

hostelpro

proyectos y proveedores de hostelería y restauración

ENTREVISTAS



Sonia Agudo
SERCOTEL HOTELS



Ana Blas
EUROSTARS CASA DE LA LÍRICA



Elisabet Folguera
H10 CASA MIMOSA

EUROSTARS CASA DE LA LÍRICA, MADRID
H10 CASA MIMOSA, BARCELONA

REPORTAJES

Cocinas Industriales
Limpieza Industrial
Amenities en el hotel

Vbobaleares ???????

calle ocells 16
07011 palma
t + 34 971220128
info@vbobaleares.com
www.vbospagna.net

Vbobarcelona ???????

calle diputació 227
08007 barcelona
t + 34 932720948
info@vbobarcelona.com
www.vbospagna.net

Vbobilbao ???????

calle arbolatxa 6
48001 bilbao
t + 34 629410572
info@vbobilbao.com
www.vbospagna.net

Vbocanarias ???????

calle olof palme 31
35010 canarias
t + 34 902014858
info@vbocanarias.com
www.vbospagna.net

Vbomadrid ???????

calle de villanueva 13, bj dcha.
28001 madrid
t + 34 913541751
info@vbomadrid.com
www.vbospagna.net



Proyectos de iluminación Vbospagna

Vbomurcia ???????

calle plaza fontes 4
30001 murcia
t + 34 968218131
info@vbomurcia.com
www.vbospagna.net

Vbopamplona ???????

calle monasterio urdax 16
31011 pamplona
t + 34 948177740
info@vbopamplona.com
www.vbospagna.net

Vbovalencia ???????

calle cirilo amorós 48
46004 valencia
t + 34 960032473
info@vbovalencia.com
www.vbospagna.net

Vbovitoria ???????

calle rioja 25
01005 vitoria
t + 34 945254623
info@vbovitoria.com
www.vbospagna.net

Vbozaragoza ???????

paseo echegaray y caballero 40
50003 zaragoza
t + 34 976979878
info@vbozaragoza.com
www.vbospagna.net

Viabizzuno progettiamo la luce

Vbospagna



Foto: H10 Casa Mimosa

SUMARIO



Foto: H10 Casa Mimosa

Secciones /

Grandes Proyectos **04**
 Equipamiento de Hotel **80**
 Novedades del Sector **84**
 Establecimientos del Canal **86**
 Proveedores del Canal **88**
 Agenda **90**

Portada: Eurostars Casa de la Lirica, Madrid

Fotografía: Eurostars Casa de la Lirica

PÁGINA **04. ACTUALIDAD**
 Hospitality Innovation Planet (HIP)



PÁGINA **06. ENTREVISTA**
 Sonia Agudo, Adjunta Dirección
 General de Operaciones de Sercotel Hotels

PÁGINA **12. PROYECTO HOTELERO**
 Eurostars Casa de la Lirica, Madrid



PÁGINA **18. ENTREVISTA**
 Ana Blas, Directora
 Eurostars Casa de la Lirica

PÁGINA **22. REPORTAJE**
 Cocinas Industriales



PÁGINA **46. PROYECTO HOTELERO**
 H10 Casa Mimosa, Barcelona

PÁGINA **54. ENTREVISTA**
 Elisabet Folguera,
 Directora H10 Casa Mimosa



PÁGINA **58. REPORTAJE**
 Limpieza Industrial



PÁGINA **72. REPORTAJE**
 Amenities en el hotel

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

STAFF
 Editora / Directora / Pilar Romero
 Socio / Editor / Martín Aleñar
 Redactora Jefe / Laura García
 Redactores y Colaboradores /
 David Ramos, Marta Fdez. Cobo,
 Victoria Serena, Juan M. Miranda,
 Patricia Pari y José Fernando
 García Cervera

Directora de Arte / Marisol Navalón
 Directora de Publicidad / Carmen Sánchez
 Departamento Comercial / Paloma Elices
 y Laura G. Martín
 Marketing y Comunicación / Teresa Font
 y Raquel Muñoz
 Suscripciones / Departamento propio
 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.

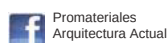




Foto: Hospitality Innovation Planet (HIP)

Hospitality Innovation Planet (HIP)

UN LUGAR DE INNOVACIÓN



IFEMA y NEBEXT han alcanzado un acuerdo para impulsar y co-organizar Hospitality Innovation Planet, la nueva feria profesional dirigida al sector Horeca, que tendrá lugar en Madrid entre el 19 y el 21 de febrero de 2017. Se trata de un evento con tres áreas principales que giran en torno a conceptos complementarios, pero bien distintos en el sector: Bar & Co., Restaurant Trends y Hotel World. Además de un Congreso sobre la transformación del sector y nuevos retos denominado Hospitality 4.0. Hospitality Innovation Planet (HIP) se convertirá en el centro de la innovación, una cita enfocada a tendencias y nuevos modelos de negocio.

La nueva feria profesional dirigida al sector Horeca, Hospitality Innovation Planet, tendrá lugar en Madrid entre el 19 y el 21 de febrero de 2017. Serán Ifema y Nebext quienes tras alcanzar un acuerdo, impulsarán y co-organizarán esta nueva feria.

Con esta colaboración, ambas entidades buscan dotar a España de una plataforma ferial que esté a la altura de las oportunidades y

exigencias a las que debe enfrentarse el sector de la hostelería. El lanzamiento de esta nueva iniciativa significa la evolución de Horeq, el certamen que hasta ahora se encargaba de representar a esta industria en Madrid, y que tras las buenas trayectorias que ha tenido en sus últimas ediciones se hallaba limitado en su capacidad de crecimiento debido a su coincidencia con Fitur.

HIP tiene previsto convertirse en el centro de la innovación, una cita enfocada a tendencias y nuevos modelos de negocio. En este evento se contará con 3 áreas principales entorno a conceptos complementarios, pero a la vez distintos en el sector: Bar&Co., Restaurant Trends y Hotel World. Al mismo tiempo se desarrollará un Congreso sobre la transformación del sector y nuevos retos, denominado Hospitality 4.0.

El destinatario de HIP va a ser el profesional de la hostelería, quien contará con una agenda específica de máximo interés para cada perfil. Por ello, para las grandes cadenas de hoteles y restauración, HIP va a suponer una cita ineludible donde celebrar sus comités de dirección durante esa semana, ya que tanto la Dirección General, Dirección de Marketing, Dirección de F&B, el Chef

Ejecutivo o las Direcciones de Compras o de Operaciones tendrán una agenda única para afrontar con éxito los cambios que deben iniciar sus áreas de gestión. El Congreso Hospitality 4.0 acercará la transformación digital del sector, además de estrategias para mejorar la competitividad, siempre desde una perspectiva única, que supone poner en el centro de todas las operaciones al cliente, al que hay que crearle nuevas y únicas experiencias con el servicio.

El Hospitality 4.0 Congress dirigido por Eva Ballarín, busca poner el foco en quienes representan lo más innovador del sector en modelos de negocios, procesos operativos, marketing o transformación digital para poder aprender de ellos. De esta manera, las novedades en entornos digitales, como es la ciberseguridad o el Big Data se han convertido en temas de obligado conocimiento, al igual que la evolución del marketing y las ventas con herramientas online, lo que hará que se conviertan en protagonistas de varias sesiones temáticas.

Además, también se tratarán 'Hot Topics' como la aparición de nuevos modelos de negocio, los foodtrucks, la entrada de un nuevo catering, la coctelería...

Por otro lado, profesionales del sector Spa&Wellnes, la arquitectura y el diseño de interiores, así como los encargados de la optimización de la gestión de compras para grandes o pequeñas empresas o la contratación y formación de talento para conseguir equipos comprometidos, formarán parte del grupo de Game Changers con los que se podrá aprender una nueva visión de la hostelería.

A todo esto hay que unir las 3 Master Sessions dirigidas a la innovación y la visión de futuro con ponentes internacionales y nacionales de todas las áreas que componen el universo Horeca.

De igual manera, se tiene previsto potenciar y dar protagonismo al Bar en Bar & Co., donde se abordará el mundo del café, de los snacks, las tapas, los espirituosos y un 'Wine Show' que será una visita obligada para cualquier sommelier. Además, no hay que olvidarse de las Bartenders Masterclasses que cada día acercarán productos y nuevas estrategias que mejoren la experiencia del cliente y aumenten los beneficios del negocio.

Mientras, en Restaurant Trends localizaremos las últimas tendencias y conceptos gastronómicos presentados de la mano de grandes chefs. Así, se podrá visitar un área específica de productos y alimentos para los paladares más exigentes, sin descuidar las últimas tendencias en nutrición y dietas alimentarias, además se dotará a los visitantes de una mirada más actual del mundo gastronómico y de la restauración en todas sus versiones. Todas estas tendencias se dividirán en diferentes ámbitos, Culinary Trends Showcase, talleres y showcookings exclusivos con los mejores chefs Michelin y emergentes del panorama nacional e internacional, Cutting Edge Equipment, donde comprobar las últimas innovaciones en equipamiento y pequeña maquinaria para el restaurante, Menaje y servicio de mesa, Food For Foodies, los ingredientes y productos más diferenciales para el sector foodservice y Health & Nutrition, debido a que los clientes quieren ver cada vez más productos saludables en cartas y menús, los productos naturales y de proximidad o aptos para intolerancias están creciendo en los restaurantes de todo el mundo.

Asimismo, también se contará con Hotel World, que será el área en la que se mostrará al hotel como punto central de la experiencia del viajero y donde se podrán encontrar soluciones industriales tales como grandes equipos y maquinaria para cocina y sala, sistemas de climatización y refrigeración, decoración, mobiliario y lighting, tecnología y entretenimiento, wellness y fitness, amenities, lavandería y eficiencia energética, entre otros. Así, las principales tendencias y novedades que se están desarrollando se



Foto: Hospitality Innovation Planet (HIP)

localizarán en las siguientes áreas; Kitchen & Equipment Areas, donde se encontrará el gran equipamiento (cocinas, frío y exposición) para todas las áreas de F&B del hotel, ofreciendo oportunidades de mejora en la conservación, elaboración y presentación de alimentos, reducción de mermas y mayor eficiencia, Textile & Uniforms, Non Food & Packaging Solutions, aquí se buscará el mejor packaging y amenities para sorprender a los clientes en habitaciones, bares, restaurantes y espacios del hotel, Wellbeing Space, en este espacio el mundo de wellness, fitness, bath & pool da un paso más y tendrá un papel muy destacado con las soluciones y conceptos globales más innovadores, Studio Interiors & Lightning, donde se vislumbrarán las últimas tendencias en diseño y confort en mobiliario, interiorismo, decoración y materiales ecosostenibles para crear diferentes ambientes y experiencias únicas en cada área del establecimiento (lobbies, terrazas, habitaciones, etc.) y Global Sustainability y Cleaning & Laundry Solutions, con maquinaria, productos, sistemas y soluciones internas o externas para el hotel.

Foto: Hospitality Innovation Planet (HIP)

HIP está organizado en 4 áreas distintas:



BAR & Co.



RESTAURANT TRENDS



HOTEL WORLD



HOSPITALITY 4.0



¿Por qué es importante para una cadena hotelera destacar las buenas prácticas en relación a la sensibilización medioambiental? ¿Cómo lo acoge el cliente?

La sensibilización medioambiental es muy importante para Sercotel Hotels ya que muestra un valor añadido con la sociedad, con nosotros mismos y con nuestro planeta.

El segmento "eco friendly" es un nuevo target al que nos queremos dirigir para acoger a un público cada día más sensible, involucrado con el medio ambiente y preocupado por el cambio climático y la contaminación. Queremos llegar a los clientes que reciclan y hacer 'greenwashing' para mostrar nuestro compromiso con el medio ambiente y reforzar nuestro slogan: "Las personas primero".

En relación a la sostenibilidad, ¿qué cuestiones destacarías de Sercotel Hotels en este ámbito?

Sercotel Hotels trabaja para cuidar el medio ambiente, respetar la naturaleza y vivir en equilibrio con ella.

En nuestros hoteles lo principal es no tener 'idle-lights' (luces ociosas) en espacios no habitados. Además,

ENTREVISTA

Sonia Agudo

Adjunta a la Dirección General de Operaciones de Sercotel Hotels y encargada de Calidad y Medio Ambiente

«La sensibilización medioambiental es muy importante para Sercotel Hotels ya que muestra un valor añadido con la sociedad, con nosotros mismos y con nuestro planeta...»



Con más de 160 hoteles, emplazados en 112 destinos turísticos dentro de España, Andorra Portugal, Colombia y Cuba, Sercotel Hotels, destaca por su calidad y óptima ubicación en el centro de las ciudades, en áreas financieras y comerciales, en emplazamientos singulares donde el cliente puede desconectar... Además, la cadena, en palabras de Sonia Agudo, Adjunta a la Dirección General de Operaciones de Sercotel Hotels y encargada de Calidad y Medio Ambiente "trabaja por cuidar el medio ambiente, respetar la naturaleza y vivir en equilibrio con ella". Conozcamos más acerca de las medidas medioambientales que promueven desde la cadena.

Foto: Sercotel JC1 Murcia



“Sercotel Hotels trabaja por cuidar el medio ambiente, respetar la naturaleza y vivir en equilibrio con ella...”

incorporamos la política de ‘switch’ off, luces de bajo consumo, detectores de movimiento, mejoras de energías térmicas (calderas y calefacciones), revisión de uso de AC, empleo de calentadores para agua y calefacción y eficiencia del uso energético en la cocina por sus cámaras de frío, etc.

Asimismo, tenemos en cuenta los detalles más pequeños que contribuyen al ahorro de energía y al cuidado del medio ambiente como, por ejemplo, el uso de bombillas de bajo consumo y de productos de limpieza no agresivos, el aprovechamiento del papel por sus dos caras, el reciclaje y la concienciación de no desperdiciar el agua, entre otras buenas prácticas.



Foto: Sercotel G.H.Conde Duque

Desde su punto de vista, ¿qué principales pasos debe dar una cadena hotelera para optimizar el gasto energético?

Para optimizar el gasto energético y obtener unos resultados notables hay que tener en cuenta un plan de reducción, tanto del uso de energía



Sofás~cama para hotel

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


Senntar
de Euroconvertibles S.A.





Foto: Sercotel Coliseo Bilbao

como de los residuos generados y de los diferentes recursos como el agua.

En el plano energético, la reducción de costes y la mayor eficiencia en el consumo de recursos son fundamentales.

¿Qué aspectos se consideran claves para lograr un negocio sostenible en la industria del turismo?

En Sercotel Hotels tenemos en cuenta una triple línea de acción para hacer que nuestros hoteles se vuelquen hacia medidas de sostenibilidad. Entre estas tres medidas se encuentran la

dimensión ambiental, que responde a la pregunta de cómo podemos minimizar los impactos ambientales en nuestra organización; la dimensión económica, que se cuestiona cómo podemos maximizar nuestro beneficio económico; y la dimensión social que busca cómo maximizar el bienestar social de todas las partes interesadas como empleados, proveedores, colaboradores, en definitiva, personas.

Y, por otro lado, ¿cuáles son las mayores dificultades a las que se enfrenta para diferenciarse por vuestro plan de sostenibilidad?



Foto: Sercotel Coliseo Bilbao

La mayor dificultad con la que nos enfrentamos para implementar esta política en el hotel es la de concienciar al personal para que lleve a cabo estas prácticas y que el cliente copie esta conducta.

Actualmente, con el gran desarrollo existente en el campo de la sostenibilidad, ¿cree que estos avances pueden ser un estímulo para el sector? ¿Cómo influye la rehabilitación en la inserción de estos elementos?

De momento, los hoteles pueden acogerse a esta política de cuidado medioambiental de manera voluntaria pero, desde Sercotel Hotels, queremos dar un paso adelante cara al cliente creando una cultura de sostenibilidad antes de que el sector sea regularizado.

Nuestros nuevos hoteles ya se construyen pensando en la sostenibilidad y en la adquisición de la certificación LEED AP. Este proyecto nos permite reducir gastos y ser más sostenibles.

Por otro lado, en los hoteles que ya están operativos es necesario desembolsar una cierta cantidad de dinero para implementar estas mejoras, para lo que estamos elaborando un plan de reducción energética a mediano-largo plazo.

Foto: Apartamentos Sercotel Villa Engracia



Vodafone & Su hotel gestionado con un clic

“Con One Net Hoteles organizo y reviso en tiempo real cada detalle para ofrecer el mejor servicio a mis huéspedes”.

Con Vodafone, su proyecto preparado para el mundo digital. Infórmese en el 1500 y en vodafone.es/one-net-hoteles

Vodafone
Power to you





Leader®

TM PROJECTS



www.tmsillerias.com

TM
GRUPO

UPON
AMBITIOUS FURNITURE

Especialistas en hostelería, hotelería y colectividades.

T.M. SILLERIAS, S.L. - CTRA. DE JUMILLA, KM. 3 - APDO. / P-0418- 30510 YECLA (MURCIA) SPAIN - FAX: +34 968 753 328.
ATENCIÓN AL CLIENTE: 902 190 807



Foto: Sercotel JC1 Murcia



Foto: Apartamentos Villa Engracia

Este 2017 queremos trabajar en un plan de reducción de CO₂ en nuestros hoteles y compensación en una campaña destinataria en Amazonas.

¿Existe una tendencia en alza, por parte de los huéspedes, por la elección de hoteles 'verdes'?

Según un estudio de 2014, realizado por el Global Sustainable Tourism Council y el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), el 90% de los viajeros elige un hotel sostenible y el 34% está dispuesto a pagar por alojarse en establecimientos con tales criterios.

Y, por último, ¿qué percepción debe llevarse un huésped de la cadena Sercotel Hotels?

Nuestro Director General de Operaciones siempre nos dice

Foto: Sercotel Sorolla Palace



que la base de nuestro día a día es transmitir sensaciones a nuestros clientes. Vivimos de sensaciones, de experiencias, de recuerdos positivos, diferentes y, a ser posible, sorprendentes. La satisfacción o no de una experiencia como usuario de un hotel, son una serie de intangibles por los que sales plenamente satisfecho de la estancia. Esto es lo más importante que podemos hacer y sin duda lo más difícil de conseguir y, sobre todo, de mantener.

Este objetivo se consigue a base de trabajo, formación, retención de talento de profesionales y continua escucha de lo que dicen nuestros clientes para aplicar mejoras. Es evidente que las instalaciones deben de tener unos estándares de primer nivel y que el mantenimiento de los activos debe de ser constante, de

forma que la parte 'hard' del negocio esté siempre a la última pero, sin duda, la parte 'soft' es lo que te hace diferenciarte de tu competencia.

De ahí nuestro slogan, "las personas primero". En él reflejamos nuestra dedicación, preocupación y casi obsesión por cuidar a las personas que se alojan en nuestros hoteles, pero también a las personas que trabajan en nuestra empresa. Sin duda, estos últimos son el mejor de nuestros activos y quienes marcan la diferencia en nuestros hoteles. Si conseguimos que nuestros clientes se lleven este recuerdo, estaremos plenamente satisfechos con nuestra profesión de ser "anfitriones de nuestros huéspedes".

Foto: Sercotel Sorolla Palace



PROYECTO HOTELERO

Eurostars Casa de la L rica, Madrid

ALOJARSE ENTRE ZARZUELA



Foto: Eurostars Casa de la L rica



El antiguo hotel, gestionado por el Grupo Hotusa, Maria Elena Palace, situado en el centro de Madrid, ha renovado recientemente sus instalaciones respetando su característico estilo clásico y tematizándolo hacia el mundo de la Zarzuela. De esta manera, el establecimiento ha abierto sus puertas con el nombre de Eurostars Casa de la Lirica 4*, añadido al portafolio de la cadena Eurostars Hotels. Con esta incorporación, la cadena cuenta con 10 establecimientos en Madrid, entre los cuales destaca el emblemático Eurostars Madrid Tower 5*. Además, el área hotelera de Grupo Hotusa gestiona 18 hoteles en la comunidad madrileña.



Foto: Eurostars Casa de la Lirica

Situado en pleno centro de Madrid, a escasos 200 metros de la Puerta del Sol, el hotel Eurostars Casa de la Lirica se ha convertido en un establecimiento elegante, clásico y señorial, uno de los hoteles imprescindibles para alojarse en la capital si se busca tener cerca todo, de esta manera, los huéspedes pueden olvidarse del coche y disfrutar de un toque de distinción, así como del nuevo refugio de la lírica en la capital madrileña.

Ha sido la cadena perteneciente al Grupo Hotusa, Eurostars Hotels, quien acaba de sumar a su portafolio este establecimiento. Se trata del antiguo hotel ya gestionado por Grupo Hotusa, Maria Elena Palace, situado en el centro de la ciudad, que ha sido completamente renovado recientemente respetando su estilo clásico y tematizándolo en el mundo de la Zarzuela. Con esta incorporación la cadena cuenta con 10 establecimientos en Madrid, entre los cuales destaca el emblemático Eurostars Madrid Tower 5*. Mientras, el área hotelera de Grupo

Hotusa gestiona 18 hoteles en la comunidad madrileña.

Este hotel se ha convertido en el nuevo hogar para la Zarzuela, más allá del cercano teatro, donde el género grande

y el chico conviven en armonía. En este sentido, la reforma integral que se ha llevado a cabo sobre las instalaciones del Eurostars Casa de la Lirica 4* ha comprendido la tematización del hotel, siguiendo los motivos de ocho de

Foto: Eurostars Casa de la Lirica



las zarzuelas más representativas de este género musical: La verbena de la Paloma, Doña Francisquita, Gigantes y cabezudos, La perfecta casada, La Parranda, Luisa Fernanda, La patria chica y La Revoltosa.

Así, siguiendo con esta idea, la recepción contiene referencias gráficas que evocan al estribillo de 'La Vervena de la Paloma', la ironía de 'Doña Francisquita' o el attrezzo de 'Gigantes y cabezudos'. Además, las dos salas de reuniones de las que dispone el hotel están dedicadas a los maestros Tomás Bretón y Ruperto Chapí.

En este ambiente, que nos evoca la historia musical del siglo XX español, se han diseñado 83 elegantes habitaciones, las cuales siguen un interiorismo clásico y de calidad, donde se emplean materiales elegantes como mármol, maderas nobles y piedras naturales.

Asimismo, junto a cada puerta de las habitaciones se ha instalado el



Foto: Eurostars Casa de la Lirica

cartel original de cada una de las ocho zarzuelas. Además, una vez dentro, las estancias han sido decoradas con cuadros decorativos a base de

imágenes y partituras de la pieza musical en concreto. Se trata de fotografías históricas cedidas a Eurostars Hotels por el Museo Nacional del Teatro y el Centro



**PMS, motor de reservas
channel management
pruébelo gratis**

redforts.com

redforts
software as a service

Soluciones de
Gestión Hotelera



91 19 82 873
info@redforts.com





Foto: Eurostars Casa de la Lirica



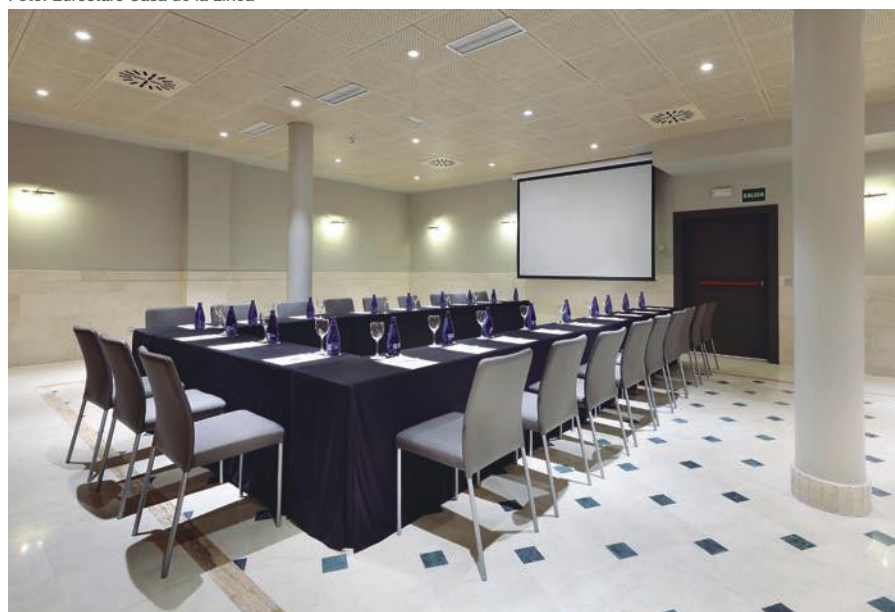
de Documentación y Archivo (CEDOA) de la Sociedad General de Autores y Editores (SGAE).

Hay que destacar que la renovación del Eurostars Casa de la Lirica 4* ha afectado al número de habitaciones iniciales, que se han reducido a las actuales 83 debido a la fusión de algunas de ellas para garantizar una mayor confortabilidad. Del mismo modo, una de las salas de reuniones, se ha convertido en un gimnasio para ofrecer así nuevos

servicios a los huéspedes. Aparte de esto, el hotel cuenta también con salones para eventos, servicio de masajes y la posibilidad de celebrar bodas y otros eventos familiares y de empresa.

