los platos que dispensan y del servicio que ofrecen. De este modo, ha sido en el menaje de las mesas donde han encontrado el perfecto aliado para conseguirlo.

Estos elementos son piezas que vestirán el comedor y que a lo largo de los

años han ido convirtiéndose en parte importante de la imagen que se quiere transmitir al comensal. Asimismo, con el paso de los años el servicio de mesa se ha convertido en más dinámico, por lo que se han desarrollado combinaciones de distintas piezas y colecciones para que resulten montajes especiales, en equilibrio con el concepto estético, arquitectónico y de marca que corresponde a cada establecimiento. De esta manera, entre los elementos esenciales que se utilizan en una mesa podemos encontrar la vajilla, cubertería y cristalería, además de toda la lencería, tales como manteles y servilletas. Son elementos indispensables para que los huéspedes puedan degustar los diversos alimentos en todo su esplendor y, al mismo tiempo, brindan la posibilidad de ofrecer una adecuada presentación a la hora de servir los platos.

Por esta razón, tanto en un establecimiento hotelero como en un restaurante, cafetería o cóctel bar, es fundamental escoger correctamente los elementos que vestirán nuestros espacios y mesas acorde con la decoración y estilo del hotel. Se puede decir que el menaje va de la mano con la decoración, el interiorismo y la moda. No obstante, estos deben ser funcionales para la comodidad de los usuarios.

Así pues, los fabricantes de vajilla, cubertería y cristalería tienen en sus manos la tarea de seleccionar el producto y asesorar al establecimiento sobre las mejores opciones para su negocio teniendo en cuenta imagen además de servicio. En resumen, con la correcta elección de ellos, conseguiremos lograr la diferencia para exhibir una mesa elegante y personal.

Nuevas modas culinarias

Cada temporada surgen nuevas tendencias en lo que a gastronomía se refiere. En ocasiones algunas suelen perdurar en el tiempo, sin embargo hay otras que son más efímeras y se sustituyen por otras nuevas modas que llegan rápidamente, mejorando la tendencia ya existente. “La globalización y la tecnología han cambiado profundamente la forma en que consumimos. La globalización ha hecho que la oferta disponible de productos y servicios sea muy amplia y variada, y la tecnología ha cambiado



Foto: Rational

las relaciones entre proveedores, intermediarios y clientes”, analiza Alba Serentill, Responsable de Marketing Distform.

Además, de un tiempo a esta parte, la cocina se ha puesto de moda. Por esta razón, “los establecimientos elaboran platos muy innovadores que requieren de equipos más potentes y con mucha capacidad para poder responder a establecimientos de gran tamaño que cuentan con muchos servicios. Influye en todos los procesos dentro de una cocina,

como por ejemplo en la cocción, donde son necesarios grandes módulos de cocina, como en el de lavado, donde el uso de potentes túneles de arrastre son imprescindibles para agilizar los servicios”, describen desde el Departamento de Comunicación de Eurofred.

Del mismo modo, José Luis Carranza, Gerente de Carranza Hostelería, indica que la cocina se encuentra en pleno auge, se ha globalizado e internacionalizado, creando en restaurantes españoles recetas Peruanas, Japonesas, Hindúes,

Foto: ARC Distribución Ibérica



TENDENCIAS GASTRONÓMICAS

La creatividad de los chefs, unido a las nuevas formas de cocción, la globalización, las nuevas formas de alimentarse, el desarrollo sostenible..., han desarrollado nuevas tendencias gastronómicas como la cocina molecular, 'food truck', 'slow food' o cocina fusión...

Food Truck: se tratan de los típicos camiones ambulantes de restauración, que ya tienen una larga trayectoria. Esta moda procede de Nueva York, y es un concepto de restauración rápida y de calidad. Dentro de estos espacios que se van desplazando por la ciudad, unos cocineros proponen ciertos platos que dan protagonismo al producto y, al mismo tiempo, respondiendo a las expectativas del público que cuenta con menos tiempo para las comidas.

Slow Food: nace para hacer frente a la creciente moda del fast food. Esta tendencia nació en Italia a mediados de los años 80, como idea de poner en auge la cocina tradicional, con sabores puros y oponerse a la comida rápida y prefabricada. Con ella se pretende recuperar los hábitos alimenticios saludables, volver al gusto por la comida más sana y natural. Sus bases nutricionales se encuentran en la dieta mediterránea, pero con ligeras adaptaciones.

Cocina Fusión: se trata de un concepto usado para definir la mezcla de condimentos o ingredientes representativos de varias zonas de un mismo país o de diferentes países o culturas entre sí, así como diversos modos de preparar y presentar los alimentos. La clave de esta cocina es sorprender al comensal.

Cocina molecular: incluyendo ya la ciencia dentro de la cocina aparece esta nueva técnica donde se combina la física y la química para transformar los sabores y texturas de los alimentos. La gastronomía molecular busca investigar y explicar las razones detrás de la transformación química de los ingredientes, así como los componentes sociales, artísticos y técnicos de los fenómenos culinarios y gastronómicos.

Tendencia Veggie, raw-food y eco gastronomía: veggie es un término amplio en el que se encuentran las personas que deciden prescindir del consumo de productos animales. Se trata de un camino que cada vez más gente está siguiendo, y al que han llegado sobre todo, por el movimiento de las redes sociales. Las recetas veggies combinan, de manera sabrosa y colorida, distintos ingredientes para llegar al comensal. Mientras, la raw food, o comida cruda, es la alimentación a base de frutas, verduras, hortalizas, algas, nueces, semillas..., apostando por el consumo de alimentos en su estado natural. De aquí, surge la eco-gastronomía, mediante la que se busca elegir los ingredientes de los platos de tal manera que prevalezca la conservación del entorno y el respeto por el medio ambiente.

nutricional y organoléptico), además de crear el clima de cocción ideal para la cocina 'sousvide', concreta Pablo Martínez. Del mismo modo, José Luis Carranza, continúa exponiendo que dado que "la cocina sana está en auge, se han creado diferentes formas de elaborar una misma receta pero de forma más saludable, es un hecho que ya podemos ver en las cocinas domésticas y es un ejemplo el poder controlar los aditivos al igual que realizarlo al gusto de cada comensal".

En este sentido, Pablo Torres, National Corporate Chef de Rational Ibérica, asegura que las nuevas tecnologías nos permiten cocinar de una manera más saludable, al vapor, casi sin grasas, con puntos exactos de cocción, siguiendo la tendencia de una comida más sana y natural, que precisa la última tecnología en cocción sin artificio, utilizando únicamente aire caliente y vapor.

Por otro lado, en lo que a estos utensilios de cocina se refiere, "gracias a los avances tecnológicos y la evolución hacia dispositivos conectado o inteligentes, hoy en día un cocinero puede crear una receta mientras está en el autobús y enviarla directamente al horno de su cocina mediante su móvil", detalla Alba Serentill.

El futuro de la cocina hotelera

Según nos describe José Luis Carranza (Carranza Hostelería), desde la crisis ha existido un cambio en la forma de comer en los locales de restauración, ha pasado una gran mayoría de clientes de pedir dos platos por comensal y postre, a pedir una variedad de platos, todos para compartir, "eso hace que la cocina

Americanas o de cualquier lugar del mundo, hecho que nos hace necesitar utensilios diferentes para cada tipo de cocina y preparación. En este sentido, Pablo Martínez, Chef Corporativo de Repagas, asegura que "otro cambio destacable podría ser que el consumidor está cada vez más abierto a las 'cocinas del mundo', por ejemplo la asiática: no es raro observar cómo restaurantes gastronómicos (no estrictamente asiáticos) demandan la instalación de cocinas y quemadores para wok".

Asimismo, se ha ido generando un cambio en los hábitos de consumo hacia una tendencia por una alimentación más saludable, "por lo que se han desarrollado

más las funciones de vapor de los hornos combinados que permiten cocciones 'respetuosas' con el alimento (a nivel



Foto: Carranza Hostelería

Phedra Evo

HOTELES
DESAYUNOS
BUFETS
AUTOSERVICIOS
CATERING
COFFEE CORNERS....

**Hasta 18 tipos de café
y bebidas calientes
diferentes**

café espresso
cortado
café con leche
cappuccino
café latte
chocolate
descafeinado, etc.

*con café en grano
y leche fresca!*



HOSTELCO
THE HOTEL & RESTAURANT TRADE SHOW

16 - 19 Abril

Reserve la fecha, le esperamos en:

Pabellón 7 · Stand C 444

Fira de Barcelona Gran Vía

“La conectividad en el equipamiento de cocina es ya una realidad que nos permite un control total en los procesos y nos garantiza un estándar en la calidad...”

debe estar mejor preparada para realizar más y diferentes platos en menos tiempo, incluso los menús de bajo precio amplían su oferta para seleccionar más cantidad de primeros y segundos, los catering tienen que servir una cantidad enorme de platos al mismo tiempo y todos en su punto y como si estuvieran en el mejor restaurante, esto hace que una buena distribución y elección de los aparatos necesarios sea el éxito de cualquier negocio de este gremio”.

En este mismo sentido, las nuevas tecnologías, los cambios en los hábitos de consumo, más saludables cada día, ha hecho que el futuro de la hostelería tenga que ir adaptándose a distintas situaciones.

Así pues en lo que se refiere a ciencia y tecnología, la cocina ha evolucionado hasta el punto de pensar más en disciplinas científicas que en el simple hecho de alimentarnos. “Cada vez es más común en cocina hablar de esterificaciones, espumas, aires, cocción a vacío o a baja temperatura, comida impresa en 3D, etc.”, analiza Alba Serentill (Distform). Por ejemplo, y gracias a la mecánica cuántica, una rama de la física, podemos tener más conocimiento de los alimentos para desarrollar sabores, olores y mejorar los nutrientes, obteniendo



Foto: Distform

productos individualizados y quizás acercarnos más a cambiar nuestro concepto de alimentarnos para nutrirnos hacia el concepto de alimentarnos para evitar enfermedades. “Las investigaciones científicas nos acercan a otra cultura en la alimentación”, asegura.

Por otro lado, “la conectividad en el equipamiento de cocina es ya una realidad que nos permite un control total en los procesos y nos garantiza un estándar en la calidad”, especifica Pablo Torres, de Rational Ibérica. Por ejemplo, hay equipamientos que nos informan en tiempo real, de qué se está elaborando en cada equipo, “nos permite cargar recetas de forma remota y controlar nuestros APPCC sin movernos de la silla. Simplifica la operatividad y nos garantiza siempre el mismo resultado”.

Mientras tanto en lo que a procesos de cocción se refieren, actualmente el mundo de la cocina ha alcanzado un pico técnico y tecnológico muy alto. “Una de las tendencias más observadas últimamente es la combinación de procesos de cocción a baja temperatura y vacío, con procesos tradicionales de brasa, parrilla o ahumado. Paralelamente a esto, la industria de la V gama cada vez está logrando productos más atractivos, complejos y competitivos”, precisa Pablo Martínez (Repagas). Del mismo modo, en todo este tipo de actividades, el producto fresco y de cercanía es el denominador común actual. “La conservación del mismo en equipos de refrigeración y cámaras frigoríficas es esencial para preservar la calidad y las propiedades en perfecto estado durante más tiempo”, destacan desde Eurofred.

Foto: Repagas



Y, otro punto interesante que está cambiando el modo de cocinar en un establecimiento, son las cocinas abiertas. Se trata de una de las tendencias que más ha revolucionado el diseño de las cocinas industriales. La cocina abierta o vista, impulsada por un deseo de transparencia por parte de los hosteleros, está obligando a las empresas que realizan proyectos integrales a que sus cocinas no solo sean funcionales, sino que también tengan una estética cuidada. En este aspecto, cada vez se realizan menos elaboraciones a espaldas del cliente, la cocina está dejando de estar oculta en el último rincón del establecimiento.