Pero el elemento que más poderosamente llama la atención es la gran bóveda catenaria acristalada que preside la zona noble del establecimiento y que distribuye la luz por todo el espacio del lobby principal, realzando la elegancia del entorno.

Foto: Eurostars Casa de la Lirica



A todo esto se suma la privilegiada situación del hotel en el mismo centro de la ciudad, a menos de 200 metros de las paradas de metro de Sevilla y Puerta del Sol, y a menos de 5 minutos de lugares tan emblemáticos como la Gran Vía, el Congreso de los Diputados, la calle Preciados, Callao, el Círculo de Bellas Artes, el triángulo del arte, el Teatro de la Zarzuela o la Plaza Mayor.

Eurostars Hotel Company es el nombre del área hotelera de Grupo Hotusa, de la que forman parte las cadenas Eurostars Hotels y Exe Hotels, y cuenta actualmente con 160 establecimientos en 16 países. Fue en 2005 cuando el Grupo Hotusa creó la cadena Eurostars Hotels, una colección de establecimientos urbanos de gama alta, con una ubicación estratégica en el centro histórico de las ciudades o en las inmediaciones de sus distritos financieros y que destacan por su singularidad cultural.

En la actualidad, la cadena dispone de un portafolio de 90 establecimientos ubicados en las grandes capitales españolas, así como en los principales destinos internacionales: Nueva York, París, Berlín, Roma, Nápoles, Venecia, Palermo, Bruselas, Praga, Budapest, Lisboa, Porto, Casablanca o Ciudad de México, entre otros.



Con este establecimiento, la cadena refuerza su apuesta por Madrid,



Fotos: Eurostars Casa de la Lirica

comunidad en la que dispone de 18 establecimientos, a finales de 2015, la compañía reabrió el Eurostars Suites Mirasierra 5*, un establecimiento de referencia en la capital.

Al margen de los 12 hoteles en Madrid, Eurostars Hotel Company cuenta con otros tres hoteles más en la provincia: el Eurostars Gran Madrid 4*, el Eurostars Arenas de Pinto 4* y el Eurostars I-hotel 4*.

Cierrapuertas | Puertas automáticas | Sistemas de ventilación | Control de accesos

www.geze.es



GEZE Active

Un nuevo concepto en confort y control de puertas

GEZE

BEWEGUNG MIT SYSTEM

GEZE ActiveStop-mayor confort en su hogar: La integrada amortiguación de apertura GEZE ActiveStop, detiene las puertas suavemente, las abre de forma silenciosa y las mantiene abiertas cómodamente. Acceda a sus habitaciones más de la forma más confortable. Averigüe más detalles sobre el nuevo confort de puertas: www.activestop.geze.es

GEZE Iberia S.R.L. | C/Andorra, 24 | E-08830 Sant Boi de Llobregat (Barcelona) | info@geze.es



Focus Open 2015
Silver

Ana Blas

Directora Eurostars Casa de la L rica 4*



Ana Blas. Directora Eurostars Casa de la L rica 4*

El hotel llevaba abierto desde 2005, bajo la denominación de Hotel Maria Elena Palace, y a pesar de haber realizado una reforma integral, no se ha llegado a cerrar en ningún momento.

La acogida tras la misma ha sido fabulosa, ya que prácticamente es un hotel nuevo, y de hecho ya se est  notando en todos los aspectos: los precios son algo superiores, las ocupaciones han ascendido, y tenemos muy buen feedback de todos los clientes, principalmente de los que habían estado en el hotel antes de la reforma.

 Qu  tipo de perfil tiene el hu esped hacia el que va orientado el hotel?

Es mayoritariamente cliente turístico, familias que vienen varios días a conocer la ciudad y quieren pernoctar en un hotel céntrico y con encanto. Además, recibimos reservas de Teatros de la zona, Palacio de Congresos...

Actualmente, tras la renovación del hotel,  qu  principales magnitudes tiene? (superficie, número de habitaciones, empleados, ocupación, servicios...)

El Eurostars Casa de la L rica 4* ha sido fruto de una completa reforma para modernizar sus instalaciones. En ese proceso y con el fin de alinearlo con la filosofía de Eurostars Hotels de contar con establecimientos singulares, se ha decidido tematizar el hotel sobre la historia de La Zarzuela, haciendo referencia a la misma en la decoración tanto de sus 83 habitaciones como de zonas comunes.

Tras su apertura,  qu  acogida está teniendo y qué previsiones tienen a corto y medio plazo del Eurostars Casa de la L rica 4*?

Foto: Eurostars Casa de la L rica



 Qu  lo convierte en exclusivo en comparación con otras opciones?

Es un hotel con encanto, tematizado en La Zarzuela, un producto que no tienen los hoteles de alrededor. Cada vez más los turistas buscan alojarse en establecimientos que, más allá de unas buenas instalaciones, tengan un plus, algo que les haga distintos y en el caso del Eurostars Casa de la L rica 4* es esa tematización musical.

Han basado la reforma del establecimiento en el mundo de la Zarzuela,  qu  pasos se han seguido?,  c mo se adapta un género musical a un establecimiento hotelero?

Efectivamente, todo el hotel est  tematizado con el mundo de la Zarzuela. El equipo del departamento de Cultura y de Interiorismo de Grupo Hotusa ha realizado visitas al Teatro de la Zarzuela para conocer detalles



Foto: Eurostars Casa de la L rica



VICTORINOX



SWISS CLASSIC



Foto: Eurostars Casa de la Lirica

de primera mano e inspirarse para la composición de diferentes elementos decorativos.

Además, el director musical nos hace llegar Zarzuelas, para poder tematizar además el hilo musical del hotel.

Junto a cada puerta de las habitaciones se puede encontrar el cartel original de las ocho principales zarzuelas y en su interior hay cuadros

decorativos a base de imágenes y partituras de la pieza musical.

Esas fotografías y documentos han sido cedidos a Eurostars Hotels por el Museo Nacional del Teatro y el Centro de Documentación y Archivo (CEDOA) de la Sociedad General de Autores y Editores (SGAE).

Es un proceso de obtención de información en primera instancia,

para que así se note la esencia de la temática en cada rincón.

¿Qué principales espacios son los más destacados en el hotel Eurostars Casa de la Lirica 4*?

Tenemos amplias zonas comunes, con un aire clásico pero moderno, con una cúpula acristalada que es la envidia en la zona. Poder desayunar cada mañana debajo de la misma es un privilegio que los demás hoteles no pueden ofrecer.

Por otro lado, ¿qué características comparte con el resto de establecimientos de la enseña?

La singularidad y la orientación cultural son señas de identidad de Eurostars Hotels. La compañía apuesta por hoteles que mantengan y potencien la esencia del destino el que se ubican y que permiten al cliente impregnarse de la ciudad que está visitando, ya sea por ocio o por negocio.



Foto: Eurostars Casa de la Lirica



Tecnología para el confort en su hotel

Buderus, líder europeo dedicado al desarrollo, fabricación y distribución de aparatos de calefacción, agua caliente sanitaria y energía solar térmica, le ofrece soluciones integrales que garantizan el confort en las instalaciones de su hotel.

La experiencia en hoteles de todo el mundo y sus productos, pioneros en condensación, baja temperatura y energías renovables, se adaptan a las necesidades de su negocio. Sin importar la estacionalidad, la superficie o los servicios que ofrece a sus clientes, Buderus siempre tiene una solución con beneficios directos para su hotel: confort, tecnología, eficiencia y rentabilidad.

Le ayudamos a mejorar la eficiencia energética, a reducir los costes de consumo contribuyendo además a la protección del medio ambiente.

Para más información consulte nuestra página web www.buderus.es o contáctenos en el 902 996 725.

iTH
INSTITUTO
TECNOLÓGICO
HOTELERO

El calor es nuestro

Buderus
Grupo Bosch



Foto: Comersa

Cocinas Industriales

Adaptándose a nuevos tiempos

Puede parecer, a simple vista, que todas las cocinas de los distintos establecimientos hoteleros son iguales. Nada más lejos de la realidad, cada hotel cuenta con unas necesidades distintas y variables que solo son satisfechas cuando el espacio ha sido diseñado a medida. Así pues, no existen dos instalaciones iguales a pesar de que puedan compartir la mayoría de las características. Por ello, para realizar una correcta instalación es de vital importancia prestar especial atención a aspectos como el espacio, la durabilidad, la eficiencia, el ahorro de energía o, sobre todo, la funcionalidad.

En el momento que una cadena hotelera decide crear o renovar la cocina de alguno de sus establecimientos, debe tener en cuenta que no existe un modelo estándar, sino que el proveedor deberá analizar las distintas necesidades del local, lo que conlleva realizar un buen estudio de

diversos factores, entre los que destaca el espacio disponible en el local, el equipo humano con el que se va a contar, el volumen de servicio que se va a ofrecer, el diseño que se desea tener...

Todos estos aspectos son imprescindibles en el momento de valorar cómo llevar

a cabo el proyecto, al igual que cuando es necesario decidir el equipamiento a instalar o cómo va a ser su mantenimiento. En este aspecto, son claves conceptos como la estética, la durabilidad y el ahorro energético, sin olvidarnos de la principal característica que debe cumplir este equipamiento, la funcionalidad.

De este modo, cuando se realiza un proyecto adecuado es determinante asegurar la eficacia del sistema, la agilidad del servicio y para un ahorro energético y de costes en general. Hay que tener en cuenta en su diseño que, a diferencia de las cocinas particulares, los equipamientos profesionales trabajan con grandes cantidades de materia prima y pueden contar, además, con diversos elementos adicionales que optimizan su funcionalidad. Por ello, gestionar de manera correcta la cocina de un establecimiento hotelero será otro rasgo fundamental para poder ofrecer a los usuarios que buscan, aparte de un adecuado alojamiento, un buen servicio de mesa.

Porque el verdadero poder,
es **poder elegir.**



COCCIÓN



HORNOS Y ABATIDORES



LAVANDERÍA



FRÍO COMERCIAL



LAVADO DE VAJILLA

Un proveedor único, **especialista**
y líder en **soluciones integrales**
para el sector de la hostelería, la
restauración colectiva y la lavandería
que ayuda a tu negocio a competir
al más alto nivel.

**Nuestra condición de fabricante es un
aval para la tranquilidad de todos
nuestros clientes.**

Con nuestros productos y servicios damos respuesta a las
necesidades de los profesionales de la hostelería, restauración
colectiva y lavandería, ofreciendo soluciones específicas
tanto a pequeñas cocinas de restaurantes como a grandes
instalaciones de colectividades.



En definitiva, cada proyecto es único, por lo que tener en cuenta los requerimientos de cada establecimiento es indispensable.

Equipamiento esencial

En el diseño de una cocina industrial es fundamental plantear una distribución que facilite el acceso y el uso de las máquinas, así como favorecer la organización que se realiza en el trabajo diario. En un primer momento, la cocina de un establecimiento hotelero suele estar conformada por cuatro secciones, cuatro áreas indispensables: zona de almacén, preparaciones, cocción y lavado. No obstante, hay que tener claro que “el equipamiento adecuado con el que debe contar una perfecta cocina industrial es el que mejor se adapta al tipo de comida que se va a preparar, la manera en que se va a servir y a los recursos (humanos, financieros y de espacio) disponibles para tales fines”, detalla David Santamans, Director Técnico de Dosilet.

En este sentido, Ginés Guillén, Director Técnico-Comercial de PEC (Professional Equipment Consulting) expone que, a pesar de depender del tipo de establecimiento, hay que pensar que siempre hay que separar y/o sectorizar las diferentes áreas: los diferentes almacenes, el stock de congelados y refrigerados, zonas de limpieza y preparación de los alimentos, cuarto de platos fríos y postres, zonas de cocción, zonas de lavado de vajilla y utensilios, zonas de distribución y/o emplatado, offices, etc. Asimismo, se debe tener en cuenta que en las cocinas de los restaurantes de hoy el espacio es un lujo, “por eso debe de ser un equipamiento dinámico y de reducidas dimensiones, con sistemas más flexibles y modulares que aprovechan al máximo cada espacio de la cocina, sobre todo en las cocinas pequeñas donde estos aspectos cobran vital importancia”, especifica Alba Serentill, Responsable de Marketing de Distform.

Además, hay que destacar que las cocinas industriales se caracterizan por unas capacidades de producción muy altas, “por lo que es indispensable realizar un dimensionamiento correcto, diseñando una organización funcional y una configuración de espacios con el fin de optimizar los flujos de circulación



Foto: Lada

internos”, analiza Juan Carlos Pernas, Director Técnico de MHR, la división de hostelería industrial de Cofrico. Desde el Grupo Intecno añaden que el equipamiento adecuado para una cocina industrial dependerá de una serie de factores fundamentales, la actividad a desarrollar, las características físicas del local, tipo de producto a suministrar y presupuesto. “Igualmente, debe ser seguro, energéticamente eficiente, ecológicamente sostenible, según normativa y fácil de usar, mantener y limpiar”, concreta David Santamans.

En general, cabe señalar que habitualmente, “todas las cocinas

industriales disponen de tres zonas principales: la zona de almacenamiento y preparación, la zona de producción y la zona de lavado y eliminación. Cada zona se ocupa de diferentes procesos en el ambiente de la cocina industrial y presenta diferentes requisitos para la gestión del agua residual”, analiza Ignasi Massallé, Director de Marketing de ACO Iberia. Más específicamente, David Santamans, continúa indicando que cumplir con todos estos requisitos hace único cada proyecto, pero, en su opinión, todos deben tener las siguientes zonas de trabajo: almacenamiento, preparación, cocción, conservación, lavado y eliminación. “Diferenciadas

Foto: Grupo Intecno



GE

**GRUPOS
ELECTRÓGENOS**

**EI 30
EI 120**

**CAMPANAS
PROFESIONALES**

**CALDERAS
CENTRALIZADAS**

**BAJANTES
DE ROPA**

CTE
CÓDIGO TÉCNICO
DE LA EDIFICACIÓN
DB SI

CTE
CÓDIGO TÉCNICO
DE LA EDIFICACIÓN
DB HS2

Urkizu, 30
48140 - IGORRE (Bizkaia)
España / Spain

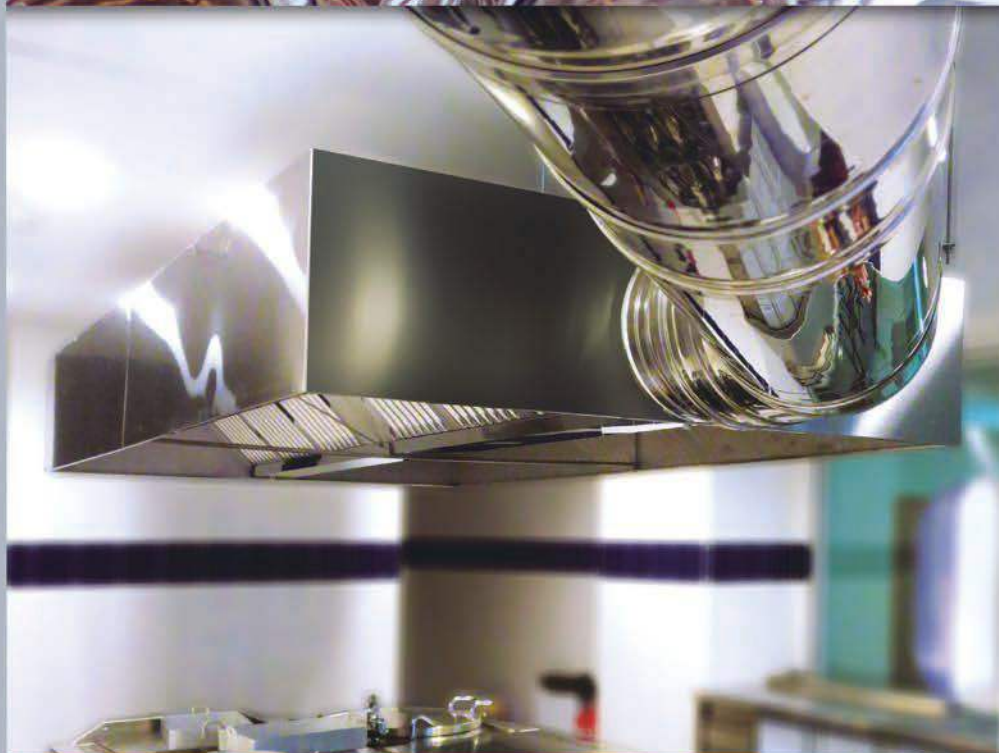
Tel. +34 946 311 850
Fax +34 946 311 851

Entre en nuestra web y conózcanos mejor:
www.negarra.com



Negarra

Instala tranquilidad



PAVIMENTOS, DRENAJES... ELEMENTOS MUY IMPORTANTES

Pavimentos: Los pavimentos son un elemento constructivo fundamental en el proyecto de toda cocina industrial, que debe estar diseñada y equipada específicamente para cumplir su cometido, lo que refiriéndose a los suelos significa siempre buscar la mayor funcionalidad, seguridad e higiene, sin olvidar por supuesto la estética o línea decorativa general. “Hay que pensar, además, que las cocinas industriales son entornos en los que abundan distintos contaminantes, como sustancias grasientas y otros vertidos, que pueden afectar a la adherencia de los suelos y ser peligrosos para los trabajadores. Los responsables de las empresas han de asegurarse de que los suelos sean resistentes a deslizamientos y evitar poner en riesgo la seguridad de las personas”, define Íñigo Badía, Responsable de Altro para el Sur de Europa.

Criterios de elección: según indica Íñigo Baría, al elegir pavimento para una cocina industrial hemos de pensar en el uso que se le va a dar, número de operarios y volumen de trabajo, y elegir un pavimento realmente resistente y duradero, fácil de limpiar y de mantener. La facilidad de limpieza es un factor sumamente importante a la hora de combatir contaminantes, ya que muchas bacterias y gérmenes pueden permanecer ocultos en juntas y grietas. Por ello los suelos continuos resultan más higiénicos y fáciles de limpiar.

Normativas: Hay que tener en cuenta que el suelo debe cumplir las normativas de seguridad ante resbalones y caídas y que la higiene también es crucial, ya que la materia con la que se trabaja son los alimentos. En lo relativo a suelos, “la norma que rige es el DB SUA-1 (Documentos Básicos para en Seguridad de Utilización y Accesibilidad) del Código Técnico de la Edificación (CTE), donde se clasifican los pavimentos desde cero hasta tres, según su grado de resbaladicidad, siendo este último el nivel de protección más alto”, determina.

Canales de Drenaje/sumideros: en el conjunto de elementos a plantear en el diseño de una cocina, uno de ellos debe ser la correcta colocación y selección de los sistemas de drenaje de las

aguas y grasas que se van a utilizar en la cocina industrial. “Un mal diseño y planteamiento del sistema de drenaje encarece la limpieza y el mantenimiento, y en el peor de los casos podría contaminar los alimentos. Hay que tener en cuenta que los sistemas de drenaje son un medio especialmente importante para la proliferación de Listeria y pueden ser una fuente de contaminantes alimentarias”, define Ignasi Massallé, Director de Marketing de ACO Iberia. Además de la seguridad alimentaria, continúa indicando que otros elementos al que un diseño de cocinas industriales debe hacerle frente son la humedad y la grasa. Las cocinas colectivas e industriales son entornos sumamente activos con suelos potencialmente húmedos y grasientos debido a la abundancia de líquidos que se usan en los procesos de cocinado y limpieza y, por supuesto, esos líquidos suelen estar muy calientes. “Las aguas residuales también pueden contener grasas, que son una causa importante de atascos de tuberías y que no se pueden verter en el sistema o circuito general de aguas”.

Criterios de elección: cada zona se ocupa de diferentes procesos en el ambiente de la cocina industrial y presenta diferentes requisitos para la gestión del agua residual. En todas las zonas, no obstante, “la higiene y la seguridad alimentaria y del personal son requisitos obligatorios. La salud y la seguridad son cuestiones de vital importancia en las cocinas industriales y se debe prestar especial atención a la eficacia del proceso y a las medidas contra incendios”, añade Ignasi Masallé. Luego, continúa detallando que otros criterios de elección tienen que ver con que cada uno de los componentes de los canales de drenaje y sumideros tenga fácil mantenimiento y que se puedan limpiar. Y en otros aspectos, se tendrá que tener en cuenta las dimensiones del espacio donde se ubica la cocina industrial o el volumen de producción que allí se genera.

Normativas: Los canales de ACO están certificados de acuerdo con la norma EN 1253 y se aplican las normas de diseño higiénico reservadas para superficies en contacto con alimentos EN 1672 y EN ISO 14159 a los productos de drenaje.

Foto: Aco Iberia



pero correctamente comunicadas para favorecer los flujos de trabajo”. Por ello, para desarrollar estos espacios, “tendremos en cuenta varios puntos, un acceso directo de proveedores a almacén y un correcto almacenamiento de los suministros en cámaras, zona de preparación, intentando separar verduras, carnes y pescados, zona de cocción, equipada con la maquinaria necesaria en cada caso, zona de emplate y pase, pensada para agilizar, en la mayor medida posible, la entrega del producto terminado, zona de recepción sucio y lavado de vajilla, independiente del resto de zonas. Todo ello dependerá de los factores que hemos detallado al principio”, concretan desde el Grupo Intecno. En todas las zonas, no obstante, “la higiene y la seguridad alimentaria y del personal son requisitos obligatorios.

La salud y la seguridad son cuestiones de vital importancia en las cocinas industriales y se debe prestar especial atención a la eficacia del proceso y a las medidas contra incendios”, asegura Ignasi Massallé.

Del mismo modo, Juan Carlos Pernas destaca que “un aspecto clave en esta organización funcional radica en la separación física y funcional de espacios ‘limpios’, como por ejemplo: Preparaciones, Condimentación, Emplatados, Envasados, etc., de los espacios ‘sucios’, como por ejemplo: Almacenes, Desperdicios, Lavados, etc.”. “Si ponemos el foco de atención en la cocción, cabe destacar que la base de una cocina constará de una mesa de cocción (fogones, planchas y grill), horno, cocedor de pasta, freidora o batería



Foto: Distform

de freidoras con mantenedor de fritos, y microondas profesional”, determina Roser Flotats, Responsable de Marketing Mirror. “Teniendo en cuenta estos factores fundamentales, procederemos a desarrollar un proyecto lo más ajustado posible a las necesidades en cada caso.

No obstante, siempre intentaremos facilitar, en la mayor medida, un correcto desarrollo del trabajo diario”, agregan desde el Grupo Intecno.

Así pues, dentro de cada zona encontramos diferente equipamiento,

“pero casi siempre tendremos equipos para el mantenimiento de frío en los alimentos, para la cocción o transformación de los alimentos y equipos para el lavado de los mismos alimentos y de todos los utensilios y vajillas utilizados en su preparación, transformación y presentación”, precisa

**En espacios pequeños
nacen grandes sabores.**

Hornos compactos *MyChef*:

-40% de espacio con la misma capacidad

100% versátil: apilando cámaras de cocción

-23% de consumo eléctrico.

-20% de consumo de agua.

Descubre esta receta en:
www.distform.com

DISTFORM



Foto: Altro Scandess

Ginés Guillén. Igualmente, Daniel Artés, Director Comercial de Comersa, considera que en una cocina actual, debemos tener en cuenta cinco puntos específicos: “muebles frigoríficos (bajo mostradores, armarios de temperatura positiva y negativa y abatidores de temperatura...), fogones y generadores de calor (extracción de humos, cocinas de gas, frytop, freidoras, hornos de altas prestaciones, baños maría...), maquinaria de lavado (lavaplatos, lavavasos, lavaperolas...), elementos neutros (mesas de trabajo, estanterías, etc.), complementos (envasadoras al vacío, tostadores, exprimidores...)”. En detalle, “la composición y distribución de la nueva cocina, debe ser aquella que facilite el trabajo diario, ofreciendo ergonomía y accesibilidad”.

Pero lo que sí es cierto es que el equipamiento tiene que ser proporcional al servicio que se tiene que ofrecer. “Es muy importante dotar la cocina de unas amplias cámaras, zonas de manipulación de alimentos (cuartos fríos), un bloque de cocción bien dotado con su extracción y aportación de aire y zonas de lavado (plonge, vajilla, cristal, etc.). Todas estas zonas tienen que estar diseñadas mediante una distribución en la que no haya ningún cruce entre ellas y cumplamos la normativa sanitaria”, expone Joan Ros, Director Compras de Serhs Projects.

Todo este tipo de equipamiento, debería ser o estar fabricado de materiales duraderos, de fácil limpieza y desinfección y que cumplan o permitan cumplir todas las normativas en materia de seguridad y control por parte del usuario. “Los aparatos más habituales son mesas y armarios refrigerados, equipos de cocción como hornos mixtos, fuegos, planchas, freidoras y sus respectivas extracciones de humos, lavavajillas para platos y/o cristalería y pequeños equipos de apoyo

para la preparación y transformación del alimento como cortadoras, picadoras, trituradores, baños maría termostáticos, etc.”, enumera Ginés Guillén, de PEC (Professional Equipment Consulting).

Otro aspecto importante radica en la economía de costes, “atrás quedan los tiempos en que se destacaban los equipos por sus grandes potencias, que equivalían a unos consumos energéticos muy elevados y poco rentables, hoy en día se apuesta más por equipos con alto rendimiento y con el consumo energético más bajo posible”, precisa Juan Carlos Pernas, de Cofrico.

No obstante, la elección del equipamiento se ha convertido en una cuestión de tendencias. “Hoy está a la orden del día el ser transparente con el cliente, y se están potenciando las cocinas abiertas, donde el comensal puede ver, en todo momento, el proceso de cocción. Son cocinas muy funcionales, muy organizadas y aprovechando al máximo el espacio. Se instalan islas de cocción centrales que permiten la utilización de las mismas por parte de todo el equipo de cocina de una manera práctica y ordenada”, especifican desde el Departamento de Marketing de Eurofred.

Mientras tanto, “en el ámbito de los equipos de lavado, es muy importante determinar qué material va a lavarse y



Foto: Cofrico

la cantidad, ya que en función de ello se deberá instalar un tipo de sistema. Es fundamental tener claro que cada tipo de negocio necesita un sistema de lavado adecuado a sus necesidades", detalla Rocío Cañada, del Departamento de Comunicación y Marketing de Winterhalter Ibérica.

Lo más demandado

Los hoteleros necesitan tener una cocina perfectamente equipada, ágil y eficaz, garantizando una completa higiene y optimizando el ahorro de costes. Por ello, "las cadenas hoteleras y de restauración tienen un interés cada vez más fuerte en la renovación de sus equipos y buscan soluciones que tengan todas las prestaciones en un mínimo de espacio", determina Alba Serentill (Distform).

Así, pues, en la elección lo más importante debería ser la tecnología. "Actualmente no lo es pero cada vez los profesionales exigen más calidad y tecnología", asegura Ginés Guillén (PEC _Professional



Foto: Equipturis-Serhs Projects

Equipment Consulting). A su modo de ver, también es de vital importancia la limpieza de los equipos. "Un equipo importante, si no se puede limpiar y desinfectar bien, ya no es un buen equipo. Igualmente, si queda a la vista, sería muy importante el diseño. Y el precio sería decisión y estudio de cada cliente y cada caso, según

inversión y amortización. Si quien hay detrás de la inversión no es profesional, sólo y exclusivamente ve el precio sin valorar la tecnología ni la higiene o seguridad alimentaria ni el diseño...".

Mientras, Pablo Torres, Chef Corporativo de Rational Ibérica, destaca que en



Innovación eficiente para una cocción perfecta

El horno mixto **Convotherm 4**, con su revolucionario Advanced Closed System+, ofrece unos resultados de cocción extraordinariamente uniformes con reducidos consumos de energía. El nuevo horno de cocción acelerada **Merrychef e2s** cocina hasta 20 veces más rápido, para una calidad constante en servicios con alta rotación. Innovación, eficacia y rapidez para cocinas con alto rendimiento.



Foto: Eurofred

cuanto a equipos de cocción se suele demandar última tecnología, es decir hornos mixtos multifunción que puedan sustituir planchas, freidoras, marmitas, fogones, etc. “El cliente apuesta por estos versátiles sistemas de cocción de alto rendimiento, que ayudan a cumplir los objetivos de las cocinas”. “Percibimos, por parte de los hoteles, un aumento de la demanda de hornos de cinta con resistencias. Creemos que se debe a que ahora no sólo los usan en los bufets de desayunos para brindar a sus clientes un equipamiento que tueste el pan de manera uniforme, rápida y segura, sino también en sus cafeterías y restaurantes para pizzas, platos calientes o gratinados”,

argumenta David Santamans (Dosilet). Igualmente, hay que tener en cuenta que “el diseño debe ser funcional y a la vez atractivo. El precio de un vaporizador combinado suele ser algo más elevado, pero hay que tener en cuenta que se amortiza rápidamente a través de un ahorro importante en materia prima, horas de trabajo y energía”, continúa detallando Pablo Torres.

Asimismo, Ginés Guillén especifica que “los equipos más demandados son planchas y parrillas a la vista, junto a los elementos de cocción tales como fuegos o inducciones típicos y los hornos o equipos de cocción a vapor o baja

“Los equipos más demandados son planchas y parrillas a la vista, junto a los elementos de cocción tales como fuegos o inducciones típicos y los hornos o equipos de cocción a vapor o baja temperatura...”

temperatura. No se eliminan del todo pero se reducen bastante los fritos en general”. “Por parte de los establecimientos hoteleros existe un auge en la demanda de productos que sean capaces de someter los alimentos a temperaturas y humedades controladas”, exponen desde el Grupo Intecno. En este sentido, destaca que es habitual la implantación de maquinaria para procesos de cocción inventados hace 15 años, como los ya conocidos baños termostáticos y baños maría, complementados con nueva maquinaria que controle, de forma precisa, la temperatura y la humedad como los procesadores de alimentos, hornos de precisión, abatidores de última generación que incorporan sistemas de enfriamiento, congelación, descongelación, cocción a baja temperatura, fermentación y pasteurización.

Sin embargo, las demandas de los establecimientos hoteleros son muy variadas, “pero hay una tendencia a buscar servicios polivalentes y con respuestas rápidas para sus clientes, se crean buffets con un servicio de ‘show-cooking’, en donde el cliente puede observar cómo se elabora su menú, o los ‘show-cooking’ rodantes, en donde se puede disponer de una pequeña cocina totalmente autónoma para cubrir las necesidades de sus eventos con independencia del tipo de local en que se desarrolle”, analiza Juan Carlos Pernas (Cofrico). De este modo, en opinión de Roser Flotats (Mirror), el producto más demandado para el buffet de un establecimiento hotelero son las tostadoras de pan con velocidad regulable de la cinta y con sistema de enfriamiento exterior, que garantiza una baja temperatura exterior de la máquina. “En la parte de show-cooking, como también para cocinas interiores del hotel, planchas rápidas o barbacoas a gas de alto rendimiento”.

Y, desde el Grupo Intecno, destacan que, dentro del sector Horeca, “hay que

Foto: Grupo Intecno



mentar el incremento exponencial que sufre la envasadora al vacío, pues como ya hemos comentado, las nuevas tendencias en los procesos productivos y canales de distribución, así lo requieren”.

En concreto, todos los aspectos, de una manera u otra, son importantes. Sin embargo, “el factor energético se está convirtiendo últimamente en un aspecto a tener muy en cuenta en toda instalación, a veces a costa de un aumento de la inversión, pero con los beneficios posteriores. Todos los fabricantes a los que representamos están trabajando para ofrecer al mercado cada vez más equipos lo más eficientes posible”, precisa Joan Ros (Serhs Projects). “La sostenibilidad y el ahorro de recursos cada vez gana más importancia en la elección de la maquinaria. Los equipos de última generación consumen hasta un 40% menos de agua y energía, son autolimpiables, más rápidos, y no requieren de personal de supervisión”, detalla Pablo Torres (Rational Ibérica). Además, especifica que muchos



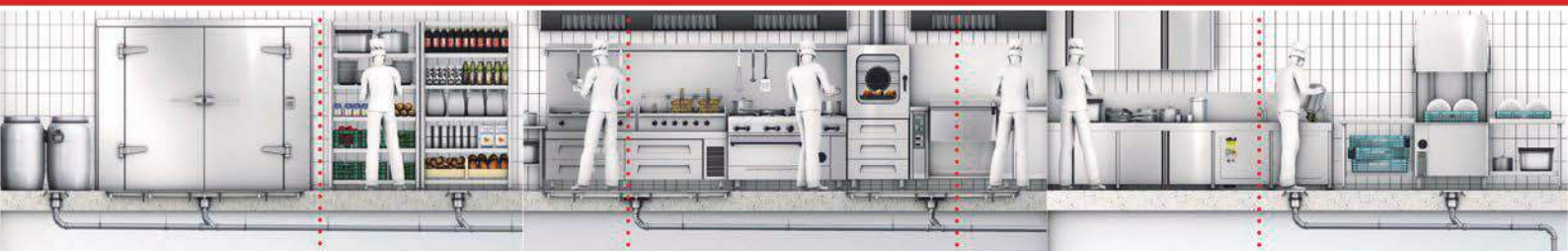
Foto: PEC (Professional Equipment Consulting)

clientes buscan también sistemas para el control remoto de los equipos, descarga automática de parámetros APPCC, descarga de programas, en hornos, abatidores, actualizaciones, autodiagnóstico de fallos posibilidad de conectarlos a través de internet, muy útil para estandarizar procesos en cadenas hoteleras, supervisar planes de higiene, control de usuarios, cálculo de costes energéticos...

Aunque pueda extrañar, la estética también es importante. “En nuestros

diseños intentamos que la funcionalidad de la cocina, los espacios, los acabados estén acorde con el establecimiento. La imagen debe ser lo más correcta y agradable posible”, aseguran desde Serhs Projects. Así pues, en este año 2016, observamos que aspectos como el diseño, la calidad y el servicio post-venta vuelven a recuperar su sitio en la escala de valores de los compradores: “después de años de contemplar sólo opciones baratas, parece que entienden que la calidad siempre sale más a cuenta. En cuanto a la tecnología, suele ser

Gestión del drenaje y la grasa en cocinas industriales



Zona de almacenamiento



Sumidero higiénico ACO

Zona de preparación



Canal modular ACO

Zona de producción



Canal higiénico ACO

Zona de lavado



Canal modular ranurado ACO

Zona de eliminación



Tuberías ACO



Hygiene**First**

ACO IBERIA

Pol. Ind. Puigtió. Ap Correos 84, 17412 Maçanet de la Selva, Girona

Tel. Atención al Cliente 902 170 312

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



Separador de grasas
ACO Lipumax P-DA



Separador de grasas
ACO Lipurat-RAE



Separador de grasas
ACO Lipurat-OAE

muy bien valorada siempre y cuando aporte ventajas en la funcionalidad de los equipos: no se trata de que hagan lo mismo con una tecnología más avanzada, si no de que con ella puedan trabajar más y mejor que antes”, corrobora David Santamans (Dosilet).

Mientras, en lo referente a los pavimentos, en opinión de Íñigo Badía, Responsable de Altro para el Sur de Europa, la tendencia es a romper con la tradición cerámica, a favor de los pavimentos de vinilo continuos, seguros, cómodos a la pisada, ligeros y flexibles. “Ventajas, como seguridad e higiene, hacen que su demanda en el mercado sea creciente. Además, sus posibilidades decorativas y su sencilla instalación y posterior limpieza y mantenimiento apoyan este crecimiento”. Ya en el plano decorativo, “entre las tendencias y acabados para cocinas vemos que imperan los tonos oscuros o neutros, combinables con el resto de los equipamientos de la cocina, y de textura un poco rugosa, para evitar deslizamientos y sin brillos, para no entorpecer la actividad de personas con problemas visuales”, concreta.

Tendencia ‘healthy’ y otras novedades

Los hábitos de consumo han evolucionado mucho en los últimos años en el sector de



Foto: RATIONAL Ibérica

la restauración. “Los consumidores han cambiado sus gustos y momentos de consumo. Por este motivo, el mundo de la restauración debe adaptarse a las nuevas exigencias y costumbres del mercado y lograr satisfacer las necesidades de los clientes para así fidelizarlos”, precisan desde Serhs Projects.

Actualmente, nos encontramos con un cambio social donde se potencia la vida saludable, haciendo más deporte, cuidándonos más y, lógicamente,

esto afecta a la manera de comer. En este aspecto, no solo es importante el disponer de una buena materia prima, sino también la manera de cocinarla. Por ello, “se potencia la cocina al vapor, la cocción a baja temperatura, la menor utilización de aceite y componentes grasos. La maquinaria que se comercializa actualmente va de la mano de este gran cambio social”, detallan desde Eurofred. Además, especifican que cada vez disfrutamos más de la cocina internacional, “ahora comemos sushi, kebabs, ensaladas griegas e infinidad de productos que años atrás nuestra sociedad desconocía. Debido a la gran oferta de tan variados productos, vendemos frescura, calidad en los productos y bien hacer en la cocción de los mismos”. Asimismo, desde el Grupo Intecno destacan que cada vez es más habitual encontrar en los establecimientos hosteleros ofertas de menús especialmente indicados para personas con trastornos alimenticios, bajos en calorías o simplemente más saludables. “La apertura de nuevos conceptos siempre lleva asociado equipamientos que se hacen necesarios para el desarrollo de dicha actividad y el lavado industrial siempre es una parte fundamental”, concretan desde Winterhalter Ibérica. De tal manera que como consecuencia, el equipamiento del sector Horeca, “variará buscando maquinaria que facilite realizar los procesos específicos para conseguir un producto que cumpla los requisitos

Foto: Winterhalter Ibérica



que actualmente se exigen”, añaden desde el Grupo Intecno.

En este sentido, “una de las máximas que se imponen es la de preservar las propiedades organolépticas, el sabor y las texturas naturales de los alimentos”, puntualizan desde Dosilet. Ésta, en su opinión, por un lado ha propiciado nuevas tendencias culinarias como la cocina fría, con alimentos crudos o semi crudos, de clara influencia oriental; o las técnicas de cocción al vacío y a baja temperatura, donde los alimentos se envasan primero y se cocinan después prolongadamente. De igual manera, especifica Juan Carlos Pernas (Cofrico), “el concepto de calidad alimentaria o comida saludable ha exigido a los profesionales de la alimentación y a los fabricantes de maquinaria a desarrollar nuevos métodos de producción y de nuevas tecnologías, como por ejemplo la cocción al vacío, o también denominada ‘sous vide’, en donde el alimento se elabora a una temperatura constante y controlada y en la que el alimento conserva todos sus nutrientes, garantizando todas

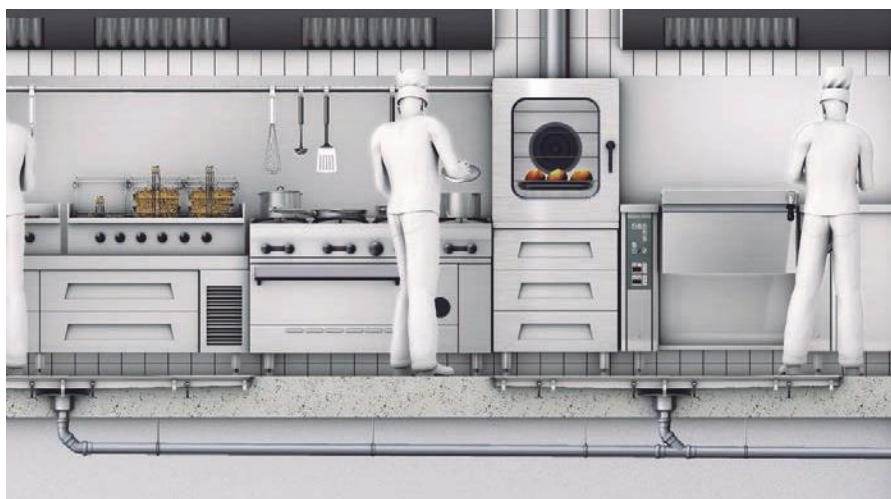


Foto: Aco Iberia

sus propiedades organolépticas”. En este sentido, desde Distform concretan que “las cocciones en hornos consiguen guardar todo el sabor original del producto y de sus propiedades. Se consigue reducir la cantidad de grasa con un resultado bajo en calorías. Además las diferentes opciones que ofrecen estos equipamientos, como la cocción al vapor

dan resultados excelentes en verduras y pescados respetando sus cualidades organolépticas y nutricionales”.

De este modo, la evolución de la tecnología permite que el lugar fundamental donde se elabora la comida, es decir, la cocina “cuenta con la mejor maquinaria, que nos permita ofrecer

- | | |
|--|--|
| 1 FRANCESC TOMAS LLOBET
REUS | 26 HIPERHOSTEL
SALAMANCA |
| 2 SUMINISTROS HOGARHOTEL
VALLADOLID | 27 REFRIGERACIÓN GREDOS
TALAVERA DE LA REINA |
| 3 JISMAEL PLAZA - CIAL PLAZA
GUADALAJARA | 28 REFRIGERACIÓN GREDOS
LA HABANA (Cuba) |
| 4 JOAQUIN CHOCARRO
PAMPLONA | 29 TECNOFRICA INNOVA
DAIMIEL |
| 5 CAFETERAS AUOMAR
ALLARIZ | 30 DELJAUS.(CAFÉ LA ANTILLANA)
ZARAGOZA |
| 6 ADOLFO SANCHEZ YAÑEZ
ÁVILA | 31 REHOS DE ALBACETE
ALBACETE |
| 7 C. HOSTELERA ANDALUZA
VALENCINA CONCEPCIÓN | 32 COMERCIAL HAYA
AGUILAS |
| 8 GASIFRED
IBIZA | 33 SEGURA Y DEZA, COMERCIAL
HOSTELERA DEL PONIENTE
EL EJIDO |
| 9 GASIFRED
FORMENTERA | 34 JIMENEZ ELEZ
TALAVERA DE LA REINA |
| 10 HERLOES S.C.
BURGOS | 35 HOSTELJIEL
ALCORCON |
| 11 COINFRIO
PUERTO DEL ROSARIO | 36 LA CASA DEL HOSTELERO
HUELVA |
| 12 FRINOVO - GRUPO RULL
LLEIDA | 37 LA CASA DEL HOSTELERO
VILA REAL DE SANTO ANTONIO
(Portugal) |
| 13 FRICOPER
PLASENCIA | 38 FRED-MENORCA, S.A.
CIUTADELLA |
| 14 S.H.A.T BALEAR
PALMA DE MALLORCA | 39 MARTINO GARETI S.L.
PAIPORTA |
| 15 FLORE MERA SANCHEZ
VILLANUEVA DE LA SERENA | 40 VALLMED
MÁLAGA |
| 16 FRISAN FRÍO INDUSTRIAL
CIUDAD RODRIGO | 41 TEIDHOSTEL
STA. URSULA |
| 17 FRIOCAS
CASTELLÓN | 42 FRIOCANTO
CONIL |
| 18 FORNET
MURCIA | 43 FRIOCANTO (JEREZ)
JEREZ DE LA FRONTERA |
| 19 HOSTELMAT
SANT FELIU DE LLOBREGAT | 44 FRIOCANTO (TANGER)
TANGER |
| 20 COMERCIAL
HOSTELERIA
BERNARDO SIFRE
ALCIRA | 45 SERVIGAS
AGUIMES |
| 21 CADECO - GRUPO RULL
BARCELONA | 46 FOODSAT
MADRID |
| 22 GRUPO RULL ARAN-BOI-BENASQUE
VIELHA | 47 MACOOL
ELCHE |
| 23 GRUPO RULL
PALLARS-ALT URGELL
SORT | 48 CAFETEC
BANYOLES |
| 24 ORIFRIO HOSTELERA
ORIHUELA | 49 INDEGAMMA
LA GARRIGA |
| 25 FRAMI
BENIDORM | 50 GAROLESA
LEON |
| | 51 GRUP RULL
ANDORRA LA VELLA
(Andorra) |

INTECNO

GRUPO Equipamientos para Hostelería,
Colectividades y Alimentación desde 1992



CONTACTE CON NOSOTROS EN:

www.grupointecno.es | intecno@grupointecno.es | T. 93 272 06 42



Foto: Altro Scandess

unos productos mejor elaborados y de mayor calidad y con un coste mucho menor. En una buena cocina podemos ya disponer de sensores de comida que determinan el grado de pureza de algunas de ellas. Especialmente recomendable para atender a clientes con intolerancia hacia determinados alimentos”, detalla Joan Ros (Serhs Projects). Del mismo modo, desde Comersa aseguran que han aparecidos elementos y maquinas diseñadas para este tipo de cocinas, por ejemplo, hay menos consumo de productos fritos y más de productos asados, vapor, plancha, etc. “La cocina

saludable busca la elaboración del producto en el menor tiempo posible para evitar la oxidación de los alimentos para mantener mejor sus propiedades”.

Por todas estas características, “han surgido diferentes equipos de preparación y cocción con más precisión y control de temperatura para controlar y reducir las mermas nutricionales en los procesos de cocción. En los equipos de preparación, ya existen diferentes equipos y materiales para evitar o reducir la oxidación, merma, etc., para conservar mejor los nutrientes. Equipos de refrigeración que conservan

mejor los alimentos al controlar mejor la temperatura y humedad de los productos, otros que evitan la proliferación bacteriana, etc. Equipos varios de cocciones al vapor o plancha..., (estos equipos han aumentado sus prestaciones y mejorado sus acabados estéticos por si se colocan frente al cliente)”, exponen desde PEC (Professional Equipment Consulting). Así, “una de las mejores aplicaciones de las nuevas tecnologías en la restauración es mantener un control de la calidad y frescura de los alimentos. La calidad es uno de los principales elementos diferenciadores que pueden llevar al éxito a tu negocio. Un horno de cocina moderno que te indica en cada momento el peso de los alimentos, el tiempo necesario de cocción y la temperatura, es una buena opción”, continúa exponiendo Joan Ros.

Igualmente, desde Dosilet, indican que esta nueva tendencia “ha propiciado nuevos usos de equipamientos ya existentes: cocinar la carne en hornos de banda con resistencias (tradicionalmente usados para tostar pan) supone importantes ventajas que estamos estudiando desde el Dpto. I+D de Dosilet: por ejemplo, evitar las sustancias cancerígenas por la carbonización que pueden producirse en una barbacoa manteniendo el sabor propio de una buena parrillada”.

Asimismo, “procesos productivos con abatidores, regeneradores, cocciones a bajas temperaturas, pasteurización, cocción en vacío, etc., están mucho más extendidos y han conseguido atraer el interés de los fabricantes. Esto ha facilitado que los diversos establecimientos de hostelería puedan ofertar un producto ‘singular’ y personalizar enormemente su oferta de cara al público”, argumentan desde el Grupo Intecno. De igual manera, “se potencia la exposición del producto: sobrevitrinas de sushi, armarios expositores especiales de carnicería donde los asadores muestran sus productos, vitrinas de acero inoxidable donde los restaurantes especializados en pescados presumen de la frescura de sus productos, para citar algunos ejemplos”, exponen desde Eurofred.

Por otro lado, hay que tener en cuenta que el concepto de la cocina profesional ha cambiado mucho en los últimos años. Ahora las cocinas industriales son

Foto: Cofrico





Foto: Dosilet

más ergonómicas y se adaptan mejor al modo de cocinar de cada usuario. “En el modo de cocinar también están llegando nuevas aplicaciones mediante la implementación de procesos como la deshidratación, la cocina al vacío o la impresión de alimentos 3D, procesos en su mayoría asistidos por productos que cada vez son más inteligentes, reduciendo tiempos y consumo energético además de obtener unos resultados de gran calidad”, analiza Alba Serentill (Distform). Y, continúa detallando que “estamos ante una generación de Chefs con amplios conocimientos en procesos de cocción, innovadores en un entorno digital totalmente conectado, lo que les convierte en demandantes de productos

con altas prestaciones y que aporten excelencia a sus platos”.

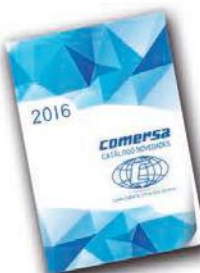
Pero aparte de esta nueva tendencia por la comida saludable, el sector está desarrollando grandes procesos de innovación. “Creo que las principales innovaciones que están surgiendo en este segmento van en línea con la productividad y la mejora funcional de los sistemas. Se tiende a reducir los costes de explotación a su mínima expresión y para ello se invierte en tecnología que permite optimizar los recursos humanos y así conseguir esa reducción de costes”, menciona Juan Carlos Pernas (Cofrico). Desde el punto de vista de Winterhalter Ibérica, se apuesta siempre por la

innovación tecnológica para mejorar la estética y el diseño de los equipos de lavado, pero sobre todo, para hacer más fácil y cómodo el trabajo del personal de cocina. De hecho, “el sencillo manejo de todas las máquinas ayuda a prevenir errores de manejo, encargándose de que el proceso de lavado discorra sin problemas incluso cuando el personal cambia con frecuencia”.

También hay que considerar el diseño de los equipos, “en el que se busca una robustez y durabilidad, de materiales y componentes, y a la vez una operativa lo más funcional e intuitiva posible para así facilitar el manejo por parte del operario”, añade Juan Carlos Pernas. Por ello se

Calidad y diseño a tu alcance

**NUEVO
CATÁLOGO
NOVEDADES
2016**



 **COMERSA**
www.comersa.es

COMERSA, Construcciones Metálicas para la Refrigeración, S.A.
Pol. Ind. Virgen de la Salud, 29. 46950 Xirivella, Valencia.
Tel.: 96 313 50 05 | Fax: 96 370 04 38
comercial@comersa.es



Foto: Equipturis-Serhs Projects

buscan “las cocinas a medida 100 % customizadas y al gusto del chef sin limitaciones en diseño y con las más altas prestaciones tecnológicas. Las novedades en diseño son, las diferentes formas, colores e imitaciones de materiales como madera, óxido, piedra, etc., pero con el propio acero inoxidable”, enumera Ginés Guillén (PEC Professional Equipment Consulting).