Descubra VarioCookingCenter®,
visítenos en HIP (Pab. 3 Stand D120)
y HOSTELCO (Pab. 8 Stand C311)

VarioCookingCenter®

De 0 a 200 °C en menos de 2,5 minutos.

Solo el sistema de calentamiento patentado VarioBoost® asegura mayor velocidad y una distribución más homogénea del calor acompañada de un control preciso de la temperatura. Su ventaja: permite alcanzar el resultado deseado hasta 4 veces más rápido con un 40 % menos de consumo de electricidad*.

VarioCookingCenter®
Cocer. Sellar. Freír.
Todo en un único equipo.

Venga a conocerlo en directo:
rational-online.com



* en comparación con sartenes basculantes y marmitas convencionales



Foto: García de Pou

El Show Cooking

Se trata de una modalidad de cocina que consiste en preparar o hacer las recetas frente a los usuarios, de tal manera que, al mismo tiempo, puedan disfrutar de platos recién hechos y conocer cómo es su proceso de elaboración. Actualmente, este término define las demostraciones de cocina en vivo o cocina en directo, donde los cocineros pueden demostrar sus habilidades de una forma clara y directa, mostrando nuevas técnicas, o productos que quieran promocionar. “El show cooking es la elaboración de los alimentos a la vista del cliente, creando un espectáculo atractivo. Vivimos en una cultura visual y la cocina no es ajena a esta tendencia. Los clientes de los establecimientos de hostelería no quieren abrir un paquete como en el supermercado, quieren una elaboración hecha al momento”, describe Pablo Torres, de Rational Ibérica. Consiste básicamente en cocinar delante del cliente haciéndolo partícipe de la elaboración. “Aunque desde hace muchos años está presente en los bufets de los hoteles, tal vez el aspecto experiencial de este servicio, junto con el auge de los shows televisivos de cocina, estén detrás del repunte en la revalorización por parte del cliente. Por otro lado, el hecho de ver cómo se está realizando el plato que se va a degustar genera confianza y tiene una connotación lúdica importante”, añade Pablo Martínez, de Repagas.

En estos momentos, está teniendo bastante auge ya que, hoy en día, “los comensales quieren saber qué están comiendo y cómo lo han elaborado.

Queremos saber toda la información de lo que estamos comiendo”, detallan desde Lacor. Y, cada vez hay más interés en saber cómo se cocinan los platos y en consumirlos recién hechos. “El show cooking es la unión perfecta entre espectáculo y cocina, invita al comensal a ver el proceso de elaboración de platos y no solamente en la presentación final. Dentro del Concurso del Cocinero del Año, organizamos show cookings con grandes chefs como Jordi Cruz, Pepe Rodríguez y Carlos Maldonado”, concretan desde Eurofred.

Del mismo modo, José Luis Carranza, de Carranza Hostelería, asegura que el show cooking es una modalidad de cocina que consiste en la preparación de platos en el comedor y delante de los comensales que permite adaptar cada plato al comensal, el punto, aderezos, puntos de cocción, salsas, etc., esto se hace tanto en los desayunos, como pueden ser, por ejemplo, las tortillas rellenas, como en los almuerzos o cenas, con carnes y pescados, siendo estos últimos más utilizados en los bufets de los hoteles vacacionales.

Así, podríamos indicar que los restaurantes que apuestan por este tipo de cocina generan mayor confianza en los clientes. Ya que de esta manera, pueden garantizar que las materias primas utilizadas son de calidad y la limpieza de las instalaciones. Así, entre sus principales ventajas se encuentran:

Economía: está comprobado que trabajando con productos de calidad recién hechos, se aumenta el consumo

de los mismos. Además, sólo se cocina lo que se consume, de tal manera que se elimina el exceso de comida elaborada.

Satisfacción del cliente: el cliente puede estar seguro de que los productos que va a consumir se realizan en el momento, no están preparados desde hace horas, de tal manera que aumenta su satisfacción. Asimismo, tiene contacto con el cocinero y puede pedir que las cosas se hagan a su gusto. Con esto se puede personalizar más, no se trata con una generalidad.

Profesionalidad y comportamiento: el trabajador, al estar en contacto con el cliente, tiene que aprender, a saber estar delante del cliente, tiene que cambiar sus modales y formas de trabajar de una forma más correctamente higiénica, eliminando, por consiguiente, todos los vicios, malas costumbres, etc., que se hayan podido ir adquiriendo hasta el momento.

Equipamiento más solicitado

Y, este cambio de mentalidad también ha influido en los utensilios que se vayan a utilizar. “Hoy estamos ante una generación de chefs con amplios conocimientos en procesos de cocción innovadores y en un entorno digital totalmente conectado, lo que les convierte en demandantes de productos con altas prestaciones y que aporten excelencia a sus platos”, especifica Alba Serentill.

Foto: Lacor



Por ello, los equipamientos más eficaces son los más versátiles y aquellos que además de la eficiencia cuidan también la estética, siguiendo las tendencias del mercado. “Los fabricantes de equipamiento tienen en cuenta estos factores en el desarrollo de nuevos productos y servicios, siempre pensando en hacer la vida más fácil al usuario de una cocina profesional”, define Pablo Torres.

En este sentido, existe una variedad muy amplia, “depende del tipo de establecimiento, sin embargo hoy día, los aparatos de incorporación en los últimos años y que se hacen ya imprescindibles en una cocina profesional, son los hornos mixtos de convección y vapor, los abatidores de temperatura y las envasadoras al vacío, sin ellos no se consigue en muchos platos la calidad que un buen comensal exige”, considera José Luis Carranza.

No obstante, dentro de estas variadas tendencias, existen nuevos equipamientos que están siendo utilizadas en los nuevos modelos de cocina:

Maquinaria ‘tradicional’: una tendencia muy observada que, paradójicamente, está despuntando entre este panorama tecnológico, “es el horno de brasas, cada vez más solicitado, al igual que los hornos combinados en formato compacto”, indica Pablo Martínez. Del mismo modo, desde Distform aseguran que uno de los

Foto: Rational



aparatos más utilizados y con más valor tecnológico en una cocina es el horno mixto, presente en todas las cocinas hoy en día. “Es un aparato versátil que permite cocinar en diferentes y múltiples modalidades”. Cocinar es transmitir calor en general, por tanto, “aquellos equipos que resultan más eficaces para esta función serán los más utilizados. Lo más recomendable serían equipos multifunción. Estos nos permiten hacer frituras, plancha, asar, cocer en el mínimo espacio”, concretan desde Rational Ibérica. “La maquinaria más demandada en los establecimientos hoteleros sin duda alguna son los hornos combinados, las cocinas a gas de la gama 900 (generalmente a partir de cuatro fuegos), los fry tops y por supuesto, los abatidores de temperatura”, determina Pablo Martínez.

Maquinaria baja temperatura: el concepto cocina sin fuego es ya una realidad. “La última tecnología nos permite dirigir el calor solo allá donde se necesita para cocinar el alimento. Esto supone un mayor confort (menos calor) en las cocinas de elaboración y un gran ahorro energético”, precisa Pablo Torres (Rational Ibérica). Por ejemplo, “en los últimos años está en auge la cocina a baja temperatura por lo que el sousvide es uno de los artículos que se utiliza para elaboración de alimento”, especifican desde Lacor. “Cada vez es más habitual introducir en el mercado dispositivos que cuecen a baja temperatura y abaten en un mismo ciclo: un mismo aparato capaz de cocinar y refrigerar”, añaden desde Repagas.

Máquinas de vacío: “Otra pieza clave dentro de una cocina profesional son las envasadoras al vacío para alimentos y la tecnología para cocinar a baja temperatura, así como las amasadoras de diferentes capacidades y velocidades; todas ellas con cubo de acero inoxidable para crear una masa perfectamente homogénea”, detallan desde Eurofred. “Desde hace algunos años las máquinas de vacío y los cocedores por inmersión son algo cada vez más frecuente en las cocinas, junto a los abatidores y los hornos combinados ‘online’ (de reciente introducción)”, describen desde Repagas

Maquinaria de preparación: “dentro de la cocina el equipamiento más utilizado



Foto: Eurofred

para la elaboración, son las máquinas de preparación dinámica, como todo tipo de cortadoras, trituradores, robot de cocina, amasadores, picadoras, etc.”, determinan desde Carranza Hostelería.

Maquinaria de conservación: desde Eurofred destacan “los equipos de conservación de alimentos, como los bajomostreadores, armarios de servicio y expositores, las cámaras frigoríficas y equipos de refrigeración”.

Tecnología: “las impresoras 3D de productos alimentarios se están abriendo camino poco a poco en la gastronomía”, determina Pablo Martínez. Una impresora 3D es una máquina capaz de realizar “impresiones” de diseños en 3D, de modo que se crean piezas o maquetas volumétricas a partir de un diseño realizado por ordenador. En este aspecto, las impresoras 3D de comida han sido diseñadas para imprimir alimentos. En sus inicios solo se podían imprimir platos sencillos, como pequeños snacks, pero con el paso del tiempo ya se han empezado a imprimir platos cada vez más elaborados, como, por ejemplo, una pizza.

Otros: “por último destacaríamos las líneas modulares de cocinas, desde encimeras de 2 a 6 fuegos de sobremesa o con horno, baños maría, freidoras, etc., y por supuesto, los hornos”, describen desde Eurofred.



Foto: Distform

En resumen, la cocina es un arte de renovación continua, aparecen cada año máquinas que nos sorprenden y nos facilitan las elaboraciones. “Hay muchas máquinas ya conocidas que, año tras año, mejoran sus funciones, como la cocción a baja temperatura, las funciones de los hornos con lecturas que nos permiten tener un control sobre los registros sanitarios, hornos de cocción acelerada, los robots de cocina con una precisión y robustez excelentes, el desescamador eléctrico, los hornos de brasa, etc.”, determinan desde Carranza Hostelería.

Maquinaria estrella

Tal como se ha ido vislumbrando un elemento que no puede faltar en este tipo de espacios son los hornos. “Los hornos son el alma de la cocina. Una sola máquina hace posible modificar y personalizar la cocción en cualquier momento dependiendo de la necesidad del chef, sin interrumpir el programa ni detener la misma. Además, la cocción cambia según el tipo de preparación deseada y permite controlar múltiples parámetros como el grado de cocción, dorado o humedad de los alimentos”, describen desde el Departamento de Comunicación de Eurofred.

Se trata de un aparato con el que puedes realizar cualquier tipo de cocción, a la plancha, al vapor, a la parrilla, al vacío... Puedes ahumar, asar, hornear, freír, gratinar, pochar, rehogar y regenerar.

Puedes preparar pescados, carnes, aves, verduras, elaboraciones de huevo, panadería, repostería y postres. “Los hornos mixtos brindan la posibilidad de combinar calor y vapor en un mismo equipo. Una flexibilidad que te permite obtener mayor variedad de texturas y sabores, y conseguir los mejores resultados en tus platos y en tu negocio”, expone Alba Serentill, de Distform. “Sin duda alguna, la estrella de las cocinas desde los últimos años son los hornos multifunción. Hoy en día es imposible concebir una cocina sin este tipo de equipamiento”, corrobora Pablo Torres, de Rational Ibérica.

Consideraciones para su elección

Para la elección de este tipo de equipamiento algunos de los factores que se tienen en cuenta son el espacio en la cocina y el ahorro de energía. “Los clientes demandan equipos multifunción, que sean de fácil manejo y con los que puedan aumentar su productividad y puedan reducir costes”, destaca Alba Serentill.

Sin embargo, en primer lugar, para una correcta elección, “habría que tener en cuenta las necesidades particulares del establecimiento: capacidad, factores de ahorro energético, espacio y conectividad”, define Pablo Torres, de Rational Ibérica.

Por otro lado, “la robustez y calidad del aparato es la base principal de su buen

funcionamiento, la fiabilidad y eficacia es la garantía de que el alimento disfrute de un acabado excelente”, especifica José Luis Carranza, de Carranza Hostelería. A esto, hay que añadir, principalmente, “la capacidad y durabilidad, pero otros factores como la tecnología y el ahorro energético se contemplan en función de la oferta gastronómica y el tipo de servicio que ofrece el establecimiento. Un horno de 20 bandejas con display digital y procesos de cocción almacenados puede ser de gran utilidad en una cadena restauración o en un hotel, pero en un restaurante tradicional seguramente estaría infrutilizado”, detalla Pablo Martínez, de Repagas.

Además, Pablo Torres añade que la productividad y versatilidad de un equipo es, en general, otro de los puntos a considerar, pero también es importante su rapidez y agilidad en la producción y la calidad y punto de cocción de los alimentos cocinados. “Necesitan tener una cocina perfectamente equipada, ágil y eficaz. Buscan soluciones que tengan todas las prestaciones en un mínimo de espacio. Por ejemplo, buscan hornos mixtos compactos”, describen desde Distform.

Foto: Eurofred



No obstante, “que sean intuitivos de usar para todo tipo de perfiles, es un punto a su favor. La calidad del producto es muy importante la cual se asocia con la durabilidad”, determinan desde Lacor.

Y, no se debe olvidar la eficiencia energética, un factor crucial a incorporar en la elección de cualquier maquinaria. “Factor que coincide con nuestro denominador común ya que todos nuestros productos incorporan la más avanzada tecnología con el objetivo de reducir el consumo de recursos naturales y favorecer la eficiencia energética de los equipos”, explican desde Eurofred. Con esta misma idea, desde Carranza Hostelería destacan que en todos los países y cada vez más en España se tiene en cuenta el respeto con el medio ambiente, hoy tan importante para nuestro futuro, que consigue un gran ahorro económico, tanto en consumo de energía, como de agua y en productos químicos, esto hace que este tipo de aparatos se amorticen en menos tiempo, ya que está contrastado que un ahorro energético se traduce en económico en un corto espacio de tiempo.

Así pues, el consumo energético también será un punto a considerar, “así como la facilidad de manejo y limpieza de los equipos. Por último, también nos empezamos a preocupar por el consumo de agua. En definitiva, la tendencia es buscar equipos más ecológicos y eficientes que nos aporten reducción de costes”, especifican desde Rational Ibérica.

Foto: Repagas



Presentación del alimento

Pero una vez que ya tenemos el alimento preparado, ¿cómo se muestra al cliente?

Desde los inicios del fenómeno gastronómico ha habido una constante retroalimentación entre cambios sociales, innovación tecnológica y tendencias. “Desde que la Revolución Francesa sacó de las cortes a los grandes cocineros y empezaron a desarrollarse los primeros restaurantes en París, lo única constante que ha habido en la cocina ha sido el cambio”, describen desde Repagas.

“El diseño de banquetes que el gran Carême desarrolló para Napoleón I y todo su utillaje, aunque aún vigente, ha sufrido un proceso de evolución trepidante hasta llegar al actual emplatado y el servicio ‘a la carta’. Las tipologías de servicio a la ‘francesa’, a la ‘rusa’ y a la ‘inglesa’ que se finalizan en sala han dado paso a los actuales ‘menú degustación’, donde el chef concluye sus creaciones dentro de la cocina plasmándolas estéticamente en plato”, continúa exponiendo Pablo Martínez.

Obviamente, todo este cambio de tendencias ha hecho que hayan aparecido nuevas piezas de menaje, otras se hayan modernizado y un gran número de enseres, sencillamente se hayan perdido en la noche de los tiempos. “Si bien la Nouvelle Cuisine (capitaneada por Paul Bocuse) supuso una gran revolución en la cocina, una de los grandes cambios en cuanto a maquinaria y menaje ha venido de la mano de la ‘vanguardia española’:



Foto: Lacor

dentro de la cocina los sifones, cocedores a baja temperatura por inmersión y contenedores de nitrógeno han dado paso en sala a una cantidad de soportes (platos) adaptados a estas nuevas creaciones: cuencos de diseño escultórico en piedra y materiales inverosímiles, jarras que ante el comensal rellenan platos hondos, campanas de cristal que retienen aromas en forma de humo, entre otras novedades, son testigos de la simbiosis entre creación culinaria y menaje”, añade Pablo Martínez.

De esta manera, en la actualidad los profesionales de hostelería necesitan presentar una mesa a sus usuarios, de modo que resalte la calidad de los platos y el servicio que se ofrece. Así, en el menaje de las mesas los hosteleros han podido encontrar un aliado perfecto para poder darle un valor añadido a sus preparaciones. Es por esto que a la hora de elegir la vajillería, la cristalería, la cubertería y la mantelería que equiparán las mesas de cada establecimiento, se debe ser muy cautelosos y decantarse por utilizar los productos adecuados y a la última.

Actualmente, “la tendencia en la mesa se traslada de la tradicional disposición de la vajilla en plato llano, hondo y postre; al servicio de cada receta en un plato diferente y que destaque por sus formas o sus colores”, describe Natividad



Foto: Distform

Alarcón, Communication Manager de ARC Distribución Ibérica. En este sentido, hay muchísimos restaurantes que ya no disponen de una vajilla compuesta por el modelo de un plato en distintos tamaños, sino una combinación de varios modelos y fabricantes, que deben conseguir una armonía mezclando colores, medidas, formas y materiales diferentes. “Esto hace que sigamos sorprendiendo con cada presentación al comensal, la moda es algo que está muy ligada a la cocina, platos vintage, de cristal, acero esmaltado, melamina, acrílicos, pizarras, piedras, maderas..., hay una variedad muy amplia con la que cada cocinero puede sentirse identificado en la presentación de sus platos”, define José Luis Carranza.

En cuanto a los materiales, Natividad Alarcón especifica que se opta por vajillas fabricadas en loza y gres de diferentes colores y con acabados y texturas rústicas. “Podemos hablar como un material realmente exitoso en mesa el vidrio, la piedra natural y el mix de materiales de pizarra y porcelana o pizarra y madera”.

Mientras, en lo que a las copas en el servicio del vino se refiere, estas están experimentando un gran cambio en la hostelería, ya que existe cada vez mayor especialización en el sector, tanto del personal en sala como de los clientes. Por ello, “es habitual que la tendencia sea optar por copas más angulosas que se adapten a cada una de las variedades presentes en la carta de vinos del establecimiento. Estas copas, de perfecta transparencia para percibir las cualidades del vino, son combinables con vasos de

colores”, continúa detallando desde ARC Distribución Ibérica.

Y, en el restaurante, “se está percibiendo un aumento del consumo de cócteles durante la comida y después del postre, que dada su naturaleza son servidos en piezas singulares. Existe un portfolio surtido de referencias para presentar cócteles de manera creativa y talentosa”, concluye Natividad Alarcón.

El menaje básico

Los elementos primordiales que se utilizan en una mesa son la vajillería, cubertería y cristalería, además de los manteles y servilletas. “La vajilla, cristalería, cubertería y mantelería sería el material imprescindible en la mesa para poder disfrutar de una comida con los elementos necesarios, luego hay

complementos infinitos que nos permiten elevar esa comida a una experiencia única, orfebrería, tipo de mobiliario, y un sinfín de detalles”, especifican desde Carranza Hostelería. En este sentido, desde ARC Distribución Ibérica aseguran que, a la hora de montar la mesa en un restaurante, “lo primero que hay que disponer en el tablero es el mantel y el cubremantel y después colocar el plato de presentación y la cubertería, imprescindible para recibir al cliente”.

Estos materiales son esenciales para que los usuarios puedan degustar el menú que ofrezcan desde el establecimiento pero, al mismo tiempo, nos brindan la posibilidad de ofrecer una buena presentación a la hora de servir los platos. Con la correcta elección de ellos, se conseguirá lograr la diferencia para exhibir una mesa elegante y personal.

En este sentido, la vajilla es el pilar angular de la composición de la mesa, el cual se incorpora por el camarero con la petición del cliente. “Estas piezas han evolucionado estéticamente en los últimos años, generando piezas con una gran belleza. A la hora del servicio, los platos van variando en función de las recetas que sean presentadas en ellos, utilizando uno para cada creación y huyendo de la categoría tradicional en vajilla: llano, hondo y postre”, describe Natividad Alarcón. De esta manera, es difícil ver un plato típico de porcelana redondo, por ejemplo, se llevan formas cuadradas, triangulares, con una gran

Foto: ARC Distribución Ibérica



variedad de texturas e ideas, incluso procedentes de otras culturas.

No obstante, “aparte de una buena vajilla, siempre se agradece una cubertería ergonómica, cómoda y que no sacrifique la funcionalidad por el diseño”, añaden desde Repagas.

Por otro lado, no olvidemos la cristalería, actualmente una de las principales llamadas de atención sobre la mesa, gracias a sus diseños que se alejan por su estética o su forma de la clásica forma tulipa. “A lo largo de la experiencia de ARC en el mercado hostelero, la tendencia se ha trasladado a la disposición de una copa enológica para servir el vino y un vaso para el agua o el refresco. Además, los vasos opacos de colores han comenzado a ser un must sobre las mesas de los establecimientos que les aporta un toque distintivo”, especifican desde ARC Distribución Ibérica.

Así, por ejemplo, “en el desayuno el menaje habitual está compuesto por



Foto: García de Pou

tazas de café o té y sus platillos y otros complementos como lecheras y azucareros. Además, existen modelos de platos multiusos sobre los que colocar la taza y los primeros alimentos del día”, continúa explicando Natividad Alarcón. “En el caso de los desayunos se

notaría la presencia de boles, vasos para zumo además de cubertería y menaje en pequeño formato”, precisa Pablo Martínez.

Mientras tanto, entre la comida y la cena varía muy poco, “en un servicio



SWISS CLASSIC



Foto: García de Pou

de comidas/cenas tendríamos (como norma general) catavinos, copas de agua y cubertería para carne y pescado (por poner un ejemplo)", definen desde Repagas. Igualmente, Natividad Alarcón añade que para la hora de comer y la cena, "los platos poseen diámetros más grandes de acuerdo a la receta, entre 31 y 17 cm habitualmente, u hondos. Sus formas varían en función de las recetas que contiene, aunque el plato redondo sigue siendo el más utilizado".

Sin embargo, desde Carranza indican que no tiene por qué variar en función de la comida a servir. "Entendemos que la diferencia puedan ser los tamaños del menaje, que en el desayuno se opta por ser más pequeñas las piezas, pero no hay límites, cada restaurante puede optar por escoger a su elección sin que esté cometiendo un error".

Así, a la hora de elegir el menaje, se valoran especialmente la funcionalidad y el diseño

Foto: Rational



y después el precio que se está dispuesto a pagar por contar con ambos factores. "Principalmente funcionalidad, pero hay otros aspectos como la customización y el diseño muy valorados a la hora de tomar una decisión", enumera Pablo Martínez (Repagas).

De este modo, en lo que a la funcionalidad se refiere, "los establecimientos precisan una vajilla que soporte el manejo del día a día, que soporte lavados industriales diarios y que responda a unas condiciones de apilabilidad para el ahorro de espacio, todos estos factores van ligados al ahorro en reposición en el restaurante", puntualiza Natividad Alarcón. Además, añade que los establecimientos suelen poseer ciertas piezas específicas, destinadas a platos concretos de la carta, para dar espectacularidad al emplatado, logrando una diferenciación en el servicio.

Por otro lado, la estética busca, a través de los elementos, componer el ambiente que se desea en sala. "Si se prefiere un ambiente muy chic o refinado, la vajilla tendrá un estilo más rústico como la colección Terra de porcelana de Ariane, disponible en arena, azul, rojo y moka con un amplio surtido que, además, es combinable entre sí reforzando su presencia en la mesa. Si, por otro lado, se busca un aire más clásico, los platos de porcelana conseguirán ese objetivo. Para un ambiente vintage, los platos de esmalte son una tendencia actual creciente en la mesa", determinan desde ARC Distribución Ibérica.