Actualmente, las cocinas de los grandes establecimientos, cada vez son más personales y buscan un estilo propio que los diferencie del resto. “Las principales

novedades en cocina en cuanto a estética y diseño se traducen en productos de diseños más robustos y compactos, con líneas sencillas y con capacidad de poder adaptarse a cualquier tipo de ambiente. Diseños de apariencia sencilla pero con altas prestaciones tecnológicas en el caso de hornos, envasadoras, regeneradores, etc..., donde su uso se simplifica gracias a diseños de UI's más intuitivas y fáciles de usar”, describe Alba Serentill. Mientras, Roser Flotats (Mirror), indica que las últimas innovaciones estéticas pasan por la elección del color de algunos equipos, las formas y materiales de las zonas de

“Las principales novedades en cocina en cuanto a estética y diseño se traducen en productos de diseños más robustos y compactos, con líneas sencillas y con capacidad de poder adaptarse a cualquier tipo de ambiente...”

mayor contacto con el cocinero, ya sean mandos o salva-barrigas, y la pureza de formas en la estética general del conjunto de equipos que conforman las cocinas industriales.

Pero sobre todo, en el campo de la innovación, al igual que en muchos otros sectores, la tendencia es, sin duda, la eficiencia energética. Actualmente, “los clientes empiezan a estar sensibilizados por la eficiencia de un lavavajillas, horno, fry top, etc. A poca diferencia en precio, se decantan por el ahorro energético. Debemos señalar el esfuerzo en I+D que en la gastronomía actual aportan los procesos productivos en frío”, explican desde el Grupo Intecno. Del mismo modo, desde Eurofred aseguran que se está innovando en máquinas más ecológicas, con gases amables con el medio ambiente. “Máquinas de lavado donde el ahorro de agua y detergente están a la orden del día. Accesorios para dichas máquinas que permiten ‘almacenar’ el vapor de un ciclo de lavado para calentar el agua del siguiente lavado. Hornos con boiler cuyo consumo es de tan solo 1 kw y con sistema multicocción, pudiendo cocinar más de un producto en el mismo proceso, hecho que minimiza el tiempo de preparación de varios platos y el consumo para llevarlos a cabo. Se busca el máximo rendimiento con el mínimo consumo”.

Igualmente, “son reseñables los nuevos materiales no porosos instalados cada vez más en los acabados de las encimeras y en las exposiciones de producto al público. La iluminación juega también un papel importante con la integración del LED”, exponen desde el Grupo Intecno.

En definitiva, “estas novedades hacen que cocinar ya no sea un proceso como hasta ahora lo conocemos, sino que se transforme en toda una experiencia para el usuario”, concluye Alba Serentill.

Foto: Eurofred





Foto: Lada

Saludables también en el gasto

En la cocina conseguiremos el máximo ahorro energético teniendo en cuenta varios puntos. “La distribución personalizada del local, el aprovechamiento de factores importantes como la luz natural, la extracción correcta

de humos, la disposición de zonas de trabajo que faciliten el mismo y que consigan dar un rendimiento óptimo del trabajo del personal de cocina”, manifiestan desde el Grupo Intecno. Por ello, hay que empezar “contando con una buena distribución de los espacios y zonas de trabajo y sobretodo con



Foto: Mirror

equipos eficientes que permitan optimizar espacios, reducir consumo eléctrico y/o gas, que consuman menos agua, lo que reduce los consumibles de mantenimiento como los químicos, optimizando los procesos y funciones, lo que reduce los tiempos, controlándolos para evitar el uso innecesario (automatización), y,

ANGELO PO JUNTO CON LOS MEJORES



Instalación realizada por nuestro cliente Pilsa en el restaurante Txoko de Martín Berasategui, junto con su mano derecha y chef Erlantz Gorostiza, ubicado en el Hotel Ritz-Carton Abama de Tenerife, convertido en el único resort de Europa en contar con tres estrellas Michelin entre sus restaurantes.



Foto: Grupo Intecno



Foto: Altro Scandess

al mismo tiempo reducir la merma de los alimentos, minimizando el tiempo de limpieza después del servicio, etc.”, describe Ginés Guillén (PEC Professional Equipment Consulting). “La organización de los espacios y la distribución y optimización del personal en los distintos procesos productivos influye de una manera notable en la consecución de este objetivo”, determina Juan Carlos Pernas (Cofrico).

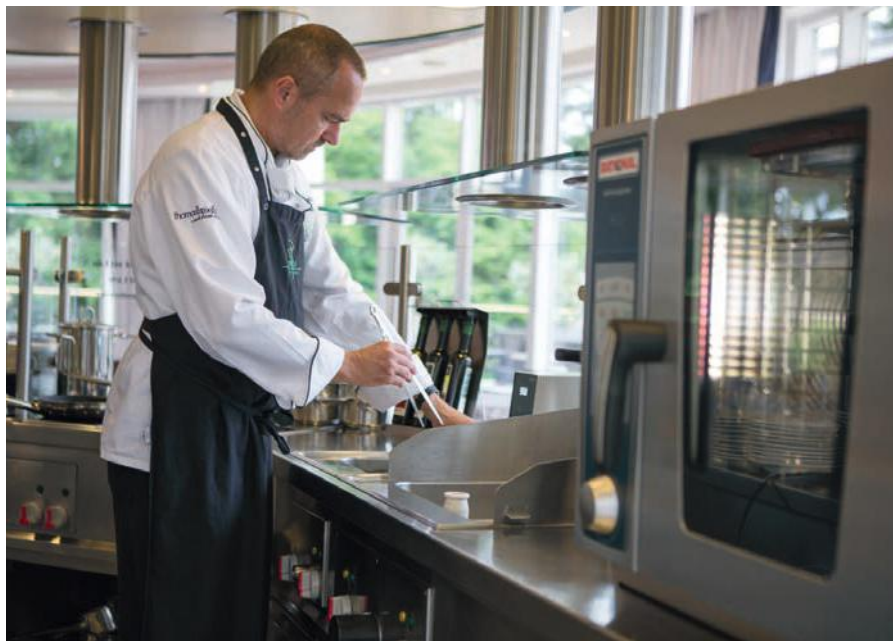
El máximo ahorro económico en la cocina depende de muchos factores. “Algunos relacionados con el equipamiento (gas

o eléctrico, por ejemplo) y otros no (gestión de los alimentos perecederos, por ejemplo). En relación al primero, es importante que las máquinas incorporen un modo de funcionamiento EE o de eficiencia energética, de manera que su consumo se reduzca automáticamente entre uso y uso”, analiza David Santamans (Dosilet). Además, hay que tener claro, que constantemente los fabricantes tienen muy en cuenta el ahorro energético y esto lo transmiten en su equipamiento. Por ejemplo, “en los equipos de cocción cada vez la potencia es más baja, ahorrando energía, y la producción es

la misma o superior”, expone Joan Ros (Serhs Projects).

En cuanto a los sistemas de refrigeración, “existe un sistema de circuito cerrado de refrigeración utilizando líquidos, que no son gas, con un mayor rendimiento y reduciendo al mínimo el gas, cerca de un 80%”, continúa analizando Joan Ros. Esto se traduce en ahorro energético y costes de mantenimiento. “En cuanto a las máquinas de lavado, los fabricantes han conseguido un ahorro muy importante de agua en todos los procesos de la máquina, así como de utilización de detergentes y otros líquidos, consiguiendo un ahorro en el consumo de agua y de costes en consumibles de limpieza”, añade. “Hoy en día existen en el mercado equipos con un alto desarrollo tecnológico y con un nivel de eficiencia energética muy alto que permiten obtener un rendimiento óptimo con el menor coste de explotación. Además, existen sistemas que nos permiten controlar los consumos energéticos de determinados equipos, en función de las necesidades que la cocina tenga en cada momento”, define Juan Carlos Pernas (Cofrico).

Foto: RATIONAL Ibérica



Del mismo modo, desde Comersa corroboran la importancia que tiene el ahorro, “ejemplo son los abatidores de temperatura, nos permiten cocinar y preparar platos sin necesidad de hacerlo en horas punta de trabajo, los sistemas de lavado integrados, permiten



Foto: PEC (Professional Equipment Consulting)

lavar y desinfectar la vajilla, por servicio, consiguiendo un ahorro energético, de agua, detergente incluso de espacio". "La integración de maquinaria como abatidores, regeneradores, envasadoras, cámaras de refrigeración y congelación de producto terminado, facilitará un ritmo de trabajo acorde con lo demandado hoy en día", destacan desde el Grupo Intecno.



En este sentido, el mayor ahorro energético "se consigue sobretodo equipando la cocina con maquinaria adecuada y con tecnología punta teniendo en cuenta la eficiencia energética", expone Alba Serentill (Disform).

En definitiva, para la búsqueda de la eficiencia, "una organización dedicada



Foto: Winterhalter Ibérica

a la restauración debe funcionar como un sistema donde todos sus elementos funcionen perfectamente sincronizados,



"Porque no todas las Cámaras Frigoríficas son iguales"



Coldkit, S.L.U

C/ Mario Rosso de Luna, 33-35. Polígono Industrial Fin de Semana 28022 Madrid (España)

Tlf: 913 120 644 / www.coldkit.com / atencioncomercial@coldkit.com

desde la producción hasta el servicio. Máquinas más eficientes, pero también procesos eficientes y sincronizados, y una buena distribución de las zonas de trabajo, hacen posible un ahorro económico en la cocina de cualquier establecimiento”, determina Joan Ros.

El servicio al cliente

La situación del mercado en los últimos años ha influido en el comportamiento de las empresas, “siendo habitual adquirir el equipamiento imprescindible y aguantar la maquinaria a base de reparaciones. La gestión de compras de grandes empresas habitualmente se salta el canal de distribución y compran directamente al fabricante, perdiendo, de esta manera, el asesoramiento comercial, el servicio postventa y el mantenimiento personalizado”, especifican desde Grupo Intecno. Además, indica que su “empresa ofrece principalmente un asesoramiento personalizado, buscando por un lado la eficiencia energética de la maquinaria y un servicio postventa adecuado. El mantenimiento correcto que proviene de un adecuado asesoramiento y que genera un ahorro muy importante”.

Del mismo modo, desde Serhs Projects destacan que su principal diferenciación es que podemos ofrecer soluciones globales a una o a más de una de las zonas del establecimiento, soluciones especializadas en la eficiencia de las



Foto: Equipturis-Serhs Projects

zonas de Food&Beverage. Es decir, “nuestros servicios abarcan desde el asesoramiento y consultoría, la proyección y diseño del proyecto, el suministro, instalación, planificación y coordinación de la obra, el servicio postventa y mantenimiento. Además, abarcamos todos los sectores: educación, sanidad, empresas, hostelería, restauración, etc. Un proyecto llave en mano tiene muchas ventajas, pero lo principal es que el cliente únicamente tiene que comunicarse con un solo interlocutor, el cual gestionará toda la obra y/o instalación al completo”. Y, añade que el cliente no tiene que negociar con los diferentes industriales

por separado, sino que el contratista se encarga de todo: del proyecto, de la gestión, de las negociaciones, de la coordinación y control en la obra, de la planificación individual y global. Para el cliente es un ahorro de problemas y de tiempo importantísimo.

Igualmente, desde Cofrico concretan que “su empresa siempre se ha caracterizado por el servicio al cliente, nuestra filosofía de trabajo no consiste solamente en vender e instalar, sino que asesoramos al cliente desde la idea inicial, plasmándola en un proyecto de ejecución con el cual conseguimos desarrollar su idea hasta alcanzar su objetivo final, pero nuestra dedicación nos permite ir más allá, ofreciéndole a nuestros clientes un servicio de formación y mantenimiento con el fin de asegurar el correcto funcionamiento de los equipos y evitar interrupciones de servicio indeseables”. “Estamos al día en cuanto a tecnologías y productos, para que nuestros clientes tengan al alcance todas las novedades en soluciones para sus negocios. Disponemos de equipos que la mayoría de nuestros competidores no saben ni que existen hasta que los ven en las instalaciones de nuestros clientes o sus clientes les piden esos equipos”, añade PEC (Professional Equipment Consulting).

Foto: Altro Scandess



Mientras, Distform precisa que “la constante inversión en I+D y en la calidad de nuestros equipamientos permite diferenciarnos de la competencia. El



Foto: Aco Iberia

desarrollo de los avances en I+D permite que la tecnología de Distform ofrezca ahorros considerables”.

La rehabilitación, el presente

El sector hotelero es un sector con un alto dinamismo y que está sometido a un análisis constante por parte de sus clientes, clientes que buscan un determinado nivel de servicio y que esperan conseguirlo. Internet y las redes sociales contribuyen, de forma notable, a la difusión de las experiencias de estos clientes. “Todo esto exige a los hoteles una constante evolución de la calidad de sus instalaciones y de los servicios ofrecidos a sus clientes, así como el estar pendientes de las tendencias del mercado para tratar de implantarlas en sus centros”, analiza Juan Carlos Pernas (Cofrico).

Por ello, la rehabilitación de los hoteles ha sido clave en estos últimos años. “Debido a las circunstancias del mercado, no es muy habitual hacer una reforma de toda la cocina, pues al estar sectorizado, se suelen hacer reformas parciales, como modificar toda la zona de lavado, o cambiar el pavimento, cambiar el bloque de cocción y hornos. Todo esto se puede hacer por fases, pues son máquinas que envejecen de diferente forma y algunas necesitan ser sustituidas antes que otras”, especifican desde el Grupo Intecno. Igualmente, Joan Ros (Serhs Projects) asegura que el mercado no ha sido ajeno a la situación económica global. “Esto significa que, en estos últimos años, hemos trabajado más en reformas o reposiciones que en proyectos nuevos (aunque también podemos considerar nuevos proyectos a aquellos que hemos desarrollado en el ámbito de una reforma completa que el establecimiento nos ha encargado, es decir, un llave en mano de una cocina por ejemplo)”.

En este sentido, “con la rehabilitación y reforma de hoteles se renuevan también los equipos, normalmente, buscando mayor eficiencia económica y en el espacio. Para Winterhalter, supone un amplio ámbito de clientela ya que ofrecemos

Melitta®
PROFESSIONAL
COFFEE SOLUTIONS

caфина

**Master of the
black beans**

Difrete del café con nuestras
cafeteras superautomáticas.

Melitta® Cafina® XT6

tecnimel****
maquinaria
para hostelería

H.I.P.
HOTELIERA INTERNATIONAL EXPO

VISITANOS EN:
Pabellon 4 / Stand E118

Telf. 91 644 81 30
www.tecnimel.com

TENDENCIAS EN MATERIALES

No cabe duda que la correcta elección de materiales, tanto en la construcción como en el equipamiento de la cocina, juega un papel fundamental en el desarrollo de la tarea diaria. Los materiales son la clave para cumplir todas las normas de seguridad laboral e higiene, y para tener el entorno de trabajo más adecuado. De esta manera, en opinión de Rational Ibérica, los que más se suelen utilizar son; “en las superficies el acero por resistencia e higiene, en las paredes el azulejo, o panel sándwich, igualmente por higiene. En el suelo rejillas de acero inox Y, en el techo equipos filtrantes con auto limpieza”. Mientras desde Serhs Projects detallan tres de los principales materiales de obra en las cocinas: “el techo de placa de yeso laminado continuo, con sus correspondientes registros para el acceso a las instalaciones del falso techo, paredes alicatadas con azulejos en formatos grandes y un suelo continuo y antideslizante, resistente al día a día de trabajo de la cocina”.

Como norma general, el acero inoxidable es el material más adecuado, tanto en mobiliario de elaboración como en los bloques de cocción, ya que como indica Grupo Intecno sigue siendo el material más usado en una cocina industrial, pero la proliferación de nuevos materiales que cumplen con la normativa MO (no porosos) hace que su uso sea habitual para las encimeras de las cocinas.

Gracias a su fortaleza, buenas propiedades de moldeado, resistencia a la corrosión, el acero inoxidable es muy apreciado como material de alta calidad, duradero e higiénico. “Virtualmente es totalmente resistente a la suciedad, conservantes, microorganismos y las proteínas de la carne, sangre, grasas y bebidas, etc. Las proteínas y las bacterias no se adhieren a la suave superficie y se pueden retirar fácilmente con productos de limpieza y desinfectantes”, analizan desde ACO Ibérica.

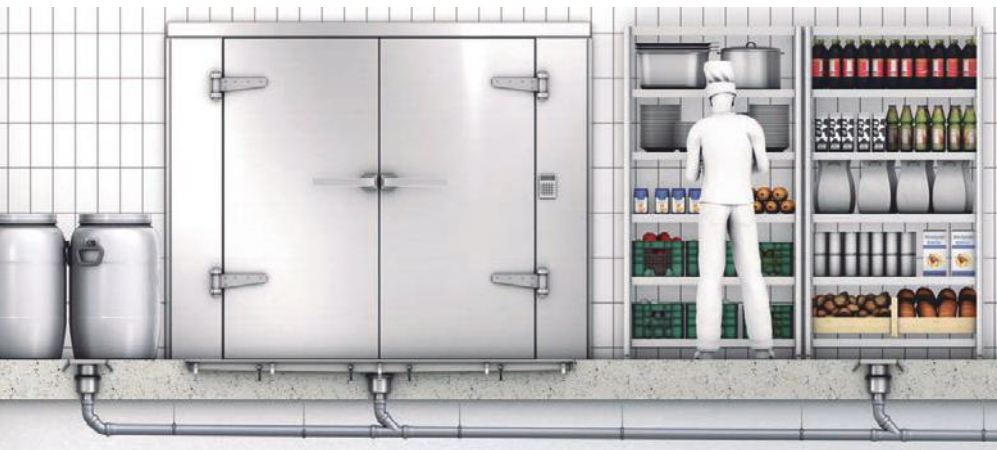
Del mismo modo, para Serhs Projects el material por excelencia continúa siendo el acero inoxidable de 2mm de grosor y fabricado en monobloc, formando una encimera única. “Este material se sigue repitiendo en otros equipamientos como son: campana, cocción, muebles, estanterías, forros de columna, etc.”. En su opinión, “el acero inoxidable nos permite respetar la mayoría de los aspectos a tener en cuenta en una instalación de una cocina: la higiene, la adaptabilidad para hacer cualquier tipo de mueble o acabado, la resistencia de este material y la durabilidad”. Para Mirror, también el más utilizado es el acero inoxidable AISI 304, el cual está hecho de una aleación de carbono, cromo y un mínimo de 8% de níquel,

lo que lo hace extremadamente resistente a la oxidación, tanto en interiores como en exteriores, la soldabilidad es excelente, sin afectar la apariencia o la resistencia a la corrosión en las uniones y asegura una larguísima vida útil. A esto, desde Distform añaden que los materiales más utilizados también en el equipamiento son “los aceros inoxidables AISI304L-BA o AISI441, cristal, e incluso teflón o silicona. Esto define la envolvente y cámara de cocción del horno. Sin embargo, la parte más importante no es el material de la envolvente, sino los componentes en el interior. Entre estos cabe destacar la electrónica de control, relés de estado sólido, motores de convección y refrigeración, resistencia de convección y electroválvulas, entre muchos otros más”.

Para PEC (Professional Equipment Consulting), los aceros inoxidables y cualquier “solid surface” maleable, resistente a las variaciones de temperatura y a los productos químicos, de fácil limpieza, (silestone, corian, porcelánicos, etc.), son los más demandados en estos momentos. “Algunos ya llevan tratamientos antibacterianos incorporados y en especial se empiezan a trabajar aceros tratados que simulan la madera, el óxido, etc.”. “Estos nuevos materiales se instalan con más frecuencia en las zonas a la vista del público y zonas de entrega o pase, siendo muy apropiados en las cocinas vistas, pues sus colores más cálidos y la posibilidad de eliminar las juntas, hace que estos materiales compuestos no porosos, sean muy agradables al público”, definen desde el Grupo Intecno.

En el resto de estancias se avanza cada vez más hacia una mayor variedad de acabados y presentaciones. Los suelos cobran especial importancia y, en todo caso deben garantizar, una superficie antideslizante, y que proteja de contaminaciones bacterianas como premisa inicial. Si bien, además deben evitar que la suciedad se acumule, sean fáciles de limpiar y resistentes a los productos de limpieza. En este aspecto, “los pavimentos vinílicos antideslizantes son una excelente alternativa para las cocinas industriales, y esta es una opción cada vez más extendida, ya que aportan numerosas ventajas. Al ser continuos y estancos son más higiénicos que la cerámica, se limpian con toda facilidad, aguantan usos intensivos durante años sin deterioro de sus propiedades y al ser antideslizantes evitan los accidentes por caídas, tan comunes en el entorno de las cocinas debido a los vertidos y derrames de grasa y otros líquidos. En cuanto a colores, nuestros pavimentos ofrecen una amplia gama de diseños y colores que se adaptan a cualquier necesidad o estilo decorativo”, concretan desde Altro.

Foto: Aco Iberia



equipos modernos y muy eficientes que además suelen adaptarse a las necesidades de espacio de cualquier demanda”, detallan desde Winterhalter Ibérica. Asimismo, Joan Ros, continúa exponiendo que su empresa se ha sabido mantener en la situación económica del momento y “hemos mantenido el nivel de trabajo y ejecuciones en estos ámbitos gracias a la adaptación de las necesidades puntuales de nuestros clientes de siempre y de aquellos nuevos que hemos ido incorporando en nuestra trayectoria. Debemos indicar que, a

veces, las reformas son más complicadas de ejecución que las nuevas instalaciones ya que éstas últimas tienen todas las previsiones controladas”.

Sin embargo, Ginés Guillén (PEC – Professional Equipment Consulting) destaca que evidentemente, si lo haces bien al inicio, perfecto. “En instalaciones nuevas puedes asesorar desde el principio en distribuciones y equipos. Pero si ya lo tienes y lo tienes mal..., cuanto antes rectifiques y reformes, antes empezarás a trabajar bien, mejor y con mejores resultados. En las reformas estás más limitado a malas distribuciones y malos hábitos”.

Por todo ello, en estos momentos, muchas cocinas se están actualizando, “sustituyendo los fogones y planchas, etc. por sistemas inteligentes de cocción que facilitan la labor a los Chefs y que les permiten trabajar de una forma estandarizada y eficiente. Al fin y al cabo queda evidente que una inversión en nuevo equipamiento se amortiza en poco



Foto: Cofrico

tiempo”, asegura Pablo Torres (Rational Ibérica). “Cabe mencionar una reforma bastante característica de estos últimos años, es la creación de show-cooking en los comedores de los hoteles. Cada vez

es más habitual dotar a los hoteles de grandes show-cooking equipados con hornos, fry tops, freidoras, etc., donde el cliente ve cocinar en vivo”, explican desde el Grupo Intecno.

La gama más extensa de 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.



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

*¡Aislamos
y conservamos
la calidad!*





Foto: Equepturis-Serhs Projects

Además de reformar la parte visible del hotel, como son las habitaciones o las instalaciones de uso común de los clientes, “los hoteles están invirtiendo en aquellas medidas que pueden mejorar la eficiencia energética de sus edificios y en las que su actividad pueda generar el mínimo impacto ambiental. Dentro de estas medidas, es clave contar con un sistema para la separación de grasas en las cocinas con la finalidad de evitar que a la red de abastecimiento acaben llegando grasas y aceites”, Ignasi Massallé (ACO Iberia).

En este sentido, David Santamans (Dosilet) detalla que el mercado de reposición ha seguido teniendo un peso importante en el 2016 pero el mercado

nuevo se ha incrementado en nuestro caso en casi un 20% respecto al 2015. “Confiamos se mantenga esta tendencia en el 2017”.

Y, ¿el futuro?

Sin duda, nuestro sector, el del turismo, en estos momentos es uno de los puntales de la economía del país. “Esto implica inversión y reformas en las cocinas industriales, serán más eficientes y el factor de la estética tendrá cada vez más importancia. Serán espacios más ergonómicos con un ambiente de trabajo que invita a la creatividad y transmite frescura, respeta la calidad y cuida al medioambiente”, especifica Pablo Torres. En este momento la hostelería aumenta en cifra de negocio en nuestro país y “está efectuando uno de los mayores crecimientos del sector servicios, casi en todas las comunidades autónomas ha aumentado respecto al año anterior. Las perspectivas de crecimiento del sector son, sin lugar a duda, una buena noticia para todo el sector”, precisan desde Mirror.