Arquitectura y decoración en la mesa

La arquitectura y el diseño no solo influyen en las piezas que se utilizan en el servicio de mesa, "van mucho más allá y han trascendido directamente en la manera en cómo se disponen los diferentes elementos dentro de un plato: conceptos como volumen, altura, contraste/gama de colores y disposición de elementos decorativos son tomados en cuenta a la hora de diseñar un emplatado", explica Pablo Martínez, de Repagas.

En relación a esto, Pablo Martínez continúa indicando que el concepto de "euritmia" que Vitruvio (arquitecto, tratadista, escritor e ingeniero romano del siglo I)



Foto: ARC Distribución Ibérica

desarrolla en su obra "De arquitectura", es perfectamente extrapolable a la manera de concebir los platos en la gastronomía actual, donde todos los elementos de la elaboración han de estar conjugados armónicamente de manera muy visual. De este modo, "en la mesa tienen un lugar destacado los mix&match, la combinación innovadora de modernidad y tradición, también la creatividad del chef y del decorador del establecimiento que se fusionan para crear una puesta en escena que permita personalizar el espacio del establecimiento", define Natividad Alarcón.

Sin duda, las tendencias decorativas y de arquitectura son la base de los nuevos diseños en las piezas del servicio de mesa

Foto: Lacor



latente en la combinación y el contraste creado con las formas, los materiales y las texturas. “Se huye de las piezas a juego, de la tradicional blancura, de los tamaños estándares y la consecución de llano, hondo y postre”, detalla Natividad Alarcón, de ARC Distribución Ibérica.

Las firmas: calidad segura

Para evitar problemas, “los establecimientos buscan especialmente que las piezas respondan a unos criterios de resistencia que les aseguren un ahorro en reposición al profesional”, indican desde ARC Distribución Ibérica. En este sentido, además del respaldo que ofrecen las grandes marcas, “el establecimiento hotelero demanda un servicio post-venta ágil, capaz de dar respuesta a sus necesidades. También se destaca una notable preferencia por marcas ‘made in Spain’”, exponen desde Repagas.

En resumen, “las marcas reconocidas son un valor muy añadido para este sector, por su volumen pueden realizar diseños y



Foto: Rational

mejoras cada año, y respaldan el servicio de garantía, la posibilidad de reposición, de acceso a recambios, la mejora en el mantenimiento y el servicio post-venta, son mejoras muy importantes en este

sector y que se valoran enormemente, ya que la falta de continuidad, sea en menaje o maquinaria crea un conflicto muy importante en el servicio al cliente”, concluyen desde Carranza Hostelería.

WELBILT®
Bringing innovation to the table

CONVOTHERM®

Convotherm 4 Designed around you

- ▶ ACS+: lo último en uniformidad de cocción
- ▶ easyTouch®: recetario a un click
- ▶ Puerta escamoteable: seguridad y confort
- ▶ Limpieza flexible y fiable

¡Inscríbete a una
Masterclass Culinaria
con la tecnología de cocción
más avanzada!

www.welbilt.es/Masterclass
iberia@welbilt.com



Foto: Grosfillex

Espacios abiertos del hotel: mobiliario exterior

Un espacio de disfrute

En nuestro país contamos con un clima privilegiado, que hace que podamos disfrutar de un elevado número de horas de sol durante gran parte del año. Esto favorece que tanto los españoles como los turistas de otras regiones busquen, muy especialmente, la posibilidad de relajarse en una soleada terraza. Es por ello que el equipamiento de estas zonas ha empezado a tenerse muy en cuenta, desarrollándose, a lo largo del tiempo, piezas que se reinterpretan para fusionar el espacio interior con el exterior. Además, los fabricantes, más que nunca ponen toda la atención en los acabados y materiales del mobiliario con el fin de seducir y atraer al cliente. Ya que si se ha diseñado correctamente, el huésped va a pasar muchas horas en estas instalaciones exteriores, convirtiéndose en la imagen que se lleve del establecimiento.

Cada vez es más habitual que los clientes de un establecimiento hotelero demanden espacios outdoor en los que disfrutar de momentos de relax, de disfrute gastronómico, espacios de diversión..., lo que permite a los establecimientos completar su amplia gama de servicios.

El clima tan favorable del que disponemos en España incrementa esta demanda, haciendo que los usuarios valoren muy positivamente poder alojarse en un establecimiento en el que disfruten del contacto con la naturaleza y poder pasar tiempo al aire libre. De este modo, tanto el diseño como el equipamiento de estas zonas se lleva a cabo aumentando su potencial natural para, de esta manera, poder crear ambientes cada vez más acogedores y atractivos.

Hace años, disponer de un mobiliario exterior de calidad figuraba entre las obligaciones que sólo concernían a los establecimientos hoteleros de muy

alta gama y especialmente a aquellos situados en destinos de costa. Hoy esto ya ha quedado atrás, y tanto los hoteles rurales como de ciudad o de playa han de cuidar con mimo uno de los espacios que contribuirá a definir la atmósfera del recinto.

En este sentido, ha costado algo de tiempo, pero finalmente el espacio exterior de un hotel se ha convertido en casi tan importante como el interior. Es más, en ciertas categorías, como en la hotelería vacacional, situado junto al mar o donde cuentan con grandes piscinas, el exterior está considerado tan o más importante que el espacio interior.

De este modo, los establecimientos hoteleros cada vez cuidan más estos detalles, la mejor carta de presentación de un hotel sin duda puede estar en su entorno, sus instalaciones exteriores pueden marcar la diferencia. Por esta razón, los fabricantes han sabido responder a estas necesidades y ofrecen las soluciones oportunas, tanto si se trata de dar continuidad a la decoración del interior como si se pretende crear un espacio de contraste.

Redescubriendo un espacio

El espacio exterior en establecimientos hoteleros, actúa como un escaparate de lo que refleja y transmite el propio hotel. “Un buen diseño del entorno exterior, es sin duda, atractivo para el usuario”, destaca Ricard Vicens Casas, Creative Manager de Calma. En este sentido, Francesc Hernández, Gerente de Grosfillex, corrobora que “es esencial la correcta elección del mobiliario exterior ya que proyecta la imagen del establecimiento, y en los hoteles vacacionales se convierte en la zona común más usada por los huéspedes”.

Por esta razón, los espacios exteriores de los hoteles son zonas que nunca han pasado desapercibidas por las empresas hoteleras. No obstante, “bien es cierto que la ubicación del mismo determina, en muchos casos, la importancia que se le pueda dar a estos espacios, pero es evidente que se ha convertido en un servicio determinante para muchas de estas empresas porque es algo que demanda el cliente final”, define Juan



Foto: Acristalia

Carlos Moreno, Gerente de Acristalia. Del mismo modo opina Antonio Pons, Director de Marketing y Diseño de Point 1920, que asegura que el espacio exterior, en los últimos años, ha pasado a ser parte fundamental del hotel, cuidándolo y dotándolo cada vez más con mejores diseños y equipamiento. En la gran mayoría de los establecimientos, estas zonas tienen una gran importancia, pero en opinión de Ignacio Gisbert, Asistente de Marketing en Vondom, depende, obviamente, de la ubicación geográfica del Hotel y por tanto su clima. Sin embargo, “los espacios abiertos y de ocio cada vez son más y más relevantes en un hotel, permiten el relax y el disfrute del aire libre y del sol”.

Igualmente, Mónica Fernández, de Gunni Trentino asegura que se trata de una

zona importante incluso en los entornos urbanos. “Sin duda, se tiene cada vez más en cuenta, y no solo en hoteles, también en restauración. La tendencia es que el espacio exterior ofrezca el mismo confort que el espacio interior”.

Además, “ya es un requisito imprescindible para un hotel disponer de piscina, terraza, zona chill out e incluso espacio wellness. El usuario en estos espacios, busca evadirse de la rutina diaria y descansar durante sus vacaciones o después de una jornada de intensas reuniones laborales”, especifica Miriam Vilchez, Departamento de Marketing y Comunicación Balliu Export. “Se trata de una tendencia que empezó hace más de 10 años pero que actualmente está generalizada y abarca desde la terraza exterior del restaurante buffet, hasta la

Foto: Calma

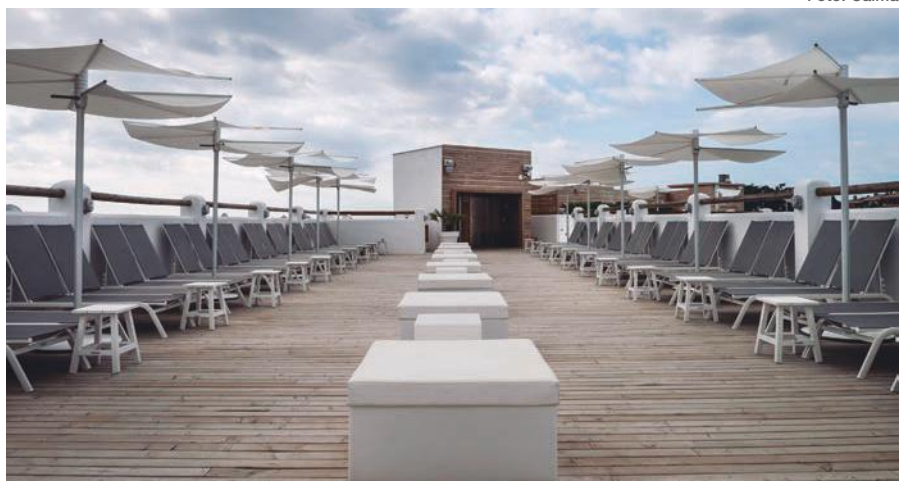




Foto: Gunni&Trentino

piscina y terraza de piscina, donde se crean diferentes ambientes, incluyendo zonas vip, privilege de acceso exclusivo. La funcionalidad requerida y el tamaño disponible para estas zonas, marcan su uso y distribución de secciones”, especifica Francesc Hernández.

Por todo ello, “siempre se intenta habilitar un espacio exterior aunque sea en un rooftop, terraza o patio interior, para ofrecer esa experiencia extra de un servicio de restauración al aire libre, un espacio de relax con elementos de spa exteriores, piscina, o bien espacios para chill-out con barra de cócteles para una opción post-cena que no obligue al huésped a salir fuera del hotel”, añade Mónica Fernández.

Dentro de este espacio, se pueden generar distintas zonas exteriores pertenecientes a un hotel, “piscina exterior, terrazas restaurante, terrazas bar y en los últimos años zonas chill-out como zona de relax y copas”, enumera Antonio Pons. Así, por ejemplo, “la piscina es un elemento muy sugerente, invita al descanso y al relax, generalmente es un espacio ideal para toda la familia, junto con la terraza donde tomar algo o incluso comer en el restaurante en plan informal. Además, las zonas ajardinadas complementan la arquitectura y nos acercan a la naturaleza, en definitiva, nos ayudan a vivir el exterior”, analiza Ricard Vicens. Si es cierto que, “cada área es

singular, pero si lo tratamos de manera general el espacio suele estar distribuido en una terraza principal, o varias de estas que conforman a una grande, piscina, relax y barra o restaurante”, precisa Ignacio Gisbert.

No obstante, las secciones dependen de las características del proyecto, las superficies disponibles, el terreno, y las vistas que ofrece su ubicación. “El mobiliario, pavimentos y revestimientos se adaptan a las principales funciones en las que se estructure: para comedor o servicio de bar y cafetería, para relax, para spa al aire libre, piscina, duchas de exterior, para celebración de eventos, para la práctica deportiva”, definen desde Gunni Trentino.

De este modo, “cada vez más se concibe el exterior de un hotel como una zona de ocio y relax para disfrutar todo el año, transformando terrazas y jardines en espacios funcionales, que definen la personalidad del establecimiento”, especifica Izaskun Ceberio, International Sales Manager de Durmi. Así pues, “se busca potenciar el exterior y, sobre todo, vivirlo todo el año para actuar contra la estacionalidad. Cada vez más, se quieren tener exteriores como terrazas y otras zonas que se disfruten a lo largo de todo el año”, describe Juan Carlos Moreno.

En resumen, los exteriores están ganando presencia en los establecimientos, por

ello “el desafío al que se enfrenta todo responsable de compras de un hotel es que su proyecto se integre al resto de la filosofía del establecimiento y para ello hay que acertar con el equipamiento adecuado”, precisa Izaskun Ceberio.

Por todo esto, “cada vez son más los responsables de compras los que prefieren tener un producto de calidad que ofrezca duración y comodidad a largo plazo. Los productos que se buscan son de fácil limpieza y cuidado, son duraderos y están diseñados y fabricados para soportar las inclemencias del tiempo en años”, determina Ignacio Gisbert. En este sentido, “el responsable del equipamiento de un hotel, procura y desea que el cliente esté siempre a gusto, ya sea en el interior como en el exterior”, concretan desde Calma. De esta manera, “se puede afirmar que sí se le da la importancia que tiene, aunque en algunas ocasiones, sobretudo en nuevos proyectos y reformas integrales, al ser de las últimas zonas en ejecutar posibles desviaciones en el presupuesto inicial marcan su ejecución”, confirma Francesc Hernández.

Además, hay que tener en cuenta que “en una sociedad donde cada vez es más fácil encontrar diferentes ofertas en el mercado y después del boom de las importaciones asiáticas, los responsables de compras cada vez son

Foto: Durmi



más conscientes de lo importante a la hora de seleccionar su mobiliario. Por ello, se rigen por la calidad, confort, funcionalidad y diseño”, asegura Miriam Vilchez.

En definitiva, “siempre los responsables de compras buscan la mejor relación calidad precio pero, cada vez, la inversión en equipamiento exterior es más alta ya que son zonas de alta rentabilidad para el hotel”, concluye Antonio Pons.

Equipamiento indispensable

Un establecimiento hotelero debe contar en su exterior con un equipamiento adecuado para el usuario. Por ejemplo, “un mobiliario de calidad y resistente, que cumpla con los requisitos de seguridad para evitar posibles accidentes, como el atrapamiento de dedos y evitar partes afiladas o cortantes que puedan dañar al usuario”, define Miriam Vilchez (Balliu Export).

No obstante, el tipo dependerá, obviamente del estilo y diseño del hotel, así como el público objetivo de éste, siendo el mobiliario un apoyo al diseño general del establecimiento. Por ello, “cada vez son más y más los hoteles que cuentan con mobiliario de vanguardia, de diseño y de calidad. Si además tienen terraza y piscina, las tumbonas, sofás y sobre todo daybeds son imprescindibles”,

Foto: Gancedo



Foto: Vondom

expone Ignacio Gisbert (Vondom). Así pues, el tipo de mobiliario está en función de la tipología del hotel, “nada tiene que ver una terraza de un hotel urbano con las terrazas de un resort vacacional, pero, sobre todo, debe primar la funcionalidad combinada con el confort y el diseño”, añade Antonio Pons (Point 1920).

En este aspecto, este mobiliario, “debe ser funcional para la mayor comodidad del cliente y que pueda satisfacer sus exigencias de confort. Y, cada vez es más necesario que sea un producto sostenible y respetuoso con el medioambiente”, describe Miriam Vilchez.

Además, el confort es una característica indispensable. “Un cliente cuando toma la decisión de acudir a un determinado hotel, pretende estar igual de bien o mejor que en casa... A partir de este razonamiento, cada zona deberá equiparse con el mobiliario correspondiente y más adecuado para ejercer esta función, la comodidad. Las camas balinesas, además de ser cómodas, transmiten confort y relax, son un elemento seductor y muy atractivo”, especifica Ricard Vicens (Calma).

De esta manera, dependiendo de los espacios en los que nos encontremos, los elementos que más destacan son:

Balcones y terrazas: habitualmente el equipamiento en estas zonas son los

conjuntos de mesas con sillas. Y, como se ha indicado, dependiendo de la categoría del establecimiento podremos encontrar soluciones de mayor o menor calidad y diseño. En ocasiones, en las terrazas se incluyen tumbonas y mesitas auxiliares, butacas o sofás modulares con mesa baja o pequeños parasoles.

Cafeterías/Bares/Coctelerías: en esta zona los principales muebles que se incorporan en su exterior son las sillas y mesas. “Butacas, tumbonas reclinables, sillas, taburetes, camas de día, chaise-longues, sofás, poufs, incluso mobiliario de suspensión, como las camas de día en forma de nido o los grandes columpios. Por otro lado, las mesas de centro, mesas de comedor y mesitas accesorias”, enumera Mónica Fernández (Gunny Trentino). No podemos olvidarnos en estos espacios, y en los siguientes, de la importancia de contar con cerramientos que permiten disfrutar de estos espacios al aire libre en todas las épocas del año.

Piscinas: las sombrillas y tumbonas, incluso con cojines de tejidos y espumas especiales, son protagonistas en este entorno. También cobran fuerza las pérgolas con tumbonas dobles. Además, podemos encontrar mesitas auxiliares, conjuntos de mesas con sillas o sofás modulares. Y, de un tiempo a esta parte, se han puesto de moda las ‘daybeds’ y camas balinesas, configurando espacios ‘chill out’ para la relajación y donde

MOBILIARIO OUTDOOR: CATACTERÍSTICAS ESPECIALES

Una de las características más especiales, con las que cuentan estos materiales es que sean aptos para el uso exterior, resistentes a las inclemencias meteorológicas, el sol, la lluvia, el viento, etc. “Deben estar convenientemente testados para la resistencia a la intemperie, tanto las estructuras como los materiales, los acabados, los textiles, así como los sistemas de montaje y fijación”, define Mónica Fernández, de Gunni Trentino.

Además, deben ofrecer “facilidad en su limpieza y calidad en el material para un deterioro mínimo”, precisa Ignacio Gisbert, Asistente de Marketing en Vondom.

Del mismo modo, Miriam Vilchez, Departamento de Marketing y Comunicación de Balliu Export, confirma que el mobiliario exterior debe estar preparado para garantizar su buena conservación y poder resistir cualquier tipo de climatología. “Debe ser resistente a la humedad y presentar protecciones anti UVA para evitar decoloraciones, y presentar un mobiliario limpio y buen aspecto”.

Al mismo tiempo, el equipamiento debe estar correctamente estudiado ergonómicamente para ofrecer la mayor comodidad a los clientes. Por otra parte, “deben ser pensados para su almacenamiento fuera de temporada (y el proyecto debe prever este espacio de almacén), excepto si se pretende dejarlos al descubierto todo el año, como puede ser la terraza del restaurante o del café pertenecientes a un hotel”, concreta Mónica Fernández, Gunni Trentino. En relación a esto, Ricard Vicens, Creative Manager de Calma, indica que dependerá de su uso, que los muebles sean apilables, o fáciles y ligeros de transportar, si es necesario desmontar diariamente el espacio. También es muy importante su funcionalidad, por ejemplo, las tumbonas de piscinas deben tener ruedas para poder desplazarlas fácilmente y ser apilables ya que se suelen recoger por la noche.

En lo referente a los tejidos que se utilizan en estos espacios, “están especialmente creados para resistir la humedad (tanto de agua salada como clorada), el moho o la luz, manteniendo el máximo tiempo posible unos colores luminosos y vibrantes. En algunos casos, son textiles de composición acrílica, cuyas fibras se tinter en masa (“Solution dye”) y seguidamente se hilan, por lo que si el sol o el agua desgastan el tejido, no se pierde el color, ya que el tinte llega hasta el interior del hilo (el alma)”, define Emmeline Gancedo, Directora de Producto de Gancedo.

disfrutar de una bebida, recibir un masaje, etc.

Jardines y zonas al aire libre: en estos espacios, como en las zonas de la piscina, hay que tener en especial consideración, con lo que se llama “estructuras de sombra”, que abarcan desde parasoles, sombrillas o doseles, hasta pabellones de exterior acristalados, realizados a medida con sistemas de puertas correderas o plegables de techo a suelo, que permiten dejarlos abiertos o cerrados, dependiendo del clima. El diseño de estos productos ha evolucionado enormemente, y nosotros trabajamos con diseños sofisticados que reinterpretan el modelo tradicional”, describe Mónica Fernández. Las sillas y mesas también son los principales elementos en dichos entornos.

Otros elementos: “no podemos olvidarnos la iluminación exterior, un punto clave para la diferenciación de los espacios de exterior. Debe estudiarse el proyecto lumínico en profundidad para generar un ambiente especial, relajante y que destaque los puntos fuertes del espacio”, añaden desde Gunni Trentino. Y, continúa indicando que otros elementos importantes son los calentadores y chimeneas de exterior (como los de etanol) o los sistemas de humidificación.

La importancia del diseño

El diseño se ha convertido en la característica diferencial dentro del mobiliario exterior. Ya no basta, únicamente, con emplear elementos duraderos, sino que se exige un plus de

elegancia y diseño, ya que estos espacios ofrecen la imagen del establecimiento al igual que lo hace la decoración interior.

“El diseño es un requisito imprescindible a la hora de elegir el mobiliario exterior. Los responsables hoteleros para diferenciarse de sus competidores buscan productos con diseños innovadores y exclusivos, pero a la vez exigen que sea un producto resistente, de calidad y con las máximas prestaciones de comodidad para el usuario”, destacan desde Balliu Export.

De igual manera, desde Calma aseguran que para ellos el diseño es un valor añadido indispensable. “La estética del producto es el amor a primera vista... Un mueble debe ser atractivo, cómodo y técnicamente bien fabricado. El orden de estos factores no altera el producto final, pero dependerá de uno mismo valorar el orden o preferencia de cada definición, sin perder de vista el precio final, que ayudará también a dar un valor más razonable”. “Hoy el diseño se cuida cada vez más en las instalaciones y es lo que marca la diferencia entre unos establecimientos y otros, dándole un plus de calidad al que mejor lo adapta a su decoración”, añaden desde Point 1920.

No obstante, el diseño sin comodidad nunca ha sido una buena opción. Puede ser espectacular, “pero si no ofrece una buena experiencia funcional, terminará por fallar. Por lo tanto, prevalece el buen diseño, la comodidad, la funcionalidad, la



Foto: Vondom

“Un mueble debe ser atractivo, cómodo y técnicamente bien fabricado. El orden de estos factores no altera el producto final...”

exclusividad de los materiales, que detrás del producto haya existido un proceso de I+D+i, que los autores sean diseñadores reconocidos o arquitectos de prestigio -para el efecto de reconocimiento del valor de una pieza-, y sobre todo que el conjunto ofrezca una experiencia funcional, de bienestar y estética, de valor añadido y con elementos diferenciadores, para que genere recuerdo y ganas de volver a los clientes”, analizan desde Gunni Trentino. En este aspecto, desde Grosfillex determinan que “comodidad, funcionalidad y diseño, por este orden, deben marcar su elección, es muy importante un aspecto atractivo que incite al relax pero sin abandonar su comodidad y resultado óptimo al uso por el paso del tiempo”.

Sin embargo, “en un momento donde la comunicación cada día es más accesible y donde existen plataformas como Google, Booking o TripAdvisor donde las opiniones del usuario quedan reflejadas y es importante no solo un buen diseño, sino que es importante dar una buena imagen de servicio y calidad, es importante disponer de material cómodo, resistente y adecuado a las necesidades



Foto: Grosfillex

del usuario”, especifica Miriam Vilchez, de Balliu Export.