Asimismo, desde el Grupo Intecno detallan que el mercado hotelero Nacional sigue una trayectoria de expansión encaminada tanto a España como a zonas turísticas afines a nuestro país. “Las perspectivas de nuestro mercado tienden a que sigamos siendo un referente mundial en el sector hotelero, siempre que nos respeten los conflictos”. En cuanto al sector en general, “el aumento del consumo, el aumento de aperturas

“Conseguir un producto o servicio que permita atraer la atención del público o cliente es el caballo de batalla del sector...”

de nuevos establecimientos y la reforma de los existentes dan una visión positiva y entusiasta del momento económico del sector. Todas las estadísticas apuntan a un crecimiento del sector turístico y gastronómico, del cual no podemos dejar de mencionar el gran momento por el que está pasando la alta gastronomía en nuestro país, con una repercusión a nivel mundial, llegando a niveles de excelencia”, analiza Roser Flotats (Mirror). “Creemos que al sector le va a ir muy bien en los próximos años, porque habrá más formación e información de todo. Al mismo tiempo, consideramos que los profesionales van a ser más exigentes, con más formación y tecnología al alcance, para así, dar lo mejor de ellos mismos y poder ofrecer lo que todos como clientes finales esperamos o buscamos”, define Ginés Guillén (PEC _ Professional Equipment Consulting).

Así pues, continúa indicando que las perspectivas, desde el punto de vista de la profesión, son muy buenas, “porque la gente cada vez está más formada, es más profesional y cada vez se da más cuenta de cómo, dónde, cuándo y cuánto debe invertir para trabajar de modo eficiente. Esto no quita que siempre haya clientes conformistas, equipos de baja calidad y profesionales del montón...”. Igualmente, Alba Serentill (Distform) añade que “la próxima década será la confirmación definitiva de que entramos en una nueva era mucho más conectada. Será una década con un equipamiento con tecnología mucho más amplia, eficiente y personalizada”.

En este sentido, la mejora de calidad en los productos ofrecidos a los clientes está siendo objeto de un profundo estudio, “conseguir un producto o servicio que permita atraer la atención del público o cliente es el caballo de batalla del sector”, especifica Juan Carlos Pernas (Cofrico). En su opinión “la optimización de procesos junto con la inversión en equipos de alto rendimiento permite un ajuste notable en los costes de explotación



Foto: Winterhalter Ibérica

y costes, lo que por defecto permite mejorar la competitividad en el mercado. El impacto medioambiental exige el desarrollo hacia equipos de producción con una alta eficiencia energética, lo que permite optimizar, de forma notable, el aprovechamiento de recursos”.

Obviamente, ningún producto está a salvo de las coyunturas económicas generales, sin embargo, para Íñigo Badía (Altro) en el sector de los pavimentos “seguirá creciendo la demanda de soluciones sostenibles, duraderas, fáciles de mantener y capaces de ofrecer un gran efecto antideslizante, reduciendo los riesgos de deslizamientos, sean cuales sean las condiciones, como suelos mojados o cubiertos con contaminantes (agua, grasa, geles, etc.), y para todas las áreas, incluyendo las zonas con un riesgo medio o alto de deslizamiento”. Del mismo modo, para David Santamans (Dosilet) las perspectivas de futuro del sector son mejores que las de hace tan solo un año y en los próximos años evolucionará de la mano de las siguientes premisas:



Foto: RATIONAL Ibérica

cocción más saludable, consumo energético eficiente y ecológicamente sostenible, opciones de personalización de los equipamientos, facilidad de uso y mantenimiento y tecnología digital en todas sus variables (móvil, imagen, audio, internet, redes sociales, etc.).

En definitiva, las previsiones para el futuro son positivas para el crecimiento de la

actividad en el sector. “La dirección que puede tomar la hostelería en los próximos años será la de mejorar los servicios a sus clientes y las especializaciones de sus establecimientos. Por supuesto, nosotros estaremos allí para darles los mejores consejos, propuestas, soluciones, presupuestos del equipamiento y su instalación”, concluye Joan Ros (Serhs Projects).



PROYECTOS DE RESTAURACIÓN COCINAS PROFESIONALES



www.serhsprojects.com



Diseño y ejecución de proyectos a medida y personalizados



Trabajando con las mejores calidades y proveedores del mercado



Asesoramiento integral



Valores basados en la mejora continua e innovación

Consulte las mejores ofertas de equipamiento en la tienda online

www.serhsequipments.com

PROYECTO HOTELERO

H10 Casa Mimosa, Barcelona

TRADICIÓN Y MODERNIDAD



La cadena, que cuenta con 13 hoteles en la Ciudad Condal, abre un exclusivo cuatro estrellas superior en la misma manzana que La Pedrera, el H10 Casa Mimosa, emplazado en un edificio modernista catalogado, del siglo XIX. Se trata de un exclusivo hotel de cuatro estrellas superior, el cual ofrece amplias y luminosas habitaciones, un restaurante para desayunos, Lobby Bar y un salón de reuniones ubicado en una antigua cochera. Entre sus encantos destacan su frondoso jardín protegido en la planta inferior con piscina y su terraza superior con plunge pool y vistas a La Pedrera. Ha sido el reconocido estudio Tarruella Trenchs quien ha llevado a cabo el proyecto de rehabilitación e interiorismo.



Foto: H10 Casa Mimosa



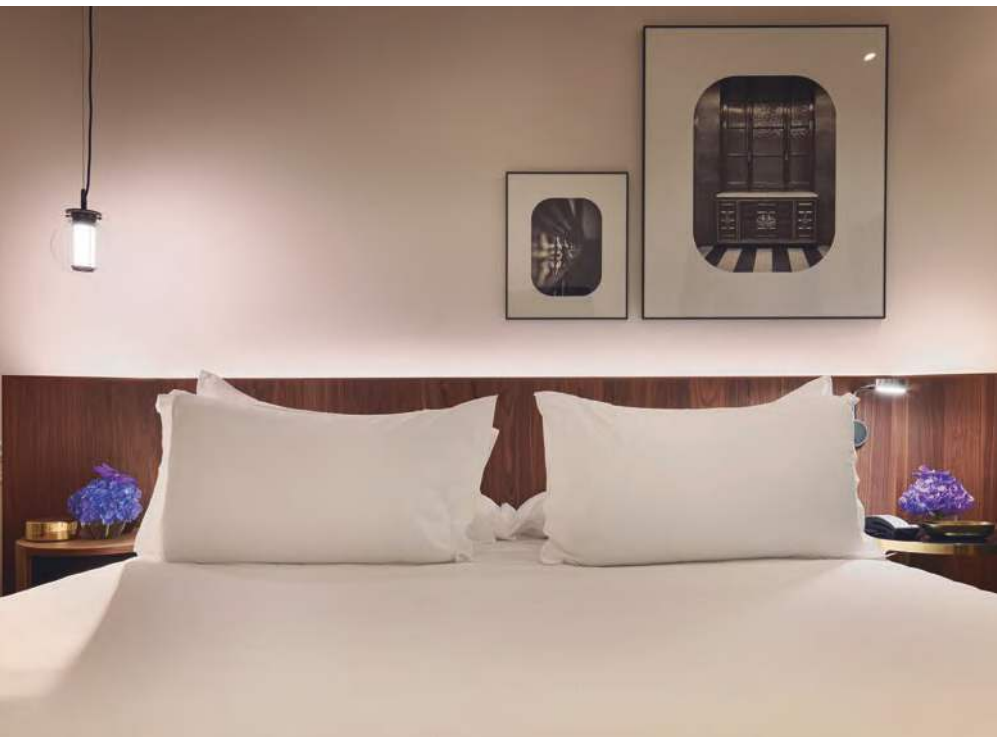
Foto: H10 Casa Mimosa

Su carácter mediterráneo y su agradable clima hacen de Barcelona un lugar idóneo para

pasar unas vacaciones únicas disfrutando del mar, de su arquitectura modernista y de su exquisita gastronomía.

En este entorno, la cadena H10 Hotels ha llevado a cabo la apertura del nuevo establecimiento H10 Casa Mimosa,

Fotos: H10 Casa Mimosa



“Zona privilegiada para descubrir los principales atractivos turísticos de Barcelona y disfrutar de las mejores boutiques y restaurantes...”

situado en pleno centro de Barcelona, en la calle Pau Claris, en la misma manzana que La Pedrera y junto a las avenidas más importantes de la ciudad: el Passeig de Gràcia, la milla de oro de los edificios modernistas y las tiendas exclusivas, y la Diagonal, la arteria principal y más concurrida de la ciudad. Una zona privilegiada para descubrir los principales atractivos turísticos de Barcelona y disfrutar de las mejores boutiques y restaurantes.

Este exclusivo cuatro estrellas superior ocupa un edificio modernista del siglo XIX que ha sido perfectamente rehabilitado. Ha sido el estudio Tarruella Trenchs el encargado del proyecto de interiorismo, el cual ha conservado la estructura de la construcción, un edificio de 1892,



Foto: H10 Casa Mimosa

diseñando un hotel atemporal, lleno de sofisticación y clase, con elementos contemporáneos y cosmopolitas.

El respeto por los elementos originales queda patente desde el mismo acceso al edificio, el cual se realiza a través

de una gran portalada de madera. Posteriormente se ubica la recepción, una estancia de importante altura con techos artesonados que han sido cuidadosamente restaurados. Desde esta zona se ve la escalera originaria que lleva a las habitaciones del hotel.

An advertisement for EGI Audio Solutions. The background is a blurred image of a hotel room. In the foreground, there is a smartphone displaying a music player interface. To the left, a door handle has a blue tag that says "Tu habitación Tu música" with a heart icon and the website "www.egiaudio.com". In the center, there is a white rectangular Bluetooth module with various ports and controls. The text "NUEVOS MÓDULOS BLUETOOTH PARA HOTELES" is prominently displayed. At the bottom right, it says "Convierte tu habitación de hotel en multimedia". The EGI logo and "AUDIO SOLUTIONS" are in the top right corner. At the bottom, there are icons for Bluetooth, HDMI, and USB-CHARGER.

EGi
AUDIO SOLUTIONS

NUEVOS MÓDULOS
BLUETOOTH
PARA HOTELES

Tu habitación
Tu música

www.egiaudio.com

Convierte
tu habitación de hotel
en multimedia

Bluetooth® HDMI™ USB-CHARGER



Fotos: H10 Casa Mimosa

La arquitectura de finales del siglo XIX contrasta con el estilo actual de la decoración, que apuesta por colores neutros y cálidos, y por materiales nobles como las maderas de roble y nogal o el latón y la piedra. En este sentido, cabe destacar la combinación de elementos modernos, como los paneles de latón que potencian el doble espacio, el uso de un despiece de espejo en el

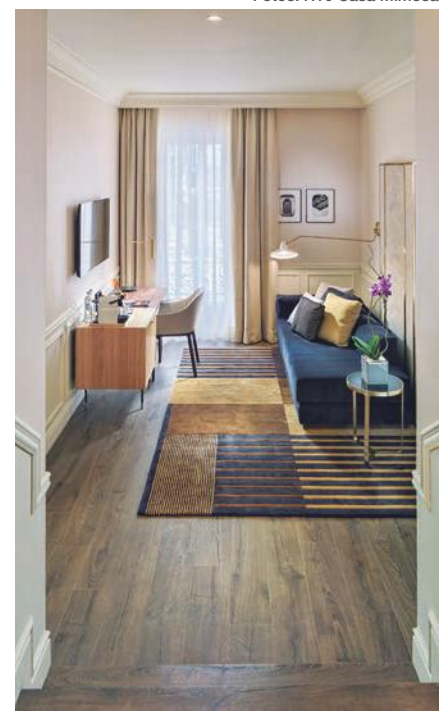
techo y el diseño del mobiliario con los elementos recuperados de la finca, como el arrimadero, la chimenea y el pavimento de marquetería, dentro del espacio del restaurante y del Lobby Bar. De esta manera, el ambiente multifuncional y abierto todo el día invita al encuentro y el trabajo relajado. Del mismo modo, la luz natural y la conexión fluida entre interior y exterior son protagonistas principales



del hotel, muy presente en la zona del bar y del restaurante, espacios que ocupan una luminosa galería desde la que se accede al jardín.

Además, en todos los espacios interiores se han colocado diferentes fotografías en blanco y negro del fotógrafo Emilio Lekuona, mostrando el estado original del edificio y su jardín, subrayando, de

Fotos: H10 Casa Mimosa



H10 Casa Mimosa, Barcelona ■ Proyecto Hotelero



Fotos: H10 Casa Mimosa

este modo, la conexión entre tradición y modernidad.

El establecimiento está formado por 48 habitaciones, amplias y luminosas, y

ofrece ambientes elegantes y magníficos espacios exteriores. Dentro de estas



grupo
Toledo

Desde 1988 ofreciendo calidad
y servicio a la hostelería

Delegación en Palma

Carrer del Ter, 23 · 07009 Palma, Illes Balears

Teléfono: 971 47 30 10

Mail: info@grupotoledo.com

Nueva Delegación en Ibiza

Contacto: 647 416 073

Mail: ibiza@grupotoledo.com

Delegación de República Dominicana

Av. Estados Unidos. Plza. Tobacco, Local 7

Bávaro-Higüey

Mail: dominicana@grupotoledo.com

www.grupotoledo.com

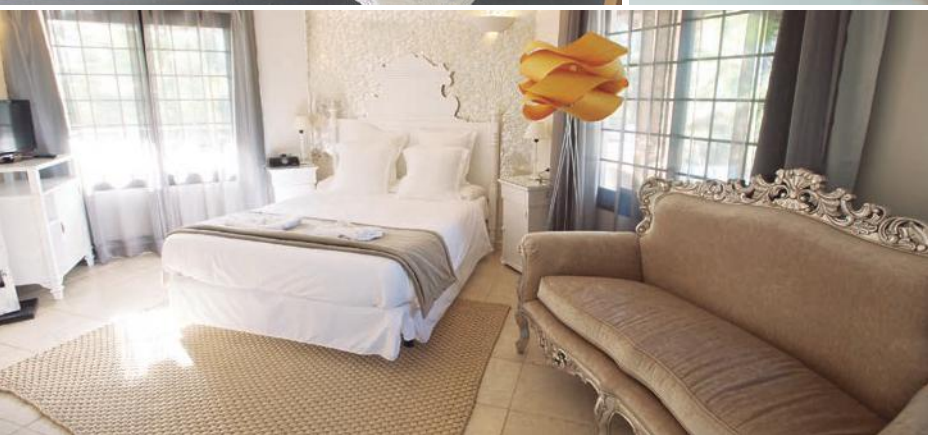




Foto: H10 Casa Mimosa

“El H10 Casa Mimosa ofrece siete tipologías de habitaciones en las que se potencian los ambientes claros con luz natural, creando estancias acogedoras que invitan al descanso...”

Suites o 55” en las Suites con canales internacionales, cafetera Nespresso, minibar, caja fuerte digital con capacidad para un portátil y enchufe internacional, control inteligente de temperatura, albornoz y zapatillas. Los baños incluyen secador de pelo, espejo de aumento y exclusivos amenities firmados por Rituals.

En el H10 Casa Mimosa, las grandes sorpresas se encuentran en los exteriores. La planta inferior esconde un frondoso jardín modernista protegido, que la reforma ha conservado en su estado original. Mantiene unas antiguas casetas y se emplaza en un patio de manzana típico del Eixample. Su vegetación comprende una gran variedad de árboles originarios, entre los que se encuentran las mimosas que dan nombre al hotel, una palmera centenaria y un tilo.

Este espacio recibe el servicio del Lobby Bar y cuenta con una bonita piscina cuya zona de hamacas se extiende a una planta superior. Desde este jardín se accede a una sala de fitness y al salón de reuniones Las Cocheras, ubicado en unas antiguas cocheras de techo alto, con una capacidad de hasta 100 personas y unas cristalerías que reciben luz natural. Además, sus exteriores son un escenario excepcional para cocktails y eventos especiales.

Por otra parte, en la última planta se encuentra El Cel de Gaudí, una impresionante terraza chill-out que ofrece otra magnífica oportunidad de tomar un cocktail al aire libre, cerca de la plunge pool, la zona de hamacas y con vistas privilegiadas a la terraza de La Pedrera.

Con esta apertura, H10 Hotels aumenta su presencia en Barcelona, donde cuenta con un total de 13 hoteles. Los planes de crecimiento de H10 Hotels en la ciudad incluyen la apertura a finales de año del primer cinco estrellas urbano de la cadena. Ubicado también en la calle Pau Claris y que contará con 89 habitaciones.

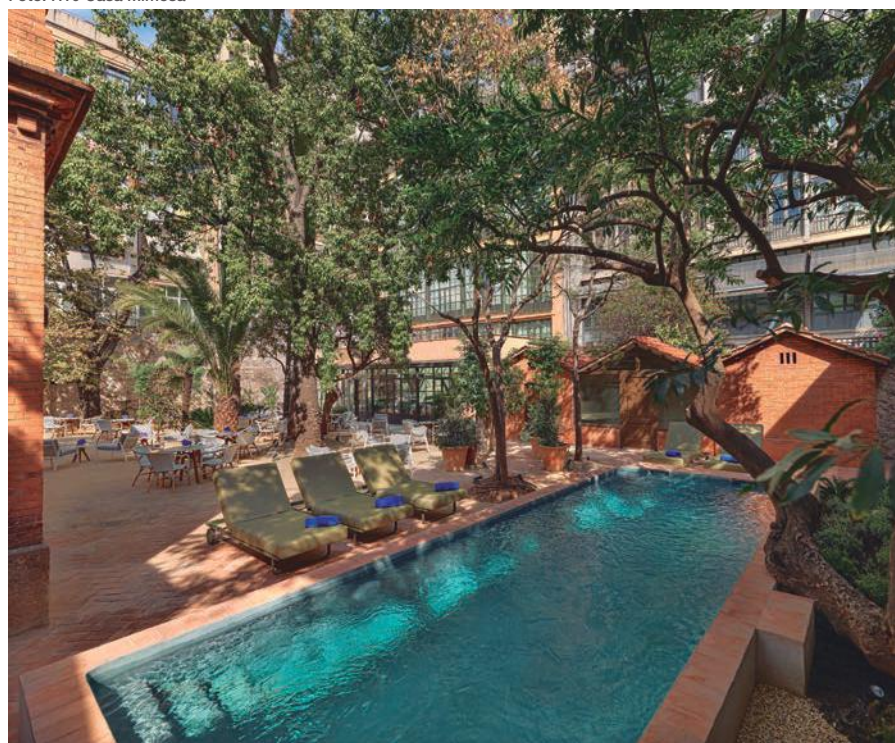
48 habitaciones, el H10 Casa Mimosa ofrece siete tipologías de habitaciones en las que se potencian los ambientes claros con luz natural, creando estancias acogedoras que invitan al descanso.

Todas ellas destacan por la calidad de los acabados, disfrutando de vistas hacia la calle Pau Claris o al jardín interior, con las chimeneas de La Pedrera de fondo. Además, algunas de ellas disponen

de amplias terrazas. Pero, sobre todo, sorprenden las habitaciones de las dos primeras plantas por su altura y la Suite Condal por su techo artesonado, que aporta una elegancia añadida a la espectacular estancia, que además mantiene la chimenea original modernista.

Las habitaciones incorporan equipamiento de alta gama como TV LCD de 48” en las habitaciones y Junior

Foto: H10 Casa Mimosa



Somos la energía que mueve su hotel.

Somos un **aliado energético** preocupado por conocer y analizar la situación de nuestros Clientes, para darles siempre una **solución a su medida**. Para que solo se ocupen de lo más importante: su negocio. Porque sabemos que invertir en **eficiencia energética** es la mejor manera de construir un **futuro**.

A man in a dark suit and blue jeans stands with his back to the camera, looking out a large, multi-paned window. He is carrying a dark messenger bag. The window offers a view of a lush, mountainous landscape with a river valley. In the foreground, a bed with a dark, quilted coverlet is visible. To the left of the window, there is a tall, white, rectangular light fixture. The room has a modern, minimalist design with dark wood accents.

endesa

Elisabet Folguera

Directora H10 Casa Mimosa



Pensando en ti

“Los principales condicionantes han sido mantener la fachada exterior y posterior, así como la estructura de las antiguas caballerizas y el jardín original...”

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

Desde la entrada del hotel ya se puede visualizar el jardín El Til·ler, un lugar único, un sitio idílico en medio de la ciudad donde uno puede relajarse disfrutando de la tranquilidad que se respira en él. Las personas que visitan el hotel se sorprenden porque no se esperan encontrar un jardín tan maravilloso donde poder disfrutar de un buen desayuno y una oferta gastronómica al mediodía. Dispone también de una bonita piscina.

El hotel cuenta con 48 habitaciones, por lo que ofrece una atención muy personalizada. Un ejemplo de ello es la recepción, que se compone de dos mesas con sillas para poder atender a los



Foto: Elisabet Folguera. Directora H10 Casa Mimosa, Barcelona.

¿Qué principales condicionantes ha tenido la rehabilitación de un edificio modernista del siglo XIX en el hotel H10 Casa Mimosa?

Los principales condicionantes han sido mantener la fachada exterior y posterior, así como la estructura de las antiguas caballerizas y el jardín original, además de conservar los elementos originales como los techos artesonados y las chimeneas.

Tras la transformación del edificio, ¿qué principales magnitudes tiene? (superficie, número de habitaciones, empleados, ocupación...)

El hotel tiene una superficie de 3.500 m², dispone de 48 habitaciones y su equipo está formado por 37 trabajadores.

En el primer mes de apertura tenemos una media del 73% de ocupación y de cara al año 2017 estimamos superar el 80%.



Foto: H10 Casa Mimosa

clientes más cómodamente y dar una bienvenida sin prisas. Además, todas las habitaciones del hotel son amplias y dan al exterior. Algunas cuentan con terraza y vistas únicas a la azotea de La Pedrera. El hotel ofrece 4 suites, una de las cuales, la Suite Condal, mantiene el techo artesonado.

¿Qué objetivos se ha marcado H10 Hotels con el nuevo hotel, a corto y medio plazo?, ¿se va a seguir alguna estrategia? ¿Qué se espera de su gestión?

En H10 Hotels apostamos por la excelencia en la calidad del servicio, seguimos muy de cerca la satisfacción del cliente, por lo que estamos pendientes de cada detalle para que a nuestros clientes no les falte nada. Esperamos estar en lo más alto y ser un hotel de referencia en la ciudad, todo ello junto con buenas ocupaciones y precios medios-altos.



Foto: H10 Casa Mimosa

Para conseguir estos objetivos es esencial crear un buen equipo de trabajo, motivado, con un ambiente agradable que se transmita a los huéspedes del hotel. Así podemos conseguir que estos quieran regresar.

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

La idea de este proyecto consistía en diseñar un hotel atemporal que



SOLUCIONES DE LIMPIEZA PROFESIONALES

B 150 R Bp, la nueva fregadora con conductor

Gama de lava-aspiradores para una limpieza en profundidad de todo tipo de superficies textiles, como moquetas, alfombras o tapicerías.

www.karcher.es



KÄRCHER

makes a difference



eco|efficiency



Fotos: H10 Casa Mimosa

respetara e integrase los elementos originales del edificio, mezclándolos con elementos contemporáneos y cosmopolitas. Por ello, se utilizan colores naturales y materiales nobles que aportan elegancia y confort a todos los espacios.

¿Qué aspectos destacaría de la restauración llevada a cabo por el estudio Tarruella Trenchs? ¿Cómo interviene la decoración interior en crear un ambiente exclusivo?

Del estudio Tarruella Trenchs destacaría el gran trabajo realizado para crear un ambiente donde se respira tradición y contraste con los nuevos componentes.

Un ejemplo es la gran puerta de entrada original de la finca que da paso a la recepción del hotel, donde los elementos como los artesonados o el pavimento de marquetería, originales de la finca, quedan integrados con las piezas de mobiliario en latón mate y brillo, que aportan elegancia al espacio.

La escalera principal del edificio conserva todos sus componentes originales; las barandillas, las lámparas y el ascensor.

De la decoración cabe destacar las fantásticas fotografías hechas por Emilio Leukona antes de empezar con las obras del hotel. Estas fotografías del edificio y

el jardín son las que decoran gran parte del hotel; habitaciones, pasillos, salón principal y lobby.

Destacan la existencia del frondoso jardín modernista protegido de la planta inferior, ¿qué otros espacios son relevantes?

El salón Las Cocheras junto al jardín El Til·ler, ideal para reuniones de trabajo y celebraciones, con luz natural que proviene de un jardín vertical.

Podemos apreciar también elementos recuperados de la finca como la chimenea, que proviene de la planta principal.

Nuestra terraza El Cel de Gaudí, al igual que el jardín, cuenta con servicio de bar y destaca por las vistas a la azotea de La Pedrera, algo único, ya que el visitante no está acostumbrado a ver la fachada posterior de la magnífica obra de Gaudí. La terraza dispone también de una piscina donde poder disfrutar de las vistas.

El solárium del patio interior es otro lugar fantástico donde nuestros huéspedes pueden relajarse y disfrutar de la tranquilidad del ambiente.

Y, por último, ¿qué percepción debe llevarse el visitante del H10 Casa Mimosa?, ¿por qué debe regresar?

El visitante del H10 Casa Mimosa debe quedarse con la sensación de haber recibido un trato exquisito, tiene que sentirse como en casa.

El cliente busca un servicio personalizado y en el H10 Casa Mimosa ponemos todos los medios para que así sea. Además, tiene que percibir que es un hotel muy integrado en la ciudad de Barcelona, tanto por su decoración como por su ubicación y las vistas a La Pedrera.

Sin duda es un establecimiento con encanto donde sentirse como en casa y disfrutar al máximo de la ciudad.

Foto: H10 Casa Mimosa



PARA LA REHABILITACIÓN INTEGRAL DE TODO TIPO DE EDIFICIOS E INSTALACIONES

O DE CASI TODOS...



- Máxima eficiencia y amortización.
- Óptima flexibilidad de fabricación.
- Amplia gama de productos.
- Adecuación a normativa.

La gama HITECSA es idónea para proyectos de rehabilitación integral de edificios por su constante adaptación a las nuevas normativas del mercado, así como la búsqueda de soluciones más eficientes que generan una rápida amortización de los equipos instalados.

Nuestros productos ofrecen máxima **flexibilidad en términos de tamaño, potencia y posibilidad de opcionales**; con el objetivo de ofrecer una perfecta adaptación a todas las necesidades de cada instalación.



HEATING SERIES BY HITECSA



- Instalaciones sin necesidad de obra adicional.
- Grandes potencias en espacios reducidos.

Las calderas ADI por sus máximas potencias en dimensiones extremadamente reducidas permiten la renovación de equipos en salas de calderas existentes sin necesidad de obra adicional.

Equipos autónomos de generación de calor ROOF TOP y MINI ROOF TOP 2.0: diseño flexible y adaptable a cada instalación, estructuras autoportantes y compactas. Colocación en terrazas y azoteas, perfecta integración con la estructura arquitectónica, máximo aprovechamiento de la superficie útil construida, ideal en la reconversión a gas de antiguas salas de calderas.

Los especialistas en sistemas de climatización de alta eficiencia.



HIPLUS AIRE ACONDICIONADO S.L.
Masia Torrents, 2 • 08800 Vilanova i la Geltrú • Barcelona, España
Tel. +34 938 934 912 • Fax +34 938 939 615
www.hitecsa.com • www.adisaheating.com



Foto: Nilfisk

Limpieza Industrial

Estrenar la habitación

En el momento en que un huésped accede a una habitación de hotel por primera vez, debe encontrarla como si fuera la primera vez que alguien se hospedara en ella, deberá serle complicado imaginar cómo se encontraba antes de su llegada. En este punto, juega un papel principal la limpieza y la higiene, las cuales lograrán un ambiente óptimo, más atractivo, confortable y saludable para los clientes. Además, se debe tener bien presente que un lugar limpio será frecuentado siempre, mientras que uno donde la limpieza no sea la adecuada es muy difícil que vuelva a ser visitado, por lo que los hoteleros serán los responsables de proporcionar tal bienestar a sus clientes. La limpieza es el aspecto más valorado por los huéspedes, indistintamente de la categoría del hotel en el que se alojen.

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

Así, la limpieza es uno de los factores clave para poder llegar a conseguir la satisfacción total del huésped. “Cualquiera que entra en un establecimiento hotelero, una habitación o un baño, tiene unas

“La limpieza es uno de los factores clave para poder llegar a conseguir la satisfacción total del huésped...”

expectativas de limpieza que al final son el resultado de 4 conceptos que no pueden estar separados: ausencia de suciedad + cuidado + orden + olor”, expone Enrique Canela, Responsable Marketing Iberia de Vileda Profesional.

En los establecimientos hosteleros, esa pulcritud en la limpieza es un elemento de confort fundamental para generar satisfacción, al mismo tiempo que se convierte en el factor clave y motor de la buena reputación del establecimiento, quizás ubicándose por encima de otras características tan relevantes como el precio o la calidad de la atención. Por todas estas razones, la industria hotelera debe ofrecer a sus clientes un servicio de limpieza perfecto, ya que es el factor que mayor influye en la construcción de la imagen pública de su establecimiento o, dicho de otro modo, en su seña de identidad.

Sin embargo, en opinión de Marc Ceron, Responsable Marketing del Grupo Dino, desde la cadena se trata con cierta ambigüedad, pues el payback no es por rentabilidad, como podría ser el spa, el wifi, el minibar..., pero necesita llegar a unos niveles de limpieza y desinfección óptimos para poder ser un referente en su sector. No obstante, “desde los departamentos de compras de las cadena hoteleras, cada vez más, se sustituye la política del bajo coste por el uso e implantación de sistemas de limpieza para conseguir eficiencia y eficacia en la limpieza de las instalaciones”.

En este sentido, “el deterioro del mobiliario o las instalaciones, el mal olor, el desorden o la existencia de suciedad, son realidades que se resumen como una imagen de marca. Uno debe encontrarse mejor que en su propia casa”, confirma Enrique Canela.

De igual manera, Marcel Bras, Product Manager en Floorcare de Nilfisk, corrobora que la limpieza se considera como un valor prioritario para la cadena hotelera por dos motivos: “Primero



Foto: Krüger

porque tiene una incidencia directa con la seguridad y salud de los clientes y empleados del hotel; segundo porque la limpieza está relacionada con la imagen del establecimiento, una cadena hotelera con altos estándares de calidad fijará altos niveles de limpieza en todos los hoteles de la cadena”.

En resumen, la limpieza y desinfección de útiles y superficies es fundamental tanto en hostelería como en restauración. Para conseguirlo, es necesaria la realización de una serie de procesos y actividades, donde no es precisamente sencillo cumplir con los máximos estándares de limpieza. Para ello, los fabricantes de

productos químicos ofrecen una amplia gama de productos que favorecen la eliminación de virus, hongos, algas o bacterias.

“Una de las principales ventajas es que la cadena hotelera, tanto la mediana como la grande están, cada vez más, externalizando sus servicios, especialmente lavandería y limpieza de suelos, lo que permite la profesionalización del sector limpieza. Se estima que hoy es alrededor de un 30% y con expectativas de crecimiento”, define Miguel Ángel Sampol, Director Comercial de la línea profesional de Laboratorios Vinfer.

Foto: Vileda





TotalVue: La gestión de última generación para su lavandería.

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

No se puede controlar lo que no se puede medir

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

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

Para conocer más:

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

Administre su lavandería de la forma más sencilla:

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

Tenga visibilidad sobre todos los aspectos de su lavandería:

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

CONTROLE TODAS LAS VARIABLES QUE AFECTAN A LA LAVANDERÍA



UTILIZACIÓN



PRODUCTIVIDAD



GASTOS DE SUMINISTROS



GASTOS DE OPERACIÓN



MANO DE OBRA

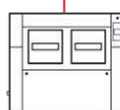


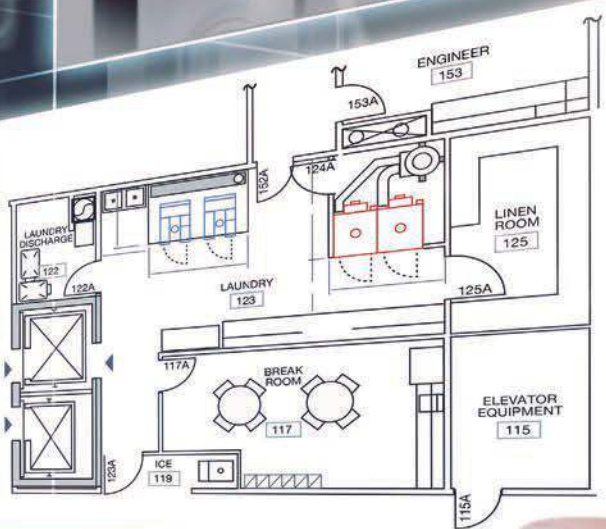
EFICIENCIA

MULTIDISPOSITIVO Y CONEXIÓN A LA NUBE

TotalVue®

POWERED BY UNILINC®





EXPERT

PREFERIDO POR LAVANDERÍAS PROPIAS EN TODO EL MUNDO



www.unimaclaundry.com

UniMac

THE LAUNDRY EXPERTS

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

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

NORMATIVA GENERAL

“El mundo de los productos de limpieza está regulado por las normas y registros de Sanidad (así como también hospitalario), también del sector de la Alimentación (normativa HA). Igualmente repercute los de medioambiente y los de riesgos laborales”, determina Marc Ceron, Responsable Marketing del Grupo Dino.

No obstante, Enrique Canela, Responsable Marketing Iberia de Vileda Profesional, destaca que Normativas hay pocas. Obligatorias existen de 2 tipos, las de carácter de equipamiento de seguridad o de higiene en entornos de elaboración de alimentos como en cocinas. En ambos los guantes tienen unas regulaciones muy severas. Además, añade que “existen otras normativas de tipo ecológico, recomendaciones de buenas prácticas, de ergonomía... pero todas ellas carecen de esa obligatoriedad oficial. Sería cada centro el que define sus propias normas, reglamentos internos, planes de higiene que garanticen sus propios estándares de limpieza”.

Mientras, Miguel Ángel Sampol, Director Comercial de la línea profesional de Laboratorios Vinfer, enumera las siguientes:

Detergencia:

- Reglamento (CE) No 648/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo de 31 de marzo de 2004 sobre detergentes (Texto pertinente a efectos del EEE) (Consolidada en 2009)

- Reglamento (CE) No 1336/2008 del Parlamento Europeo y del Consejo de 16 de diciembre de 2008 que modifica el Reglamento (CE) no 648/2004 para adaptarlo al Reglamento (CE) no 1272/2008 sobre clasificación, etiquetado y envasado de sustancias y mezclas

Plaguicidas:

- Real Decreto 3349/1983, de 30 de Noviembre. Productos Químicos. Reglamentación Técnico-Sanitaria para la fabricación, comercialización y utilización de plaguicidas. (Y sus posteriores modificaciones)

Biocidas (Normativa Europea):

- Reglamento (UE) No 528/2012 del Parlamento Europeo y del Consejo de 22 de mayo de 2012 relativo a la comercialización y el uso de los biocidas. (Y sus posteriores modificaciones)

Preparados peligrosos:

- Reglamento (CE) No 1272/2008 del Parlamento Europeo y del Consejo de 16 de diciembre de 2008 sobre clasificación, etiquetado y envasado de sustancias y mezclas, y por el que se modifican y derogan las Directivas 67/548/CEE y 1999/45/CE y se modifica el Reglamento (CE) no 1907/2006

Por otro lado, en el sector de la maquinaria de limpieza industrial, “son múltiples las normativas que lo regulan, donde podemos encontrar normas que regulan el uso de agentes contaminantes en los procesos de limpieza, como productos químicos que afecten al medio ambiente, los cuales están prohibidos, directivas que regulan la compatibilidad electromagnética o las emisiones sonoras”, detalla Mikel Iceta, Responsable Dpto. de Marketing de Krüger Technology. De este modo, las principales directivas que regulan este sector son: 2006/42/CE – Directiva de Máquinas, 2014/30/UE – Compatibilidad Electromagnética, 2014/35/UE – Baja Tensión, 2006/14/CE – Emisiones Sonoras y 2011/65/UE – RoHS (Restricción de sustancias contaminantes).

Con todo esto se puede decir que aquellos establecimientos que ofrecen unos niveles de limpieza superiores al resto obtienen unas valoraciones positivas de sus huéspedes y “teniendo en cuenta que la gran mayoría de clientes, antes de

tomar una decisión, buscan valoraciones y opiniones de los lugares donde alojarse a través de Internet, es extremadamente importante cuidar este aspecto, lo cual, cada vez se tiene más presente. De este modo, podemos aseverar que el sector

hotelero otorga especial importancia a los niveles de limpieza ofrecidos, cuidando al máximo el confort de sus clientes”, concreta Mikel Iceta.

Innovación

Actualmente, debido a la situación que ha sobrellevado el sector, se ha pensado en un cambio de estrategias a seguir, de tal manera que se pueda garantizar que las empresas tengan un largo crecimiento en el futuro. De este modo, el protagonista principal que ha llevado a este cambio es la innovación. Debido a que el consumidor ha modificado sus costumbres, evolucionando mucho más rápido que hace unos años, las empresas deben saber adaptarse a la demanda de los hoteles.

Por ello, “no cabe duda que en los próximos años viviremos una evolución en la forma en la que se garantiza la calidad del servicio de limpieza de un hotel. Son muchas las tecnologías que

Foto: Karcher



se están incorporando y, en la mayoría de ocasiones, están relacionadas con la maquinaria de limpieza”, expone Miguel Ángel Sampol (Laboratorios Vinfer). Además, añade que todo esto, unido a productos químicos cada vez más eficaces, con fórmulas específicas para cada superficie a limpiar permite aumentar la productividad en la limpieza de grandes espacios.

En este sentido, en el ámbito de la limpieza se está perfeccionando en la implantación de sistemas de limpieza que agilicen el tiempo empleado en ello, la reducción de costes y la ausencia de accidentes laborales. Así, Marc Ceron (Grupo Dino), concreta que “en los hoteles se está tratando de utilizar sistemas de limpieza que ayuden a agilizar los procesos y rentabilizar costes. Se buscan procesos de implantación de sistema de dilución de productos químicos concentrados. Además, se están instalando equipos de dispensación de papel higiénico y secamanos automática para racionalizar el consumo”. Además,



Foto: Girbau

continúa indicando que no hay que olvidar la formación del personal para los usos de sistemas de fregado y limpieza de suelos más ágiles y con menos riesgos laborales. Y por último, cada vez

más, la implantación de productos que dispongan de EcoLabel”.

Del mismo modo, Enrique Canela (Vileda Profesional) añade la búsqueda de

Máxima eficiencia ASISTENTE AL PLANCHADO

Guía al operario durante el proceso y se adapta al tipo de prenda y condiciones.



Aumento de la productividad, control de la temperatura.

PB
SERIES



GIRBAU

902 300 359 - comercial@girbau.es - girbau.com

ECO- ETIQUETAS

Este tipo de etiquetas son indicaciones o distintivos que marcan los productos o servicios que cumplen una serie de criterios de buen comportamiento medioambiental a lo largo de su vida útil, pasando desde su fabricación, distribución, uso y fin de la vida útil.

El principal objetivo del etiquetado ecológico es comunicar a los consumidores qué productos o servicios respetan el medio ambiente.

De este modo, la eco-etiqueta europea distingue los productos que cumplen los requisitos más exigentes de funcionamiento y calidad medioambiental. Así, para los fabricantes y distribuidores, la eco-etiqueta europea es un valor añadido a su oferta y representa una gran ventaja en el mercado de productos y servicios ecológicos. Para los usuarios, es importante saber que existen alternativas ecológicas y sostenibles y, en este sentido, contar con la Etiqueta Ecológica Europea (Ecolabel) es un plus en el catálogo de productos y servicios de cualquier compañía.

Antes de conceder a un producto la eco-etiqueta europea, éste es objeto de un riguroso examen de los efectos que provoca en el medio ambiente durante todo su ciclo vital. De tal manera, se comienza con la extracción de sus materias primas, y sigue la ruta ecológica del producto durante su fabricación, distribución, uso del consumidor y, finalmente, el desecho.

Pero, ¿cómo podemos solicitar esta certificación de calidad ambiental? Se tratan de criterios que establece un organismo independiente, que no interviene en el mercado, y además, están controlados por un proceso de certificación y auditoría altamente exigentes.

De tal manera que las firmas interesadas en conseguir este distintivo, y de acuerdo con el ordenamiento jurídico español, deben ponerse en contacto con el organismo nombrado por las Comunidades Autónomas de origen del producto.

A partir de este momento, se realizará un informe preliminar, un proyecto de propuesta de criterios y un informe final en el que se determina la adecuación o no, del producto a los criterios que se establecen para poder contar con este distintivo.

Con todo esto, se busca que el producto cuente con el potencial de mejora del medio ambiente, las perspectivas de penetración de los productos en el mercado, y la viabilidad de las adaptaciones técnicas y económicas necesarias.

Según indican desde la Comisión europea, en 2004 se concedió la eco-etiqueta europea a productos de más de 300 empresas, vendiéndose cerca de 280 millones de artículos eco-etiquetados por un valor de 700 millones de euros. La etiqueta ecolabel se puede encontrar en:

Aparatos Electrodomésticos: lavadoras, lavavajillas, aparatos de aire acondicionado, aspiradoras... Televisores y aparatos eléctricos: televisores y lámparas. Artículos para el hogar: colchones y textiles. Ordenadores: ordenadores personales y ordenadores portátiles. Prendas de vestir: ropa y complementos textiles. Calzado: zapatos y botas. Artículos de papelería: papel para fotocopia y gráficos y artículos de papelería sanitaria y para el hogar. Bricolaje: revestimientos cerámicos de piso y pinturas de interior y barnices. Jardinería: abono compuesto y sustancias para el mejoramiento de tierras. Artículos de limpieza: artículos de limpieza multiuso, detergentes para lavavajillas, detergentes para lavar a mano y detergentes para lavanderías. Alojamientos de Ocio: servicios de campamento y servicios de alojamiento para el turismo.



“La tecnología y sus aplicaciones están en constante evolución, y el sector de la maquinaria está integrando muchas de esas innovaciones. De este modo, están surgiendo nuevos sistemas de limpieza basados en sostenibilidad medioambiental...”

soluciones que mejoren la calidad de vida de los trabajadores y, al mismo tiempo, la eficacia de limpieza. “Ya no se habla de productos aislados, si no de sistemas de limpieza interrelacionados que mejoran los resultados, mopas planas, sistemas de preimpregnación, fibras inteligentes, útiles ergonómicos...”.

En este sentido, se está mejorando en el asesoramiento por parte de fabricantes y distribuidores, al igual que en la racionalización de los productos de limpieza, acercando con mejoras técnicas y económicas los productos con certificados ecológicos o con un menor impacto medioambiental.

Aparte de los productos de limpieza, en este sector tiene especial importancia la maquinaria de limpieza. Para Marcel Bras (Nilfisk), la innovación en la limpieza de los hoteles se basa en la utilización de maquinaria que nos permita realizar

Foto: Girbau



las tareas de limpieza de forma más segura para huéspedes y empleados, mejorando la calidad de la limpieza, optimizar los costes y realizarla de forma respetuosa con el medio ambiente. Hoy en día, “la tecnología y sus aplicaciones están en constante evolución, y el sector de la maquinaria está integrando muchas de esas innovaciones. De este modo, están surgiendo nuevos sistemas de limpieza basados en sostenibilidad medioambiental como, por ejemplo, el vapor a alta temperatura, logrando una limpieza más profunda y una mayor desinfección. A esto hay que sumarle nuevos productos químicos que permiten mejorar los resultados, siendo además más respetuosos con el medio ambiente”, determina Mikel Iceta (Krüger).

Del mismo modo, actualmente la tecnología permite fabricar máquinas para espacios reducidos, donde hasta ahora solo era posible la utilización de métodos manuales. “La utilización de una máquina fregadora para la limpieza de suelos, evita las lesiones crónicas asociadas



Foto: Nilfisk

a las tareas de limpieza manual que se producen al levantar pesados cubos de agua y por la torsión de las muñecas en el escurrido de la fregona. Además

las máquinas se diseñan para mejorar la ergonomía y hacerlas más seguras y fáciles de usar para los empleados”, concluye Marcel Bras.

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



GENERADOR DE VAPOR **KGV7000**

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

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



Foto: Vileda

El envase

Para favorecer la manipulación de los distintos elementos, y facilitar el trabajo, es muy importante adaptar los formatos a las necesidades de cada cliente, de tal manera que se ofrezca una mayor comodidad a los profesionales que deben utilizarlos, permitiendo un mayor aprovechamiento del producto. Con esta idea, “la principal función del empaquetado es proteger y preservar el producto de agentes externos que lo degraden y asegurar que llegue al cliente en condiciones óptimas”, especifican desde Krüger.

Pero, continúan indicando que también es la primera imagen que recibe el cliente tras realizar su compra, y hay que tener muy en cuenta que, hoy día, la imagen es muy importante. “El envase es una de las primeras imágenes que nos llevamos del artículo que deseamos adquirir, la garantía de buen producto la dará también el precio, su grado de eficacia y el servicio que lo acompañe”, confirman desde el Grupo Dino.

Por ello, “debe ser un valor añadido, que demuestre la calidad del producto. Además, el hecho de ser atractivo es un aliciente más para captar la atención de los potenciales consumidores, despierta el interés por el producto y puede incitar

a comprarlo en un instante crucial en el que se decide entre un producto A y otro B”, consideran desde Laboratorios Vinfer. No obstante, Marc Cerón continúa indicando que en la división industrial, un envase novedoso no es garantía de grandes ventas, pero sí que demuestra la inversión y desarrollo que está haciendo el fabricante en este producto para diferenciarse de su competencia.

En este sentido, por todas estas razones hay que cuidar el embalaje de los productos. Ya que “la forma en la que un producto está envasado puede ser lo que atraiga al consumidor a mirar el producto. Por esta razón, tratamos de cuidar las combinaciones de colores, diseños y tipos de envase del producto que permita hacerlo más atractivo para el cliente. Por tanto, el envase es de vital importancia a la hora de adquirir un artículo”, destaca Mikel Iceta.

Además, hay que señalar que el envase se convierte en un problema para el hotel, no solamente por cuestiones logísticas y de almacenaje, sino posteriormente por cuestiones de retirada y reciclaje. En relación a esto, desde un tiempo a esta parte, se vienen diseñando, cada vez con más frecuencia, envases con productos concentrados y con certificados que garantice su inocuidad en caso de derrame. Asimismo, hay

que tener en cuenta que, según el tipo de producto, su almacenaje puede estar supeditado a unas normas de seguridad y medio ambiente. Igualmente, se ha eliminado una gran cantidad de envases y almacenajes en productos de limpieza, tan solo cambiando el método de aplicación o sistema de los productos. Con los productos concentrados en monodosis, por ejemplo, el cliente se puede ahorrar alrededor de un 60%.

Pero sobre todo, “en el sector profesional el embalaje tiene una utilidad puramente logística e informativa. La componente de diseño y estética pasa a un segundo plano”, determinan desde Vileda Profesional.

Comercio digital

Una de las posibles vías del futuro comercial de este tipo de artículos es la venta a través de tiendas virtuales. En este sentido, Marc Cerón, desde el Grupo Dino, nos explica que más que tienda virtual ellos disponen de un espacio virtual para los clientes. No obstante, en su opinión, “en nuestro sector una tienda no es una garantía de buena venta, pues nuestra venta es profesional y para ofrecer soluciones particulares a cada cliente. No es una buena opción comprar sin conocer las características de los productos. Ahora bien, si se dispone de usuario registrado, se puede

Foto: Krüger



abrir su cuenta y poder realizar pedidos, descargar documentos administrativos, fichas técnicas...”.

Por otro lado, Enrique Canela, de Vileda Profesional, concreta que a pesar de que por el momento no constan de esta vía comercial generalizada, es cierto que la globalización, con la posibilidad de adquisición en otros países, o la propia distribución crea sus propias tiendas online donde es posible adquirir productos Vileda.

Mientras Mikel Iceta, de Krüger Technology, destaca que son conscientes de la enorme importancia que hoy día tiene la presencia online en el aspecto comercial, y por ello están realizando diversas acciones a fin de mejorar su presencia e imagen que les permita llegar a sus clientes, actuales y potenciales. Por ello, “en estos momentos estamos desarrollando un nuevo portal web, más moderno y atractivo, y mucho más funcional en cuanto a la usabilidad, y que además se adapte a cada dispositivo



Foto: Karcher

desde el que se acceda. Queremos mejorar la forma en la que se muestran nuestros productos y servicios, por lo que llevamos varios meses desarrollando este nuevo canal que nos permitirá

mejorar el actual”. Del mismo modo, continúa detallando que “también estamos desarrollando un portal de venta online que permita a nuestros clientes y distribuidores formalizar sus pedidos de



PREMIUM

**TRATAMIENTO
MANTENIMIENTO
LIMPIEZA**

SOLUCIÓN PROFESIONAL 5+5+5

COLECTIVIDADES COCINAS NAVES INDUSTRIALES COMEDORES COLEGIOS HOTELES RESTAURANTES BAÑOS Y ASEOS

ISO 9001
BUREAU VERITAS
Certification

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

VINFER
PROFESIONAL



Foto: Girbau



forma más sencilla y dinámica, realizar las consultas que precisen, consultar el estado de sus pedidos, descargar sus albaranes y facturas, solicitar ofertas personalizadas e incluso modificar sus datos directamente desde donde quiera”.

“Es evidente que la venta on line es una apuesta con un presente, pero sobre todo con un futuro en la cual todas las medianas y grandes compañías tendremos que invertir”, considera Miguel Ángel Sampol, de Laboratorios Vinfer. No obstante, es cierto que “la labor comercial en la venta de productos de carácter profesional siempre será imprescindible para, sobre todo, hacer entender las cualidades técnicas de productos con usos y formulaciones tan específicas”, continúa detallando.

Mientras, desde Nilfisk destacan que “nuestros clientes, a través de la página web de Nilfisk, pueden consultar las características de las máquinas, ver despieces, consultar el stock, ver plazos de entrega y realizar sus pedidos en un entorno fácil y seguro”.