Mientras, en lo que se refiere a las telas de outdoor, “no tienen por qué ser siempre lisas, hoy en día tenemos desde texturas o falsos lisos, como el Jacquard de exterior de la colección Zanzíbar. Pasando por rayas, diseños geométricos, abstractos o estampados de lo más variopintos: flores, pata de gallo, animal print, cactus... Los motivos marinos también son tendencia en zonas de playa (corales, peces...). Por otro lado, los colores pueden ser más vivos, sobretodo en exteriores de lugares de veraneo, donde se usan tonos muy marineros: azul oscuro, rojo, amarillo

o verde botella. O bien colores grises, marrones y beige, para terrazas más urbanas”, describe Emmeline Gancedo, Directora de Producto de Gancedo.

Por otro lado, el equipamiento de protección frente al sol, la lluvia y el viento, tales como pérgolas, parasoles y toldos, complementan al resto del mobiliario exterior, resultando imprescindible para ampliar el periodo de uso de los espacios exteriores, proyectar la imagen del establecimiento y, al mismo tiempo, mejorar la experiencia del cliente. Así, en lo referente a las estructuras y espacios de cubrición, “gracias a su flexibilidad el vidrio permite a la vez disponer de un cuidado diseño, un refinado acabado con posibilidad de elección de múltiples tipos y contará con el beneficio del aporte en confort que supone para la estancia”, analizan desde Acristalia.

Pero la elección de este equipamiento, “depende del estilo del hotel y su diseño, hay quienes prefieren madera frente a aluminio, o cristal frente a otros materiales. Evidentemente, la comodidad y los acabados van directamente relacionados con el material utilizado”, detallan desde Vondom.

Así pues, podemos decir que hoy en día, las tendencias en cuanto a mobiliario son globales, con influencias de todo el mundo. Por ejemplo, los nuevos diseños contemporáneos de mobiliario son ligeros y limpios, nada recargados. Al mismo tiempo, existe un retorno

Foto: Balliu Export





Foto: Acristalia

hacia los materiales naturales, como piedra, madera, cuerda... La tendencia más reciente es usar una combinación variada de diseños y materiales. Por otra, está entrando con mucha fuerza la línea étnica, dándole una relativa importancia a la combinación de colores. En resumen, una inclinación cada vez mayor a mezclar tendencias, sin llegar a ser un diseño ecléctico.

En cualquier caso, parece que lo más habitual es adaptar el mobiliario al estilo del conjunto. Cada hotel tiene una característica peculiar y eso es muy importante a la hora de amueblarlo.

Por todas estas razones, los fabricantes se han ido adaptando para poder atender todas las demandas de los clientes y decoradores, ofreciendo productos que recogen las últimas tendencias, contando incluso con la colaboración de renombrados diseñadores.

Los materiales adecuados

Una de las principales características del mobiliario de exterior es que deben ser lo suficientemente resistente para aguantar la exposición durante largo periodo de tiempo a las diversas condiciones meteorológicas. Por ello, en este tipo de productos tienen una gran ventaja aquellos materiales que puedan ofrecer dicha durabilidad, a la vez que permitan configurar muebles confortables y con un diseño adecuado. Actualmente, ya se puede fabricar con cualquier tipo de

material, dando un acabado adecuado para la durabilidad y comodidad. Sin embargo, sí es cierto que existen determinados materiales que se emplean con mayor frecuencia por su buen comportamiento en espacios abiertos.

“Los materiales del mobiliario exterior deben ser escogidos en función de la zona donde quiera destinarlo y, de este modo, garantizar la larga vida del producto”, asegura Miriam Vilchez, de Balliu Export.

Así, por ejemplo, indica que para espacios húmedos como playas privadas o piscinas, “nuestra recomendación siempre es la resina, ya que es el material más resistente e inalterable al paso del

tiempo, mediante la resina se consiguen estructuras más estables y resistentes capaces de resistir altas temperaturas”. Mientras, en opinión de Francesc Hernández (Grosfillex) para piscinas y sus terrazas los derivados del polipropileno enriquecidos con fibra de vidrio aportan durabilidad y resistencia a la intemperie con muy poco mantenimiento, combinados con textilene. “Este material es más bien ligero y facilita su retirada diaria en caso de que sea necesario”.

Por otro lado, para espacios como piscinas privadas, zonas de relax, terrazas y espacios Wellness, desde Balliu Export recomiendan materiales como el aluminio, “se trata de un material que presenta características de resistencia similares a la resina, a diferencia de materiales como el acero o el hierro, no presenta oxidación y con la cobertura adecuada de pintura evita que se caliente durante la exposición solar, además es un producto más ligero y liviano que lo hace más adecuado para este tipo de espacios”.

Igualmente se emplean especialmente plástico, resina trenzada, aluminio, acero inoxidable, hierro y forja o maderas de exterior como la teca, así como tapizados resistentes a la intemperie. “Aluminio en sus diversos tipos de acabados, es ligero y altamente resistente a la intemperie, su punto débil puede ser la pintura, en el caso de no estar bien realizada. Asimismo, el PVC y plásticos derivados del petróleo, también son muy utilizados,

Foto: Balliu Export



siendo su principal problema que suelen perder color y envejecer de forma rápida. Y, no se puede olvidar, la madera tipo teka o iroko, el handicap más importante es el precio y que tiene mantenimiento”, enumera Antonio Pons, de Point 1920.

Por otro lado, en lo referente a las estructuras, sin lugar a dudas, “para lograr la mayor transparencia el material elegido es el vidrio. Es uno de los materiales más utilizados en la arquitectura sostenible. Además, es muy flexible y seguro y el que utilizamos en nuestros productos mediante varios procesos como el templado -el más utilizado-, laminado o el doble acristalamiento. Hay una clara tendencia a la arquitectura del vidrio y esto se está notando cada vez más en las empresas hoteleras”, describe Juan Carlos Moreno, de Acristalia.

Por otro lado, la fibra sintética está revolucionando el mercado en cuanto a versatilidad, resistencia, ligereza y durabilidad, además de dotar al espacio de naturalidad y calidez. Siguiendo



Foto: Durmi

la estética de las fibras naturales, se obtienen productos aptos para el exterior, integrándose por completo en cualquier ambiente.

Y como todo equipamiento, en estos también son necesarios los

complementos textiles para realizarse, por lo que será preciso que estos elementos también sean resistentes a la intemperie. Los tejidos que incorporan en su composición, poliéster o acrílico. “El uso de telas náuticas ignífugas son necesarias para ofrecer seguridad ante

A photograph of two modern, grey lounge chairs from the Grosfillex EXPERT collection. The chairs are positioned on a wooden deck. Two rolled-up towels with a red and purple striped pattern are placed on the chairs. A pair of sunglasses and a small white card are also visible on one of the chairs. The background shows a blurred view of a pool and some greenery.

Grosfillex
EXPERT

Visítenos en HIP
19 al 21 de Febrero
Ifema. Pabellón 3
Stand 3D124

www.grosfillex.com



Foto: Calma

fuegos y resistencia ante líquidos e inclemencias climáticas. Por otra parte, el uso de plástico de alta calidad no reciclado es determinante para mantener los colores que el sol suele deteriorar y, sobre todo, la resistencia en sí”, expone Ignacio Gisbert, de Vondom.

Eso sí, hay que ser conscientes de que existen múltiples calidades y una mala elección puede inutilizar el espacio al cabo de unos meses u ofrecer una mala imagen al cliente, pues las fibras de baja calidad se cuartean y decoloran y las microfibras se deforman y se rompen.

Además, y como en todos los ámbitos éste no podría ser menos, y existe un interés general por los productos respetuosos con el medio ambiente, por lo que se está apostando por el uso de materiales no contaminantes, ecológicos y reciclables.

Y, además, estos materiales, “deben estar convenientemente testados para la resistencia a la intemperie, tanto las estructuras como los materiales, los acabados, los textiles, así como los sistemas de montaje y fijación. Al mismo tiempo deben ser estudiados ergonómicamente para ofrecer la mayor comodidad a los clientes. Por otra parte, deben ser pensados para su almacenamiento fuera de temporada (y el proyecto debe prever este espacio de almacén), excepto si se pretende dejarlos al descubierto todo el año, como puede

ser la terraza del restaurante o del café pertenecientes a un hotel”, especifica Mónica Fernández, de Gunni Trentino.

En resumen, en opinión de Antonio Pons, “los materiales para el mobiliario de exterior deben tener unas características técnicas que permitan que el mueble aguante perfectamente a la intemperie”.

No obstante, sean cuales sean los materiales que se utilicen en un proyecto, no pueden desentonar con el entorno en el que se emplazan. Todo lo referente a la elección en el diseño influye en el entorno y, viceversa, en ocasiones, el entorno, la arquitectura..., va a determinar el estilo de los muebles: la línea, los materiales, los textiles o colores seleccionados. Por ejemplo, un mueble de hierro o forja puede aportar un aire más romántico o tradicional, mientras que las maderas habitualmente encajan en cualquier tipo de ambiente, al igual que los muebles de resina trenzada. Lo importante no es solamente la elección del material, sino que estos estén acorde con el diseño en su totalidad.

La tendencia más demandada

En relación a todo lo anterior, actualmente, ¿cuáles son las principales tendencias? En respuesta, Ricard Vicens indica que si se entiende el diseño global, como el principio y el fin en un producto, “el diseño evoluciona positivamente, como algo que ya tenemos asumido y que forma parte

“La tendencia principal es la de trasladar la estética y comodidad del mobiliario de interior al exterior. Crear verdaderos salones de exterior...”

de nuestra vida cotidiana, no discutimos si es necesario o no lo es. Otro punto de vista es si es un buen diseño o no... Con lo que las tendencias son infinitas, son modas, que se retroalimentan unas de las otras”.

“La tendencia principal es la de trasladar la estética y comodidad del mobiliario de interior al exterior. Crear verdaderos salones de exterior”, exponen desde Gunni Trentino. Del mismo modo, Ricard Vicens, de Calma, considera, desde su punto de vista, que la tendencia (que no moda), es importar al exterior todo lo que funciona bien en el interior, “la estética interior quizás más seria y sobria, se está trasladando a espacios exteriores con el fin de que no suponga un cambio visual muy radical... El mueble tapizado hace unos años era impensable en el exterior, y en la actualidad hay una evolución técnica muy importante para que los tejidos sean resistentes a la intemperie”.

Por otro lado, a pesar de que los tonos neutros suelen ser la base principal de los ambientes, “notamos una tendencia hacia el color y los textiles estampados. Realmente, todo es posible actualmente en un ambiente de exterior. El desarrollo

Foto: Gancedo



en materiales técnicos es asombroso y cada año mejora la resistencia del color de los textiles y de los materiales a la exposición solar y la intemperie”, añade Mónica Fernández.

Estéticamente, Miriam Vilchez indica que, en cuanto a diseño, prioriza las líneas sencillas, elegantes de estructuras acabadas en color mate. “El blanco sigue siendo el protagonista y se le añade la nota de color en los tejidos y accesorios. Se buscan los looks salvajes y atrevidos donde las plantas y los colores críticos tienen gran protagonismo que se mezclan con colores cálidos como marrones y ocre para darle calidez al espacio”.

A nivel de material, detalla que se antepone la calidad, “dándole una especial importancia a lo ‘made in Europe’. Se buscan mobiliarios con garantía de durabilidad y con recambios que alarguen su vida útil”. Mientras, Izaskun Ceberio, de Durmi, determina que “la vuelta de lo natural y de lo artesanal es evidente, combinado con



Foto: Vondom

elementos que persiguen en todo momento la comodidad del cliente, las plantas invaden el interior y en el exterior queremos estar lo más cómodos posibles”.