Maquinaria, el futuro

Un elemento fundamental para las distintas empresas de limpieza, además de para los distintos establecimientos hoteleros, es la maquinaria de limpieza. Con este equipamiento se consigue un ahorro de costes muy considerable, además de acortar muchísimo el tiempo empleado en limpiar cada espacio. De igual modo, su uso permite utilizar productos menos agresivos con el

medio ambiente, consiguiendo el mismo resultado. En este sentido, será un equipamiento cada vez más interesante e importante dentro de la higiene profesional de los establecimientos hoteleros.

En relación a esto, Marc Cerón (Grupo Dino) asegura que el uso de maquinaria va en aumento debido a la salida de la crisis que estamos teniendo, es por ello que se está invirtiendo en mecanizar sistemas, sobre todo si son de gran capacidad. “Habitualmente, el uso del aspirador ha sido clave en la limpieza de habitaciones, pero para la limpieza de grandes pasillos, salones de banquetes o convenciones o halls se está utilizando máquinas fregadoras para ganar tiempo y limpieza”.

Asimismo, Marcel Bras (Nilfisk), detalla que la maquinaria que se utiliza en la limpieza de los hoteles está diseñada para conseguir óptimos resultados de limpieza con las mínimas molestias a los huéspedes, por ejemplo aspiradores y máquinas fregadoras con nivel de ruido bajo. De tal manera que “la limpieza se realice en un entorno saludable, tanto para empleados como clientes, por ejemplo con la utilización de filtros HEPA para el mejor filtrado del aire en los aspiradores, lo que nos permite reducir los problemas de alergias de los huéspedes. Mientras, la utilización de fregadoras automáticas nos permite el secado instantáneo del suelo mejorando el brillo y evitando posibles accidentes por resbalamiento de huéspedes”, continúa.

Por otro lado, desde Krüger Technology determinan que en el sector hotelero, las máquinas que más demanda tienen son las que utilizan métodos de limpieza basados en agua combinada con detergentes. En relación a esto, destacan los denominados generadores de vapor y los sistemas de inyección/extracción. Dadas sus prestaciones y variados usos y aplicaciones, “son máquinas que permiten ser utilizadas por casi cualquier operario y para las más diversas necesidades. Por ejemplo, esta maquinaria puede ser utilizada para la limpieza de suelos (alfombras, moquetas, etc.), la limpieza de cristales, limpieza de cocinas y baños, etc., permitiendo a los clientes de dichos hoteles disfrutar

Foto: Vileda



de todos sus espacios con la máxima higiene, limpieza y desinfección, el cual es uno de los aspectos más valorados por estos”.

Por otro lado, sin duda lo más demandado, en opinión de Laboratorios Vinfer, es la implantación de sistemas de dosificación de concentrados y, cómo no, limpia tapicerías, fregadoras de suelos, hidrolavadoras de alta presión, fregadoras secadoras... “La idea es facilitar las labores que más tiempo requieren”.

Pero no debemos olvidarnos del respeto por el medio ambiente, en este sentido, esta maquinaria, como no podría ser de otra manera, se suma a la apuesta ecológica, ya que se puede desinfectar sin producto químico teniendo una máquina de vapor de la misma manera que se puede limpiar enérgicamente una superficie tan sólo con fuerza teniendo una máquina de agua a presión... Además, cada vez existen más pliegos de limpieza en los que los valores

medioambientales van ganando peso, situándose en un segundo lugar, tras la económica, a la hora de valorar la oferta. Por ello, los valores que hacen referencia a ahorros de agua y energía, son unos factores que cada vez en más medida se pueden cuantificar de un modo numérico, lo que ayuda a su comprensión y análisis.

Respeto medioambiental

Las empresas fabricantes de productos para la limpieza industrial deben, además de ofrecer una limpieza eficaz, ser medioambientalmente responsables.

Los productos ecológicos van a tener cada día una mayor demanda. A pesar de que en estos momentos, el precio es uno de los aspectos que más tienen en cuenta los clientes, el respeto por el medio ambiente será más y más demandado. En relación a esto, “los productos que se están trabajando desde el Grupo Dino y sus principales proveedores, más que tener unos procesos, componentes, envases..., están trabajando con



Foto: Krüger

productos que tengan ecoetiqueta y que dispongan de registro por los principales

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



ecoxop

**Apuesta por la innovación
y la sostenibilidad**

con el sistema de higiene
más ecológico del mercado




PROQUIMIA
www.proquimia.com



colectividades@proquimia.com
www.proquimia.com





Foto: Karcher

certificadores que hay en la actualidad”, expone Marc Ceron.

Conseguir productos que eviten el daño al medio ambiente es una de las principales premisas de los fabricantes. Pero, ¿cómo se consigue fabricar productos de limpieza que sean sostenibles?

En este sentido, la vía más adecuada para conseguir tal fin es la dedicación y esfuerzos en el campo de la I+D+i, con el fin de proporcionar productos de múltiples prestaciones, en función de las necesidades del usuario, y todo ello con una alta eficacia y una elevada sostenibilidad.

Foto: Krüger



Bien es cierto, que “una multinacional acostumbra a tener dentro de sus principios el componente ecológico y Vileda no es una excepción. Desde hace años siguiendo las tendencias de los países nórdicos, más avanzados en esta temática, todos los desarrollos priorizan la optimización de los recursos naturales”, especifica Enrique Canela. Del mismo modo, Mikel Iceta precisa “hacemos especial hincapié en que todos nuestros artículos, servicios y procesos respeten al máximo el medio ambiente, y trabajamos continuamente en la mejora de las técnicas utilizadas en el proceso de fabricación, con el objetivo de lograr un impacto medioambiental igual a 0. Para ello, realizamos diversas evaluaciones del impacto ambiental de nuestra actividad, a fin de mejorar los resultados año a año. Nuestro firme compromiso es reducir lo máximo posible el impacto ambiental directo e indirecto de nuestros procesos y artículos comercializados”.

De este modo, lo principal a la hora de conseguir este tipo de productos es el control. Las empresas deberán de ser objeto de controles independientes que demuestren su compromiso con la sostenibilidad en el desarrollo y la fabricación de sus productos.

Así pues, solamente los productos con etiquetado Ecolabel, cumplen estos requisitos. Sin embargo, en opinión de Miguel Ángel Sampol “a día de hoy resultan menos efectivos por formulación

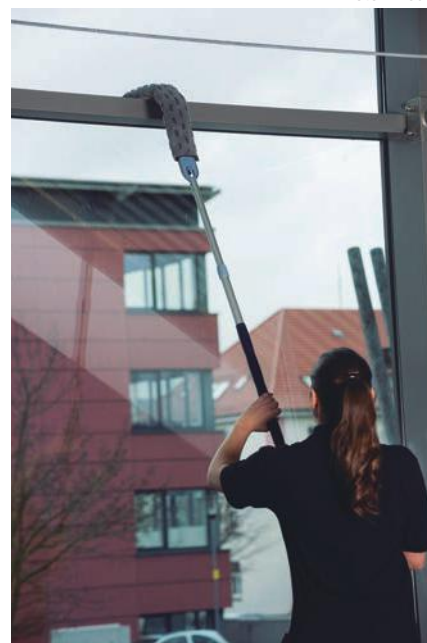
(ingredientes menos agresivos) que los productos normales por lo que se trabaja continuamente en I+D para conseguir que sean igual o de mejor calidad. Aunque este tema cada vez es más sensible en función de las diferentes comunidades autónomas”.

No obstante, podemos decir que la tendencia del mercado es evolucionar a ser más ecológicos, lo que conlleva nuevos sistemas para estar al día y todo ello sin perder efectividad en el producto. Ahorramos en el transporte del agua, ahorramos en plásticos, ahorramos en destrucción de envases, y el producto nunca deja de tener sus calidades.

Por otro lado, Marcel Bras especifica que la utilización de maquinaria para automatizar la limpieza nos permite reducir la cantidad de agua y productos químicos que se utilizan durante la limpieza. Además, “cuando las máquinas llegan al final de su vida útil, son recicladas según la normativa vigente”, continúa.

En definitiva, cada vez más, los clientes del sector hotelero están concienciados con la protección del medio ambiente, es por esta razón que demanden productos respetuosos. Por ello, hoy en día, la normativa es más exigente en el consumidor final, con obligación de consumir este tipo de productos, hecho que ha provocado que los fabricantes fabriquen más cantidad de ellos.

Foto: Vileda



Impulsando la transformación del sector Horeca



+ **12.000** Profesionales

+ **200** Nuevos Modelos de Negocio

+ **300** Expositores

+ **170** Speakers



Foto: Amenities Exclusivos

Amenities en el hotel

El detalle de la acogida

Entrar en el baño de un hotel y encontrarse champú, gel y una pastilla de jabón es un acontecimiento de lo más habitual cuando nos alojamos en un establecimiento hotelero. Sin embargo, los hoteles han ido añadiendo otros productos menos frecuentes en sus lotes de bienvenida. Esto se debe a que uno de los objetivos que todos los centros hoteleros persiguen es que el cliente se encuentre como en casa, por esta razón agasajarlos con cepillos de dientes, zapatillas o gorros de baño comienza a no ser extraño. Y la verdad es que no hay cosa más apetecible que ver un cuarto de baño y una habitación de hotel llena de detalles perfectamente colocados que nos dan la bienvenida.

Desde hace años nuestra lengua ha incorporado distintos términos para referirse a los productos de bienvenida que ofrece la industria hotelera a sus usuarios, entre los que destacan amenities o toiletries. ¿Pero realmente, qué significado tiene cada uno de ellos?

Como amenities se denomina a aquellos productos de pequeño formato que la industria hotelera pone a disposición

del huésped en la habitación del hotel para poder ser utilizados durante toda la estancia y así hacerla más cómoda y agradable. Es decir, son los típicos productos de bienvenida, que esperan al huésped repartidos por dentro de la habitación.

Esta actividad ha avanzado mucho, sobre todo aumentando la calidad y variedad de los productos. De este modo, entre los

principales detalles podemos encontrar ciertos artículos de confort como el bolígrafo, el calizador, las zapatillas, etc.

La mayoría de los hoteles cuidan mucho este detalle y saben que los huéspedes se fijan en los amenities, sobre todo en tiempos de viajar de manera ligera, con poco equipaje. En ocasiones, ciertos establecimientos afinan tanto el servicio que se pueden encontrar amenities para hombres o para mujeres, según lo que indiquen en la reserva que realicen.

Mientras, los toiletries, a pesar de no haber calado mucho esta denominación en nuestra sociedad, son aquellos amenities que se localizan en el baño, artículos que el hotel pone a disposición del cliente para su uso en higiene personal. Estos serían las toallas, peine, cepillos de dientes, jabones y geles, desmaquillantes o gorros de ducha, entre otros.

Y será el hotel, con su categoría, quien suele marcar la abundancia y calidad del amenitie, y habitualmente estos suelen encontrarse dentro del cuarto de baño de la habitación.

Esenciales

Cada vez son más hoteles los que cuidan el servicio de amenities, dándole una especial importancia al cuidado de su cliente. “Los factores de la calidad: un producto bueno, el diseño: con una marca conocida y la variedad de artículos en los que se presenta: gel, champú, crema hidratante y los siempre útiles complementos como set dental y set de afeitado, dan al amenitie un merecido lugar en los servicios ofrecidos por el hotel”, enumera Olivier Moreau, Chef de Ventas de España de Amenities Exclusivos.

En los últimos años se ha elevado, de manera considerable, los niveles de calidad que ofrecen estos productos, para ello se han incorporado ingredientes naturales, tales como extractos de plantas, algas o aceites esenciales y muchos de ellos ya sin los tan nombrados parabenos, eligiendo un packaging con colores y diseños innovadores y el empleo de materiales biodegradables para los envases, a la vez que se está avanzando en la personalización de cada operador. Del mismo modo, las grandes marcas de perfumería y cosmética han irrumpido con fuerza en este mercado, incluyendo, en algunos casos, su nombre en muchos de estos artículos, lo que contribuye a elevar su imagen de sofisticación. Con todo esto, se ha conseguido formar un producto ideal, donde el set de uso personal se convierte en un detalle de prestigio y una excelente plataforma para el marketing promocional, ya que los clientes se lo suelen llevar consigo al finalizar su estancia, como un recuerdo agradable.

En este aspecto, y dado que forman parte de la imagen del hotel, “calidad, fiabilidad, imagen, sostenibilidad...”, son los valores que se quieren transmitir y que pueden verse perfectamente reflejados en los productos de acogida. De ahí su importancia”, continúa indicando Dominique Pisan, de ADA International. Estos tres factores, “calidad, diseño y variedad, junto con el servicio y la ecología, son nuestra seña de identidad. Y estamos viendo con optimismo cómo después de unos años, donde al mercado sólo parecía importarle el precio, estos vuelven a ser criterios importantes



Foto: ADA International

en la elección del hostelero”, añade Laura Viscasillas, Gerente de Belart Amenities.

Asimismo, Dominique Pisan completa que “por ello no solo ha sido fiel a estos mismos principios sino que siempre ha mantenido una actitud orientada a satisfacer las demandas de sus clientes, apoyando, asesorando y caminando de la mano para conseguir el objetivo principal: la satisfacción de los huéspedes”.

Elección por la Cadena

A lo largo de los últimos años, estos productos se han convertido en uno de los servicios esenciales dentro de un hotel, casi al mismo nivel que el precio o la propia cama. Además, el surtido, la calidad y el diseño de los productos de acogida acaban proporcionando

personalidad propia al establecimiento, al mismo tiempo que definen muchas de las características que se pueden esperar durante la estancia, que están relacionadas con el confort y la preocupación por el trato a la clientela. Pero, a pesar de esta idea, en opinión de Huseyin Topcu, Gerente de Delegación España de RH Hotel Amenities & Textiles, “sí que es cierto que el responsable de compras hace un buen trabajo para buscar novedades en cuanto a formatos y contenidos de los artículos de acogida, pero, finalmente, quien toma la decisión, es decir, el director o el propietario, mira por los precios”. En este sentido, Dominique Pisan (ADA International) corrobora que “hace unos años el responsable de compras buscaba la alternativa más barata porque su objetivo es siempre el de minimizar al máximo los

Foto: Belart Amenities



ENVASE Y DISEÑO

En lo que se refiere al envase, su diseño y tamaño, siempre se ha buscado ir a la última, lo que conlleva un coste añadido de molde, etiqueta... factor que no siempre es reconocido por el comprador.

No obstante, se trata de un detalle que siempre se debe tener en cuenta, ya que los productos de acogida han de estar en armonía con el diseño del baño y con la fragancia natural del lugar. De ahí que la originalidad, elegancia o innovación sea una de las preocupaciones del sector. Además, otro detalle importante es que, siguiendo con la sensibilidad ecológica, se busca el formato ecológico más fiable.

No obstante, en opinión de Huseyin Topcu, Gerente de Delegación España de RH Hotel Amenities & Textiles, "en España el mercado está cubierto con bolsitas plástica, llamada 'flowpack', y con tubos, por sus precios económicos. Tanto 'flowpack' como tubos (champús, etc.) no son user-friendly. Por ello, como empresa, nosotros favorecemos más la fabricación y distribución de formatos de cajitas papel y botellitas".

Además, hay que tener bien presente que el envase es lo primero que ve un cliente y forma parte de la imagen del hotel. En este punto, "hay que cuidar dos aspectos en el frasco, el diseño, por un lado, y por otro el cuidado y respeto al medio ambiente. La preocupación por la sostenibilidad obliga a invertir en el desarrollo de soluciones al embalaje. En ADA utilizamos PET reciclado y reciclable, minimizando de esta forma el impacto medioambiental que pueda ocasionar al estar reutilizándolos continuamente", especifica Dominique Pisan de ADA International. Por ello, "buscamos siempre un concepto que sepa unir en plena armonía cosmética, diseño e imagen y que el usuario pueda verse reflejado perfectamente".

Sin embargo, hay que tener en cuenta que "aunque la presentación del envase es importante, puesto que el frasco debe de atraer la vista, no olvidemos que la calidad se encuentra en el producto, que es lo que realmente va a experimentar el cliente", puntualiza Olivier Moreau, Chef de Ventas de España de Amenities exclusivos.



Foto: Amenities Exclusivos

opción en calidad, imagen y sostenibilidad, principalmente. Y cuando se trata de un Hotel de 5* lo que se busca, en muchos casos, es una Marca Cosmética que cumpla con los requisitos anteriores", continúa detallando Dominique Pisan.

Con todo esto, las grandes cadenas y establecimientos emblemáticos han tratado con especial cariño un suministro adecuado de amenities, ampliando progresivamente el pack básico de artículos de higiene, gel de ducha, champú y jabón de manos, principalmente, para completar una amplia y casi infinita gama de productos, entre los que se pueden encontrar diferentes kits como el de afeitado, dental, de limpieza de zapatos, de costura, así como gorro de baño, esponja, cosméticos, perfume, acondicionador, marinas, loción solar, toallitas desmaquilladoras o enjuague bucal, por solo citar algunos de los más frecuentes. No obstante, está claro que el surtido siempre dependerá de la categoría del hotel e incluso de su situación y clientela, ya que no existe legislación de mínimos al respecto y solo meras recomendaciones dependiendo, en muchos casos, de las exigencias de las cadenas voluntarias a las que esté asociado el establecimiento para su comercialización.

En este sentido, "todos los hoteles buscan productos buenos, de calidad. El hotelero debe de ponerse en la piel de los huéspedes. Pero el coste condiciona el producto. Mi consejo es que siempre hay que conceder importancia a la cosmética por ser el producto consumible. Hay muchos indicadores de calidad, pero el más importante es la procedencia, donde está elaborado el producto. El

costes del hotel. Los amenities muchas veces eran vistos como un coste a fondo perdido que había que cubrir para cumplir una reglamentación".

Del mismo modo, Olivier Moreau (Amenities Exclusivos) añade que siendo verdad que la primera elección la hace el jefe de compras y ésta está basada en

el precio, cada vez son más las cadenas y los hoteles que priman este servicio buscando una marca conocida por el cliente y que le pueda sorprender.

Sin embargo, "ahora forman parte del marketing, de la imagen del establecimiento y no se puede tomar a la ligera. El objetivo es encontrar la mejor

Foto: ADA International



abaratación se consigue reduciendo el número de artículos en el baño”, especifican desde ADA International. De este modo, “el colectivo de proveedores de estos productos deberá trabajar para hacer que la administración competente ponga unos baremos en el momento de clasificar los establecimientos de alojamiento turístico”, considera Huseyin Topcu (RH Hotel Amenities & Textiles). Así, continúa indicando que en la mayoría de los casos, por ejemplo, los huéspedes se sienten decepcionados si llegan a alojarse en un hotel de 4* y ven que no están servidos con zapatillas en la habitación. La norma debe ser que un hotel de 3* tenga la obligación de ofrecer productos de champú, gel y jaboncillo, por ejemplo. “Las expectativas y exigencia del huésped de cuatro-cinco estrellas obligan a un mayor surtido con la mejor calidad y diseño posibles”, concreta Laura Viscasillas (Belart Amenities).

Mientras, “en el caso de los Hoteles de 5* la tendencia es la de disponer de una Marca reconocida que avale y garantice esta calidad y que el cliente pueda reconocer como un producto de lujo. Si se actúa así las ventajas están garantizadas ya que la imagen del hotel se beneficia y la lealtad de los clientes se fortalece”, añade Dominique Pisan.

En concreto, “lo más lógico sería que las estrellas estuvieran acorde con el servicio de amenitie. A más estrellas, más calidad y diseño en la línea que se ofrece. Desgraciadamente, no siempre es así. Estamos trabajando para llegar a convencer de la importancia de esta relación”, concluye Olivier Moreau (Amenities Exclusivos).

El usuario solicita

La necesidad de ofrecer distintas alternativas, de manera continua, a los hoteleros, así como diferenciar su oferta de otros distribuidores y abrir nuevas vías de negocio para nichos específicos, como hoteles rurales, de termalismo, tematizados o “con encanto”, incluso para hoteles “low cost” o apartamentos turísticos, está propiciando una cascada de nuevos productos en el mercado de amenities que cubran demandas concretas. Pero, ¿qué es lo que realmente solicita el usuario?



Foto: ADA Cosmetic

“Principalmente cosmética, es decir, gel, champú y jabón entre los 3 y 4*. Y loción corporal y acondicionador entre 4* y 5*. Cada vez con mayor frecuencia el gel y champú empieza a ponerse con sistema dosificador en la ducha y las opciones de acondicionador y body lotion en dosis menores para completar la bandeja de amenities”, detalla Dominique Pisan, de ADA International.

Pero lo cierto es que el cliente cada vez es más exigente y quiere un producto bueno. De tal manera que “en el amenitie dividido en cosmética (gel, champú,

body y jabón de manos) y complementos (set dental, set afeitado, peine, pañuelo, set manicura...), prevalece la calidad sobre la cantidad. Y eso el hotelero lo sabe. Es mejor poco y bueno, que mucho y malo. Un buen hotel ofrecerá siempre un producto bueno y de calidad en cosmética, sin dejar de ofrecer los complementos más esenciales”, analiza Olivier Moreau, de Amenities Exclusivos.

No obstante, “si el objetivo es abaratar coste sin perjudicar la calidad, la tendencia es reducir el número de complementos y ofrecerlos solamente bajo petición, y

Foto: Belart Amenities





Foto: Amenities Exclusivos

centrar toda la atención en la cosmética”, destacan desde ADA International.

Bien es sabido que en España los hoteles siempre han apostado por dar a sus huéspedes un servicio impecable, pese a la crisis y la bajada de precios por pernoctación que se han llevado a cabo, ya que la calidad y la innovación de diseño son los apartados más valorados por los huéspedes.

De esta manera, el sector de los amenities se ha convertido en un negocio seguro, ya que se encuentran en casi todos los hoteles, en mayor o menor medida, como hemos podido comprobar. Por esa razón, están apareciendo nuevas maneras de conseguirlos, como pueden ser las importaciones, algunas de ellas de

dudosa procedencia. “Afortunadamente el mercado ha mejorado en este aspecto y cada vez se busca más el nombre y calidad de una marca, en deterioro de una línea barata o blanca”, detallan desde Amenities Exclusivos. Esto se deberá a que la calidad ha de ser lo prioritario en cosmética, ya que se trata de un producto que se consume directamente por la piel, por lo que su procedencia ha de ser clara y sobre todo segura... La procedencia de la materia prima ha de estar garantizada, al igual que la producción en los laboratorios, la cual debe seguir un protocolo de actuación que lleva su tiempo, y que debe estar garantizado.

No obstante, en pocos años se han experimentado grandes cambios para

adaptarse a las nuevas exigencias del sector, pudiendo ofrecer la máxima calidad a un precio más asequible. A veces, cuando debemos elegir un producto, asimilamos el precio a la calidad, sin embargo, habitualmente, la calidad no tiene por qué ser cara... “Efectivamente, todo está cambiando. El mercado se mueve buscando alternativas baratas aunque no por ello de mala calidad. Esto nos ha llevado, y a ello dedican mucho tiempo nuestros departamentos de I+D y marketing, a crear nuevas alternativas que cumplan los requisitos de calidad, imagen y low cost. En ADA Internacional hemos desarrollado varias líneas en esta dirección”, analiza Dominique Pisan, de ADA International.

Entre las distinta tipologías que se están desarrollando, destacan los dosificadores, “sin duda es la mejor aportación al concepto ‘low cost’ y no porque se entienda como algo barato en el sentido peyorativo, sino porque representa la garantía de calidad cosmética, sostenibilidad y diseño..., valores exigidos por los hoteleros, y por supuesto ahorro ya que supone una reducción de entre 30 y 40% en comparación con el uso de dosis menores”, destaca Dominique Pisan.

Productos certificados

En los últimos años, el respeto medioambiental se ha instalado de manera permanente en la mente del consumidor, quien cada día exige productos más naturales y orgánicos y que, además, cuente con sus etiquetas de garantía, siendo esta tendencia aprovechada estratégicamente por las marcas para incluir conceptos como “bio” o “eco” en su gama de artículos, beneficiándose así de su prestigio. Además, en relación a esto, “los huéspedes de los hoteles están exigiendo, cada vez más, productos cosméticos para el cuidado del cuerpo que no sean nocivos ni para piel ni para el ambiente. En España esta demanda está siendo cada vez mayor. Los estudios demuestran que la conciencia ambiental es un factor cada vez más importante en la selección de productos”, exponen desde Ada International.

En este sentido, hay que considerar que cada vez más, los clientes se decantan,

Foto: Geyushi Amenities Hotel





Foto: Maxima Amenitie

y a la vez exigen, productos de acogida ecológicos, ya que, como se ha comentado, la ecología y el cuidado del medio ambiente sigue siendo una tendencia, creando un valor añadido de marca y, además, los establecimientos consiguen fidelización y ahorro.