Asimismo, Antonio Pons, de Point 1920, precisa que existen dos tendencias muy marcadas, “la línea más fría en aluminio, con líneas simples casi minimalistas y muy rectas. Y, por otro lado, la línea



Our Technologies, Your Tomorrow

Comedor nave Inditex (La Coruña)

Hotel NH Collection Gran Vía (Madrid)

Residencia de Estudiantes (Almería)

Fábrica Pikolin (Zaragoza)

Edificio de oficinas Accenture (Barcelona)

Club Med Balaia (Albufeira, Portugal)

Q-ton Air to Water

Aerotermia

Producción de ACS hasta 90°C con **REFRIGERANTE**



5 años Realizando proyectos de referencia en España y Portugal

Más de 100 unidades

instaladas en **España y Portugal** nos **avalan**

El sistema **idóneo** para grandes demandas de **ACS**

Visítanos en:
<http://www.aerotermia-qton.com/>



Foto: Grosfillex

más cálida, sobretudo realizada en teca combinándola con telas y elementos textiles”.

Por otro lado, Ignacio Gisbert, de Vondom, indica que “en el mobiliario exterior cada vez son más y más las empresas que se unen al diseño y producción de mobiliario de plástico, ya que es ligero y fácil de mover, resiste perfectamente las inclemencias climáticas y es muy cómodo”.

Así, por lo que podemos ver, otra de las tendencias que está en auge actualmente, es la versatilidad, “productos que puedan fácilmente

adaptarse a diferentes ambientes, piscinas, spas, terrazas, patios interiores, etc.”, determinan desde Balliu Export. “La combinación de diferentes productos en un mismo espacio se aplica cada vez más, por ejemplo, en lugar de poner solo tumbonas se añaden mini tumbonas y camas balinesas para ofrecer diferentes espacios y aprovechar al máximo el espacio disponible. Siempre que el espacio lo permita se están introduciendo productos XL (de un tamaño algo superior a los standard) y que aportan confort al usuario”, especifican desde Grosfillex.

Finalmente, y como en todos los apartados, “hay una clara tendencia a la sostenibilidad, los responsables hoteleros cada vez son más conscientes de la tendencia a un turismo sostenible, buscan elementos, tecnologías y colaboración con proveedores que tengan consciencia y práctica sostenible”, concluye Miriam Vilchez.

Hacia dónde se dirige el futuro

De cara al futuro desde Balliu Export apuestan por diseños de líneas sencillas, atemporales, de estructuras ligeras y poco complicadas.

No obstante, aseguran que “la apuesta de diseño más arriesgada vendrá condicionada por la propia distribución del espacio y la elección de los complementos”.

“La evolución técnica indica que siempre habrá nuevas aplicaciones y soluciones

más novedosas, intentando cada vez más y de una forma ya muy convincente que sean materiales respetables con el medio ambiente, entendiendo que es un bien común y es nuestra obligación respetarlo, mantenerlo y, a ser posible, mejorarlo”, detalla Ricard Vicens.

En cuanto a materiales, “se seguirán buscando productos de alta calidad que ofrezcan garantías de resistencia y durabilidad, donde la propia elección del producto se convierta en una inversión de futuro”, precisa Miriam Vilchez. Del mismo modo, Francesc Hernández asegura que va a continuar la tendencia de diseño y confort que ya conocemos, “los materiales consideramos que seguirán siendo los actuales (polipropileno, aluminio, textilene...)”. Asimismo, Ignacio Gisbert concreta que se están utilizando el polipropileno y polietileno respectivamente, “ya que son materiales muy duraderos y que ofrecen resultados finales en cuanto a diseño y formas muy atractivos”.

No obstante, Antonio Ponts considera que se van a incorporar nuevos materiales al exterior, materiales sintéticos que imiten a materiales naturales, como el algodón o incluso la lana o la madera.

Por otra parte, “cada vez más se buscarán soluciones y propuestas sostenibles, apostando por materiales y productos respetuosos con el medioambiente, contribuyendo, de esta manera, a respetar la naturaleza”, concluye Miriam Vilchez.

Foto: Durmi



Foto: Acristalia



Descubre quién está cambiando las reglas en la hostelería



Innovación en más de 1.000 categorías de producto de la mano de 300 empresas y 30.000 m2 de exposición.



MÁS DE 300 PONENTES INTERNACIONALES:



Donald Burns
Consultor gastronómico
THE RESTAURANT COACH



Jeffrey Amoscato
VP Supply Chain
SHAKE SHACK



Diego Guerrero
Chef y Emprendedor
DSTAgE



Anne Boysen
Business Analyst
AFTER THE MILLENNIALS



Eva Hausmann
Estilista Gastronómica
HAUSMANN
GASTRONOMIC EVENTS



Carles Tejedor
Director Gastronómico
OILMOTION



Roberto Ruiz
Chef y Emprendedor
PUNTO MX



Javier Bonet
Chef y Emprendedor
SALA DE DESPIECE



Javier Goya
Chef y Emprendedor
TRICICLO



Javier Sirvent
Technology Evangelist
MENTES BRILLANTES



Guillermo Rodríguez
Head of Social Media
GRUPO PALLADUM



Juan Moll
Jefe de Sala
GRUPO ROBUCHON

GLOBAL MAIN PARTNERS :



PREMIER PARTNERS:



MEDIA PARTNER:



HOSTELPRO te ofrece un 50% en las entradas Business Pass y Premium VIP Pass con el código HIP18HOSTELPRO50

HIP ES UN EVENTO EN COLABORACIÓN DE:
NEBEX.T
NEXT BUSINESS EXHIBITIONS
IFEMA
Feria de Madrid



■ Repsol permite disfrutar de las terrazas en pleno invierno ■



Llega el invierno y la bajada de temperaturas está asegurada. En nuestro país nos resistimos a dejar de salir, de ir a los bares y sentarnos en el exterior. Para hacer confortable las terrazas es necesario climatizarlas ya que no hay mejor reclamo que una terraza bien acondicionada, cálida y ambientada.

Pero, ¿con qué energía se climatiza este espacio?, ¿qué costes tiene?, ¿son necesarias instalaciones complejas?, ¿se paga sólo lo que se consume o tiene unos costes fijos haya o no consumo?, ¿qué se hace después cuando llega el buen tiempo con los equipos?.

El gas de Repsol es la energía que permite disfrutar con confort en una terraza durante el invierno.

Además, con la climatización a gas se da un “toque” de calidez y confort extra a la terraza, ya que algunos de los equipos a gas permiten ver la llama.

Con equipos a gas se pagará sólo por el gas consumido, sin tener costes fijos. Los equipos se pueden guardar en el interior del local cuando se cierra.

Además, Repsol ofrece diferentes alternativas para adaptar su servicio a las necesidades de cada cliente:

Con la **modalidad de renting** se pueden utilizar los equipos los meses que se necesiten y olvidarse de ellos el resto del año. Con esta opción el cliente siempre tiene a su disposición los últimos modelos del mercado que mejor se adaptan a su negocio y cuenta con servicio de mantenimiento incluido.

Otra posibilidad es la **compra de los equipos**. En este caso Repsol ofrece servicios de mantenimiento y almacenaje al final de temporada. Esta opción es la más adecuada si lo que el cliente quiere es realizar la inversión.

Sea cual sea la opción elegida, desde Repsol siempre asesorarán sobre dónde colocar y cómo utilizar los equipos.





PRODER Soft Laundry System el nuevo sistema de ultraconcentrados

Empresa: S.A. PRODER // Teléfono: 937 132 025 // Web: <http://www.saproder.com/>

Soft Laundry System es un sistema integral para la dosificación de productos de lavado y tratamiento de tejidos en lavanderías on premise. Con sólo conectar el equipo a la lavadora, permite al usuario escoger entre dos programas "basic y complet", en función de la necesidad y nivel de exigencia. El equipo ofrece un conjunto de ventajas entre las que destacan la calidad de lavado, la rentabilidad, la optimización del espacio, la facilidad de uso y la seguridad. Todo ello combinado con las mejores formulaciones biológicas que disminuyen el impacto medioambiental aportando un excelente resultado en las prendas lavadas.



SAECO Presenta Cristallo Evo 600



Empresa: SAGA COFFEE IBÉRICA, S.A. // Teléfono: 934 740 017 // Web: <http://www.saecoprofessional.es/>

Esta es la nueva línea Saeco Evo. Una exitosa línea de máquinas freestanding hot con un diseño completamente nuevo, inserciones de aluminio, gráficos modernos y emotivos, además de una nueva pantalla. Cristallo Evo 600, diseñada y desarrollada para reducir y optimizar las intervenciones de reposición y asistencia, evoluciona y renueva su imagen; se mejora su rendimiento gracias a la innovadora tecnología Gran Gusto (7 gr en la versión Espresso), que elabora un verdadero espresso italiano con sólo 6 gr de café molido. El sistema de iluminación LED ayuda a reducir el consumo de energía. La máquina dispone de 5 contenedores y ofrece 16 bebidas diferentes y hasta 42 con preselección. Cristallo Evo 600 combina perfectamente con la máquina snack&food Corallo 1830 y con el kit correspondiente se puede transformar en Máster para combinarla con el modelo Corallo 1830 Slave. Cristallo Evo 600: Heart of Coffee.

GRANDFORM GRANDFORM Nuevo sistema de hidromasaje Sensation Hotel

Empresa: GRUPO SFA (SFA SANITRIT) // Teléfono: 935 446 076 // Web: <http://www.sfa.es/>

Grandform, lanza el nuevo sistema de hidromasaje "Sensation Hotel", que se suma a los ya disponibles Sensation Air Pool y Sensation Style. Se orienta tanto hacia establecimientos hoteleros como hacia todo tipo de viviendas de obra nueva, reformas o rehabilitaciones donde se requiera un sistema de fácil manejo, pero con la más avanzada tecnología de masaje por agua en circuito cerrado. El nuevo sistema Sensation Hotel de Grandform pone el acento en el silencio y la simplicidad. Impulsado por una nueva turbina de aire ultra silenciosa, ofrece un programa único de 15 minutos que combina cromoterapia y un masaje con ozono que estimula la circulación sanguínea, disminuye la actividad refleja de los músculos y promueve la relajación y el bienestar, suavizando así todas las tensiones diarias. Sensation Hotel está disponible para la gama Grandform Exclusive, que incluye los modelos de bañeras Bossanova, Maloya, Milonga, Concerto y Romanza, con un total de 15 medidas. El sistema de hidromasaje se basa en una silenciosa turbina Whisper soportada por un potente motor de 900 W, capaz de alimentar cuatro jets orientables cromados DIN 70 mm, que se suman a otros dos rotativos y a un total de doce nanoinyectores distribuidos por la superficie interior de la bañera. Otra de las funciones incorporadas en el nuevo sistema de hidromasaje Sensation Hotel de Grandform es la cromoterapia. Emplea luz de cuatro colores como método de relajación o estimulación, de manera que los tonos fríos como el azul o el verde son relajantes, mientras que los más cálidos rojos y amarillos resultan estimulantes.



TORK Muestra sus novedades para 2018

Empresa: TORK // Teléfono: 916 578 400 // Web: <http://www.tork.es/>



Tork empieza el año presentando tres grandes novedades que se unirán a su portfolio de productos, especialmente pensados para rentabilizar el negocio de sus clientes, ofreciendo siempre la mejor relación calidad-precio. Con estos productos la compañía aporta al mercado soluciones innovadoras para optimizar la limpieza y la higiene tanto en los aseos como en las zonas comunes. Tork ha ideado un nuevo modelo de dispensadores, Tork Soporte Punto de Higiene, con un diseño flexible y atractivo. Se ha concebido para posicionar la higiene en el corazón de la empresa y mejorarla, tanto en las oficinas, como en el resto de espacios públicos. Tork pone de manifiesto, una vez más, su firme compromiso con la importancia de la higiene de manos, a la vez que demuestra su preocupación por el bienestar tanto de empleados, como de clientes e invitados. Tork Soporte Punto de Higiene se caracteriza por facilitar un acceso más cómodo a los jabones, líquidos o en espuma, y pañuelos faciales. Por otro lado, su estructura, de sólida construcción, permite instalar hasta tres dispensadores en un mismo Soporte Punto de Higiene. Por último, su diseño elegante encaja a la perfección en el entorno de las oficinas más modernas. Para Tork, la sostenibilidad va más allá del cuidado al medio ambiente, está integrada en el diseño de todos sus productos y servicios. En este sentido, la compañía presenta su nuevo Surtido de Mesa Reciclado Gama Ocre. Se trata de una línea de servilletas fabricadas con fibras 100% naturales, manteniendo el color natural, sin colorantes añadidos ni procesos de blanqueamiento. Además, son biodegradables y el embalaje que contiene el producto es de cartón reciclado. Con estas características la Gama Ocre cuenta con la certificación FSC y la Ecoetiqueta de la UE.

Barceló Hotel Group duplica el número de hoteles galardonados por Tripadvisor



Este año Barceló Hotel Group está de enhorabuena, y es que casi ha duplicado el número de hoteles premiados en los prestigiosos premios Tripadvisor Traveler's Choice Award 2018, pasando de 6 hoteles en 2017 a un total de 11 en esta 16ª Edición.

Los establecimientos de la cadena en México han sido los más beneficiados con un total de 5 galardones, de los cuáles 1, el Barceló



Maya Colonial, destaca sobre los demás al haber sido elegido como 1 de los 25 mejores hoteles familiares del mundo, y el mejor de México en esta categoría. Los Tripadvisor Traveler's

Choice Award eligen cada año a los mejores hoteles de cada región según los usuarios de la que está considerada como la mayor web de viajes del mundo.

Design Plus, la nueva línea de hoteles de Meeting Point Hotel Management



FTI GROUP ha presentado su segunda marca hotelera internacional, Design Plus, hoteles de Colección de Meeting Point Hotel Management, durante Fitur la feria internacional de turismo que se celebra anualmente en Madrid. Los rasgos que definen esta nueva marca son el diseño, sus exclusivos restaurantes y emplazamientos especiales, urbanos combinando ciudad y playa.

Los hoteles que formen parte de Design Plus incluirán restaurantes y bares de alto standing que mirarán a los huéspedes con gastronomía local e internacional y bebidas de autor. El concepto de esta marca consiste en, por ejemplo, una exclusiva lencería Malaika. Esta lencería fabricada en Egipto destaca por su alta calidad y sus materiales ecológicos. Su producción, además, favorece a mujeres de zonas remotas de Egipto, dándoles la oportunidad de conseguir una valiosa habilidad y mejorar su situación económica.



El galardonado Design Plus BEX Hotel, en el corazón de Las Palmas de Gran Canaria, abrirá en Febrero 2018 como buque insignia de esta nueva marca. Antes de su inauguración, Design Plus Bex Hotel ya ha ganado un prestigioso galardón por ser uno de los "Mejores Proyectos para la Rehabilitación y Sostenibilidad Hotelera en España" durante la ceremonia anual ReThink Hotel. El hotel ha sido reconocido por diversos factores que incluyen conservar los tradicionales elementos estéticos de un banco tales como puertas de la cámara acorazada, y antiguas cajas fuertes. Además, Design Plus Bex Hotel está construido con el objetivo de conseguir un 70% de ahorro energético, gracias a medidas de eficiencia energética tales como la modificación del sistema de aire acondicionado.

Be Live Hotels invierte 6 millones para renovar dos establecimientos en Canarias



Be Live Hotels, la cadena hotelera del grupo Globalia, acaba de finalizar las obras de modernización de dos de sus establecimientos ubicados en Tenerife, el Be Live Experience La Niña y el Be Live Experience Orotava. La fuerte inversión llevada a cabo, cuya cifra alcanza los 6 millones de euros, constata la firme apuesta de la marca por Canarias y por la reforma de su planta hotelera con el fin de ofrecer siempre al cliente el mejor servicio.



El Be Live Experience la Niña, de categoría 4*, está ubicado en Costa Adeje, al Sur de Tenerife. Es un establecimiento de perfil vacacional cuyas 226 habitaciones han experimentado una renovación integral. También ha procedido a la reforma de otras áreas como la recepción, el lobby bar, el restaurante Buffet, el bar piscina o el miniclub entre otros. Además, los clientes podrán disfrutar de un nuevo gastronómico gracias a la construcción de un restaurante a la carta.

Por su parte, el Be Live Experience Orotava ha experimentado también una modernización completa de todas sus habitaciones, 225 en total. Este establecimiento 4*, de perfil vacacional y de negocios, está situado en Puerto de la Cruz.

Vincci Selección Posada del Patio 5*, reconocido por su labor de integración del Patrimonio Cultural en Málaga



Vincci Selección Posada del Patio 5* (Málaga) ha sido galardonado con la Mención Especial por la Integración del Patrimonio Cultural en Málaga, en la IV edición de los Premios Re Think, celebrados en el marco de Fitur, en el salón de actos de la Secretaría de Estado de Turismo en Madrid. El establecimiento de cinco estrellas de Vincci Hoteles en Málaga ha sido reconocido con este premio debido a su labor de recuperación, conservación y exposición de los restos de la muralla árabe encontrados durante la obra del hotel entre 2007 y 2008. Los Premios Re Think tienen como principal objetivo promover la rehabilitación sostenible de los hoteles.



Situado en el centro histórico de Málaga, Vincci Selección Posada del Patio 5* está construido en la ubicación que correspondía a dos antiguos edificios, uno de los cuales era una de las últimas posadas que existían en Málaga y el otro, era un edificio de viviendas en el que se ha respetado la fachada de principios del siglo XX. Ha sido reconstruido en su totalidad, respetando el patio que le daba nombre y un antiguo zaguán que correspondía a la entrada desde la calle Camas. Bajo ambos edificios fueron encontrados los restos de la muralla árabe de Málaga, junto con los restos de la antigua Puerta del Río.

Asier Alcalde y Daniel García ganadores de la 3ª semifinal del VII Concurso Cocinero del Año



Asier Alcalde, del restaurante Laia de Hondarribia (Guipúzcoa), y Daniel García, del restaurante Aboiz de Garai (Vizcaya), quedaron primer y segundo finalista en la tercera semifinal del VII Concurso Cocinero del Año, celebrada en Bilbao con el patrocinio de Eurofred. El ganador del certamen se elegirá en la gran final, que se celebrará en Barcelona en el marco de Alimentaria 2018, el próximo mes de abril.



Eurofred es uno de los patrocinadores de la VII Edición del Concurso Cocinero del Año, dirigido a cocineros profesionales residentes en España y mayores de 23 años. Concurso Cocinero del Año es un prestigioso certamen gastronómico a nivel nacional, avalado por grandes chefs de nuestra cocina como Martín Berasategui (3*) y dirigido a cocineros profesionales de toda la geografía española. Esta séptima edición se ha dividido en cuatro grandes semifinales, repartidas en dos años y celebradas en cuatro áreas geográficas. En ellas toman parte 32 cocineros de los que sólo los 8 mejores (dos en cada semifinal) alcanzarán la final.

También han participado en esta tercera semifinal David Rodríguez, Restaurante Danako (Irún, Guipúzcoa); Ramón Piñero, Restaurante La Cocina de Ramón, (Logroño, La Rioja); Begoña Vázquez, Restaurante Regueiro da Cova (Verín, Ourense); Gerson Iglesias, Restaurante Ruxe Ruxe, (Vigo, Pontevedra); Borja Moncalvillo, Restaurante Amarras (Castro Urdiales, Cantabria) y Adrián San Julián, Restaurante Yume, (Avilés, Asturias).

Grosfillex estará presente en la feria HIP 2018



Grosfillex, fabricante de revestimiento decorativo y de mobiliario contract, tendrá un papel relevante en HIP 2018, feria de innovación y tendencias para el sector Horeca que tendrá lugar en Ifema del 19 al 21 de Febrero como Global Main Partners.

Dentro de su estrategia de reforzar su posición de liderazgo en el sector del mobiliario de exterior, Grosfillex ha decidido apostar fuerte en el sector del revestimiento. La compañía presentará sus novedades en revestimiento decorativo y mobiliario de exterior a través de un breve



recorrido por distintos ambientes dirigidos a los profesionales del sector que buscan mejorar la competitividad de sus empresas.

Las propuestas destacarán por la calidad, el diseño versátil e intemporal que ofrecen las diferentes series de mobiliario Ramatuelle 73, Sunset y las opciones decorativas del revestimiento Element 3D, nueva solución constructiva en seco que permite reducir costes del alicatado y el ahorro de tiempo en una reforma. Ubicación Grosfillex. Ifema. Pabellón 3. Stand Nº 3D124

CISA presenta su nuevo catálogo de soluciones 2018



CISA Cerraduras presenta su nuevo catálogo-tarifa 2018 que incluye una extensa gama de soluciones para la gestión de accesos; cerraduras eléctricas, cerraduras para carpinterías metálicas y de madera, cerraduras de seguridad a borjas y para puertas acorazadas, cilindros, candados, cierrapuertas, cajas fuertes, manillas, cerraduras cortafuego y cerraduras con función antipánico, dispositivos antipánico, dispositivos de emergencia, etc.



En la nueva edición del catálogo CISA 2018 en formato digital, se incluye la actualización de su amplia gama de productos en formato PRESTO. El formato PRESTO es un estándar de traspaso de información digital entre el fabricante de productos de la construcción y los proyectistas de obras, compatible con una amplia variedad de softwares a través del estándar FIEBDC.

Desde viviendas particulares a edificios de oficinas, desde centros de enseñanza a centros hospitalarios o el sector hotelero, la seguridad es el primer objetivo de cualquier solución de control y gestión de accesos. CISA está a la vanguardia para satisfacer las necesidades en todo tipo de entornos, con soluciones específicas para prevenir el acceso ilícito en cualquier tipo de acceso.

Frima pasa a ser Rational



Rational AG ha fusionado las líneas de productos de vaporizadores combinados de Rational y del VarioCookingCenter de Frima bajo el paraguas de la marca Rational. De esa forma, el líder de mercado de Landsberg am Lech podrá satisfacer aún mejor las necesidades del mercado y, como especialista en productos, proveedor de soluciones y asesor, siempre podrá ofrecer a sus clientes la herramienta más adecuada para la preparación térmica de comidas en el ámbito de la cocina profesional. Por último, con la combinación del SelfCookingCenter y del



VarioCookingCenter, se puede hacer frente a casi todas las dificultades de la cocina a gran escala.

Se optimizará el asesoramiento y la atención a los clientes de ambas organizaciones, de manera que Rational será capaz de atender a sus clientes aún mejor y en menos tiempo. Los clientes podrán disfrutar del know-how de sus especialistas en vaporizadores combinados y el VarioCookingCenter y, si lo necesitan, recibirán un asesoramiento combinado acerca de las posibles soluciones, que cada vez son más importantes especialmente para las cocinas profesionales y la gastronomía sistematizada.

Las tecnologías de ambas líneas de productos seguirán desarrollándose en paralelo, así como produciéndose en paralelo en las mismas plantas que hasta ahora.

Soluciones de automatización de accesos



También mantenemos puertas de otros fabricantes

Puertas correderas • Puertas batientes • Puertas giratorias • Puertas industriales • Servicio

ASSA ABLOY Entrance Systems es un proveedor líder de soluciones de automatización de accesos para un flujo eficaz de mercancías y personas. A través de nuestras marcas de producto Besam, Crawford, Megadoor y Albany, ampliamente reconocidas en todo el mundo, ofrecemos productos y servicios especializados para satisfacer las necesidades de operaciones cómodas, seguras, fiables y sostenibles del usuario final.

ASSA ABLOY Entrance Systems es una división de ASSA ABLOY.

Más información en www.assaabloyentrance.es ☎ 91 660 10 70

ASSA ABLOY

The global leader in
door opening solutions



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.

Respeta el origen.

#RESPECT



mychef.

respects what you respect

mychef.distform.com