Por ello, los lanzamientos de líneas respetuosas con el medio ambiente son otra de las constantes en este sector, en consonancia con las propias exigencias de los consumidores, refrendada por medidas legislativas. "Cada vez el cliente está más concienciado con el tema ecológico y con el respeto con la naturaleza. Cada vez son más las marcas de amenities con distintivo de calidad 'eco' y acorde con el consumo ecológico", concreta Olivier Moreau (Amenities Exclusivos). Con ello, continúa explicando que, actualmente, ya hay líneas en el mercado ofreciendo estas características. "Para el cliente encontrarse con un producto que respete el medio ambiente es importante, porque sabe que así también está colaborando con una economía más encaminada a la ecología".

Así, Huseyin Topcu (RH Hotel Amenities & Textiles) expone que miran más por "formatos que favorezcan la sostenibilidad, es por ello, intentamos ajustar los precios de formatos papel a los de bolsitas plásticas, ya que de este último, hay mucho consumo en España. Los productos naturales, por su alto precio, de momento tienen poca demanda".

Mientras, Dominique Pisan especifica que el interés por el medioambiente sigue estando muy presente, y se trata de

Foto: ADA International



Cuidamos tu marca, protegemos tu negocio

Huhtamaki



En Huhtamaki, somos especialistas globales en envases para alimentos y bebidas. Entendemos el packaging como algo más que lo que rodea a un producto. Dondequiera que estemos, nos adaptamos y ofrecemos el packaging que cumple las demandas locales. Trabajamos con respeto por el mundo que nos rodea, fabricando productos de calidad y ofreciendo un servicio fiable.

Ayudamos a que grandes productos lleguen a más gente, con mayor facilidad.

www.foodservice.huhtamaki.com.es
marketing@huhtamaki.com



Foto: Amenities Exclusivos

uno de los principales focos de atención en I+D. “De ahí que el sistema de dosificadores sea uno de los principales artículos desarrollados como los nuevos sistemas de Illi 1 e Illi 2. Se trata de un ejemplo de cuidado, tanto por el diseño como por la sostenibilidad”.

Dentro del mercado de productos de acogida, la etiqueta Ecolabel o eco-etiqueta europea se puede utilizar en jabones, champús y acondicionadores de cabello. De esta manera, para que estos productos puedan ostentar dicha etiqueta deben cumplir con una serie de criterios, cumpliendo unos requisitos estrictos de biodegradabilidad. Entre ellos, destaca el mínimo impacto que deben tener sobre los ecosistemas acuáticos o que se reduzcan los residuos de los envases, al mismo tiempo que debe limitarse el uso de ciertos ingredientes, como los clasificados como carcinogénicos, entre otros.

Otro organismo de certificación reconocido es el francés Ecocert, el cual impone también un estándar para garantizar un producto cosmético respetuoso con el medio ambiente. Entre otros factores, comprueba la ausencia de transgénicos, parabenos, fenoxietanol, nanopartículas, silicona, perfumes y colorantes sintéticos. Adicionalmente, un mínimo del 95% de todos los ingredientes utilizados debe ser natural o de origen natural y un 10% de ellos debe proceder de la agricultura ecológica, mientras los envases deben ser de carácter biodegradable o reciclable. Para obtener la etiqueta de cosmético natural, un porcentaje mínimo del 50% de los

ingredientes vegetales de la fórmula debe proceder de la agricultura ecológica.

Nuevos tipos de venta

Se conoce que una de las vías más claras del futuro comercial de este tipo de artículos es la venta a través de tiendas virtuales... En este sentido, desde RH Hotel Amenities & Textiles detalla que para los pequeños establecimientos sí que es cierto la tendencia de compra online. “Pero estos productos, si van personalizados con el logotipo del establecimiento, requieren una previa fase de muestras y diseños, etc.”. Por esta razón, RH Hotel Amenities & Textiles “está desarrollando una tienda virtual donde gracias a las herramientas informáticas el cliente podrá diseñar el producto con

formato y contenido que le guste antes de hacer su pedido”.

Mientras, desde ADA International detallan que trabajan mejorando y aportando soluciones tecnológicas que faciliten las relaciones. “Disponemos de una página web desde donde los hoteleros pueden obtener información sobre las Marcas y detalles de los productos. Tenemos, a su vez, una tienda B-t-C para clientes privados que desean adquirir los productos que han conocido en el hotel y prolongar así el sueño de su estancia hotelera en el hogar”.

Sin duda es una vía muy importante, “pero más como complemento a tus acciones comerciales y de marketing”, consideran desde Belart Amenities. En su opinión, los clientes importantes, siguen apostando por el trato personal, donde pueden ver, tocar y oler los productos, además de conocer a la persona a quien depositar su confianza. “Nosotros actualizamos constantemente nuestra web, incorporando nuevas fotos de nuevos productos, servicios, marcas y diseños”. Asimismo, desde Amenities Exclusivos indican que ellos trabajan la venta directa, “es importante para el equipo comercial que el producto sea valorado, exponiendo las características del mismo. El trabajo en directo, con una visita personalizada, es la manera más adecuada que entendemos de hacer valorar un servicio para nosotros primordial en el hotel”.

Foto: Belart Amenities





GROUPE GM
AMENITIES EXCLUSIVOS



C/ Manuel Tovar, 42 2º
28034 Madrid

T. +34 914 310 614
F. +34 914 310 880



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional

■ Embarba instala un nuevo ascensor en el Alcazaba Premium Hostel ■



■ el hotel y el equipamiento ■

El hotel

La ubicación del Alcazaba Premium Hostel en el centro de Málaga, junto a la Alcazaba, Gibralfaro, frente al cine Albéniz y rodeado de multitud de museos, todo esto crea un entorno exterior que hace que no pase desapercibido para nadie, todo es arte alrededor.



Antonio Gea un reconocido pintor malagueño, es el autor de algunas de las obras expuestas en el Alcazaba Premium Hostel y como ejemplo se encuentra el increíble mural del ascensor

El equipamiento

Uno de los últimos trabajos de Embarba ha sido la realización el Alcazaba Premium Hostel, un ejemplo de cómo la instalación del ascensor marca Embarba se introduce plenamente en la arquitectura de los hoteles, de este modo el cliente cuando se desplaza a través de las instalaciones y usa el ascensor tiene una sensación de continuidad y de que todo forma parte de un conjunto, esto es fundamental, el ascensor debe formar parte de tu vida cotidiana y no verlo como un simple vehículo de transporte.

Cuenta con unas dimensiones de 1.62 m de ancho por 16.40 m de alto, donde se muestran diferentes escenas, una por planta. Gracias a los paneles de cristal del ascensor, el pasajero disfruta de una obra de arte mientras se desplaza a través del edificio, el mismo autor según palabras textuales, dice que "para poder apreciar el trabajo se ha de subir planta por planta y

detenerse un instante en cada una. De otro modo, si se sube del tirón a la 5ª planta, se aconseja fijar la vista en el fondo de color, y no pretender descubrir a los personajes que la habitan, pues puede uno acabar mareado".

Esto es un ejemplo de cómo se une arte, tecnología y servicio en uno, buscando nuevas experiencias que haga que el usuario vea algo diferente.

Estos retos son habituales para la marca Embarba, especializada en hacer ascensores en huecos con geometrías difíciles, decoraciones a medida, motorizaciones acorde a las necesidades del cliente y utilizando materiales de última generación, y sobre todo el hecho de ser fabricantes, facilita mucho la tarea al cliente, puesto que hacemos su idea a medida.

En este proyecto se ha conseguido integrar el ascensor dentro de la arquitectura del edificio, haciendo que formase parte de él, esto no siempre se consigue, para ello se necesita hacer un estudio del entorno, así como del interior, junto con la idea del cliente, el asesoramiento y la experiencia, hace que el resultado final supere en gran medida a la idea original.



■ Favemanc, proveedor de la fachada ventilada cerámica de la torre más alta del Caribe ■



■ el hotel y el equipamiento ■

exterior mantiene estable la temperatura interior incluso cuando las oscilaciones climatológicas a lo largo del año son muy fuertes.

En este caso, la fachada ventilada aporta dos ventajas importantísimas. La primera de ellas está relacionada con el hecho de que el proyecto se realice en un clima muy cálido donde el material utilizado permita conseguir el máximo efecto de reflexión del calor. La segunda de las ventajas está relacionada con la altura y la envergadura del proyecto, en este caso, tratándose de un rascacielos es indispensable utilizar un sistema que aporte la suficiente resistencia al viento.

El sistema elegido para la instalación de esta fachada ventilada ha sido el XD Favemanc, con un formato de placas de 1200x300 y un espesor de 24 milímetros. El anclaje que aporta es el óptimo para edificios de gran altura y el espesor de las placas aporta la robustez necesaria para vencer la resistencia al viento.

El hotel

En Santo Domingo (República Dominicana) se está construyendo actualmente el rascacielos más alto



de todo el Caribe. La torre, de más de 150 metros de altura, se ha llamado Anacaona 27 y contará un sistema de fachada ventilada cerámica diseñado por Favemanc. Este edificio se constituirá con un importante centro de negocios y varias de sus plantas estarán ocupadas por apartamentos y un hotel de lujo con todas las comodidades.

El equipamiento

Un total de 17.000 metros cuadrados de placas cerámicas y más de 1.800 metros lineales de celosía cerámica cubrirán este rascacielos.

El hecho de haber contado con un sistema de fachada ventilada cerámica para revestir el exterior de este rascacielos se debe, además de sus cualidades estéticas, a las numerosas ventajas que conlleva esta solución constructiva.

Las numerosas ventajas que proporcionan las fachadas ventiladas se deben, en gran parte, a la cámara de ventilación que se crea entre los paneles cerámicos y la propia estructura del edificio. El aislamiento



■ La tecnología más vanguardista de Jung en el hotel W Mexico City ■

JUNG



■ el hotel y el equipamiento ■

El hotel

Desde su inauguración en 2003, el lujoso hotel W Mexico City ha sido un espacio de encuentro con la moda, el diseño y las más cosmopolitas tendencias culturales internacionales y del país azteca. El edificio original es obra del arquitecto mexicano Luis Bosoms sobre una superficie de poco más de 1.200 metros cuadrados.

Las obras de renovación comenzaron en 2014 y han estado a cargo de un gran y variado elenco de equipos y estudios de arquitectos e interioristas de reconocido prestigio internacional. Destaca, por ejemplo, la remodelación del Living Room Bar con un

diseño atrevido y sorprendente, resultado de la visión vanguardista del estudio neoyorquino Nemaworkshop. La segunda etapa de las obras ha correspondido a las 237 habitaciones del hotel, que ahora lucen una decoración rabiosamente vanguardista que se adorna además con una serie de fotografías murales del artista mexicano Iván Aguirre. Las imágenes retratan a la modelo Cristina Piccone, con el estilismo de Annie Lask, recreando a varios de los personajes pictóricos más famosos de la mexicana universal Frida Kahlo.

El equipamiento

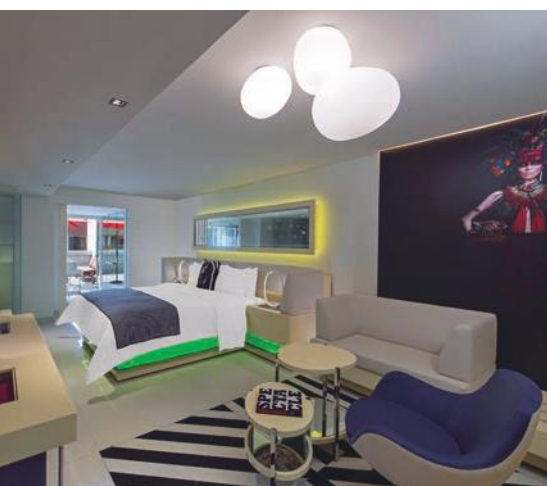
Es en este establecimiento donde Jung ha implementado el sistema de gestión domótica KNX para el control de la iluminación en los salones del hotel, la zona de banquetes y el nuevo restaurante "J by José Andrés", que incorpora mecanismos con acabados en latón Dark. La iluminación -como el resto del sistema eléctrico del hotel- puede ser controlada localmente o en remoto, mediante iPad, en la totalidad del edificio.

Otra aportación de Jung al confort y comodidad de los clientes del W Mexico City es el sofisticado sistema de control de iluminación y climatización de las

habitaciones, que permite reproducir escenas ambientales programadas mediante teclados F40 situados en la entrada de la estancia, los cabeceros de la cama y la zona de baño. Al mismo tiempo que garantizan una gran flexibilidad y el control eficiente de la instalación eléctrica, estos dispositivos proporcionan importantes ahorros de energía. Es posible compactar una amplia variedad de funciones en un espacio tan reducido como el de un pulsador eléctrico: encendido, apagado y regulación de la iluminación, subida y bajada de persianas, o bien una combinación de estas operaciones. Su funcionamiento es tan sencillo e intuitivo que el huésped no tiene necesidad de aprender nada, mientras que para la gerencia del establecimiento este tipo de soluciones de Jung ofrecen una sólida garantía de futuro, rentabilidad y flexibilidad.

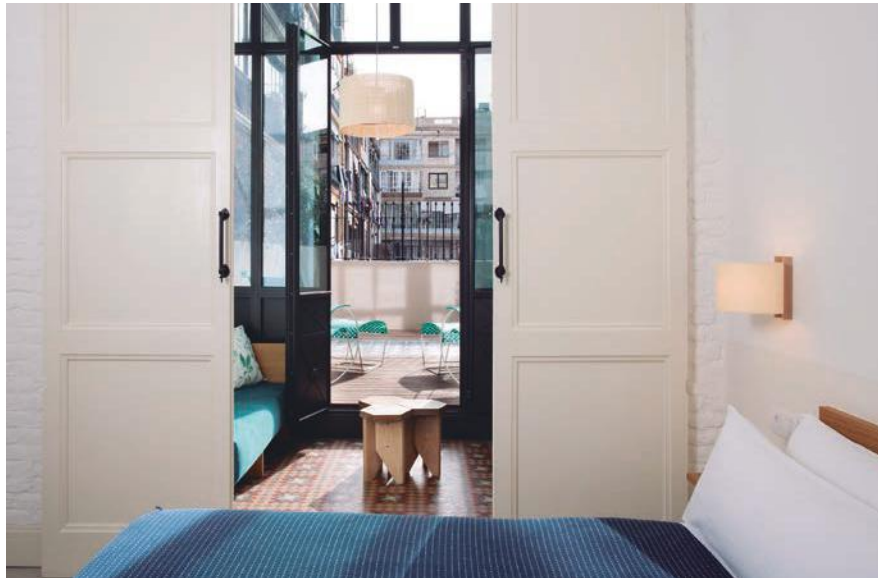
En el caso del W Mexico City, los teclados F40 de Jung controlan circuitos de iluminación y climatización de cada habitación. En el primer caso, el control es de tipo on/off de escenas programadas, pero incluye también elementos de iluminación RGB regulados. Además, para facilitar el entendimiento y usabilidad de los teclados, se ha serigrafiado la superficie de los pulsadores con indicaciones claras y precisas.

Por otro lado, el W Mexico City logra la máxima eficiencia energética en el capítulo de climatización gracias al uso de los avanzados termostatos KRMTSD de Jung. El sistema controla fan-coils a cuatro tubos, tanto para calefacción como para refrigeración. Cada termostato maneja el nivel de temperatura, aunque dispone también de un interruptor que activa un modo automático para conseguir el mayor confort y eficiencia en el consumo energético del hotel.



■ Casa Bonay apuesta por los sistemas de climatización Panasonic ■

Panasonic



■ el hotel y el equipamiento ■

Casa Bonay. Además, según los cálculos realizados comparándolo con un edificio de las mismas características, Casa Bonay consigue una notable reducción del consumo de energía ahorrando hasta el 70% de energía.

Una de las ventajas de los sistemas ECO-G o mixto ECO-i y ECO-G es que no hace necesaria la instalación de paneles solares térmicos. Al estimarse un funcionamiento medio de 12 horas diarias de las unidades ECO-G para las zonas comunes nobles, el 100% de las necesidades para la producción de ACS quedan cubiertas.

La gran ventaja del sistema ECO G, a diferencia de la clásica bomba de calor eléctrica, es que utiliza un motor de combustión interna para proporcionar la compresión mecánica necesaria en el circuito frigorífico. Y el circuito de refrigeración de agua de este motor es el que juega un papel clave en la solución térmica integral del edificio ya que el calor residual se considera energía renovable y puede recuperarse para cubrir la demanda de agua caliente sanitaria (ACS).

La recuperación de ACS que aporta la bomba de calor a gas es suficiente para cumplir la cobertura mínima exigida por el Código Técnico de Edificación y, por lo tanto, elimina la necesidad de incorporar una instalación solar térmica en algunos casos, con el ahorro de espacio y reducción de instalación que esto implica.

El hotel

Casa Bonay es un nuevo hotel lleno de energía creativa en un edificio neoclásico del siglo XIX situado en pleno centro de Barcelona, en "L'Eixample Dret". Este nuevo espacio, inaugurado en abril, dispone de conexiones con el mundo del interiorismo, el diseño industrial, la gastronomía, la literatura, la música o la moda. El edificio ha elegido el sistema innovador de cogeneración a base de 2 equipos de bomba de calor con motor accionado a gas natural (ECO-G de Panasonic) y 5 unidades de VRF eléctrico de tres tubos (ECO-i), también de Panasonic.

accionadas eléctricamente (ECO-i) y 141 kW a unidades con motor accionado a gas natural (ECO-G), que aprovechan el calor residual generado por el motor endotérmico para producir agua caliente sanitaria (ACS) de forma gratuita.

Con los sistemas de cogeneración de ECO-G, el intercambiador de calor se aprovecha del calor producido por el motor para la generación del agua caliente sanitaria de forma gratuita en un 99,35%, en el caso de

El equipamiento

Con el fin de conseguir el máximo confort de los usuarios y disponer de equipos de máxima eficiencia energética y ahorro energético para contribuir al respeto del medio ambiente, el Grupo IPI, la ingeniería encargada del proyecto, ha escogido un sistema innovador de cogeneración a base de 2 equipos de bomba de calor con motor accionado a gas natural (ECO-G) de Panasonic y 5 unidades de VRF eléctrico de tres tubos (ECO-i), también de Panasonic. Para la elección de estos sistemas, el edificio se ha dividido en dos grupos; zonas con frío y calor simultáneo para las habitaciones y zonas nobles con sistemas a dos tubos de gas.

La potencia total instalada es de 387,5 kW, de los cuales 246,5 kW corresponden a unidades



Huhtamaki HUHTAMAKI Muestra Stories, su nueva colección de vasos

Empresa: HUHTAMAKI SPAIN S.L. // Teléfono: 964 659 470 // Web: <http://www.huhtamaki.com.es/>



A Elena el otoño le provoca nostalgia y le recuerda a su época viviendo en Londres. Juan es el alma de la oficina, siempre muy bromista y dispuesto a ayudar a la gente. Vicky es muy positiva y siempre está alegre. Robert es un bohemio del invierno y vive enamorado de la vida. A Pablo le encanta la naturaleza y los animales. E Isabel lo primero que necesita por la mañana es su vaso de café. Ellos son los protagonistas del nuevo diseño de Huhtamaki para vasos de bebidas calientes. Cada uno tiene su propia historia que puedes descubrir en la página web: www.foodservice.huhtamaki.com.es. Huhtamaki lanza "Stories" como nuevo diseño estándar para

vasos de bebidas calientes. Este diseño se presenta como una alternativa innovadora para el mercado con el fin de romper con lo establecido y ofrecer la diferenciación que necesitan sus clientes frente a sus competidores. Presentado en formato de amalgama, Stories pretende ser un soplo de aire fresco y una renovación de la experiencia del consumo.

NILFISK Presenta el Programa Horizon

Empresa: NILFISK ADVANCE S.A. // Teléfono: 937 412 400 // Web: <http://www.nilfisk.es/>



Trabajar junto a Carnegie Robotics, LLC, el proveedor líder en sensores y software robóticos, ha permitido a Nilfisk lanzar el Programa Horizon. Se trata de un programa estratégico a largo plazo que les permitirá lanzar múltiples nuevos productos, el primero de los cuales se espera en 2017. Estos nuevos productos ofrecen en un amplio espectro de capacidades autónomas, por lo que los clientes pueden experimentar las diferentes opciones y escoger si manejarlas con conductor o sin conductor según las necesidades del trabajo. El Programa Horizon ofrece tecnologías de limpieza autónomas, lo que permite a los clientes implementar la limpieza de suelos sin conductor con exactitud y precisión. El programa se dedica a desarrollar maquinaria de limpieza inteligente y conectada, dando a los clientes un mayor control y una mayor flexibilidad, y fundamentalmente cambiando la forma en la que se está limpiando. El Programa Horizon lidera y abre el camino a todos los equipos inteligentes de ahora en adelante en la industria de la limpieza profesional.



SODECA Sistemas de extracción y ventilación en cocinas profesionales

Empresa: SODECA S.A. // Teléfono: 938 529 111 // Web: <http://www.sodeca.com/>



Optimizar el sistema de extracción de aires con los nuevos extractores CKDR, más allá del ahorro energético, tiene un impacto directo en uno de los principales activos de cualquier cocina del mundo: el equipo. En las cocinas de establecimientos profesionales como restaurantes, hoteles o salas de eventos, el aumento de temperatura es inevitable. Es por este motivo que se constata la necesidad de realizar instalaciones de sistemas de ventilación y extracción en las cocinas profesionales para conseguir los siguientes objetivos: Extraer el aire sucio, debido a la presencia de olores, partículas de grasa y otros productos gaseosos resultantes de la cocción. Mantener los requisitos necesarios para la salud, higiene y confort de los profesionales que trabajan en las cocinas, extraer el calor producido mayoritariamente por los fenómenos de convección y radiación... Para cumplir estos objetivos correctamente, es necesario la instalación de sistemas de extracción e impulsión, de esta manera, se extrae el aire sucio y viciado del interior y se introduce en la cocina el limpio del exterior evitando que el contaminado sea insuflado de nuevo por el sistema de impulsión.

ZUMEX Potencia "The Perfect Couple", dos máquinas destinadas a estar juntas

Empresa: ZUMEX GROUP S.A. // Teléfono: 961 301 251 // Web: <http://www.zumex.com/>



The Perfect Couple es la última propuesta de ZUMEX®, un concepto bajo el que la firma reúne y comercializa dos máquinas únicas, Soul y Multifruit, que destacan tanto por su cuidado diseño como por la versatilidad que ofrecen a la hora de desarrollar zumos naturales, licuados, combinados, smoothies o cócteles de autor. Con una silueta delicada, compacta e incluso futurista, Soul y Multifruit comparten la potencia, carácter y eficiencia que caracteriza a las innovadoras soluciones de exprimido de la firma. Esta combinación natural que ofrecen la revolucionaria SOUL, la exprimidora profesional más compacta del mercado, intuitiva, fiable y con una estética imponente, junto a Multifruit, la licuadora profesional Premium que aúna potencia y rendimiento, ha logrado ya el respaldo de numerosos clientes de ZUMEX® en potentes mercados como España, Alemania, Reino Unido, Francia e Italia. De momento, en nuestro país, estas máquinas han logrado situarse como referentes en espacios tan diferentes como el restaurante con estrella Michelin Atrio, el healthy bar Faborit o las cadenas de restauración Viena o McCafe, de McDonald's.





FORMICA GROUP Presenta su Laminado Antihuellas Infiniti

Empresa: FORMICA, S.A. // Teléfono: 902 114 773 // Web: <http://www.formica.com/>



Formica Group presentó en InteriHOTEL 2016, en exclusiva Formica Infiniti™, un elegante acabado mate de última generación, con un aspecto y tacto irresistibles; una textura semejante al acolchado, suave y sedosa al tacto, pero con toda la durabilidad de una superficie maciza. Formica Infiniti está especialmente concebido para aplicaciones horizontales y verticales en zonas de tránsito intenso, como hoteles, hostelería, tiendas, recepciones, centros de salud y educativos, oficinas o cualquier otro lugar donde haya mostradores, mesas, puertas, mamparas divisorias, armarios y muebles. Un laminado versátil y con infinitas posibilidades, disponible en 20 diseños y 3 modalidades: Formica® Laminate, ColorCore® y Formica® Compact. Este laminado está creado con una tecnología exclusiva que lo protege de las marcas, huellas dactilares y bacterias. Otras ventajas añadidas son su carácter postformable -puede ser curvado- y su resistencia al fuego: en caso de una abrasión fortuita puede resanarse térmicamente y recuperar su aspecto original.

EATON Incorpora alumbrado de emergencia a su portfolio de productos



Empresa: EATON INDUSTRIES (SPAIN), S.L. // Teléfono: 902 101 882 // Web: <http://www.moeller.es/>

La empresa de gestión de energía Eaton presenta su portfolio de productos la gama de alumbrado de emergencia de la división Safety. Esta gama de productos se divide en Alumbrado y señalización de seguridad para vías de evacuación, alumbrado de seguridad para áreas de trabajo particularmente peligrosas y alumbrado antipánico. La gama de alumbrado de emergencia se dirige a los empresarios, operarios de instalaciones y a los diseñadores e instaladores que deben cumplir con las normativas para que cuando haya un corte en el suministro eléctrico se garantice un nivel de iluminación mínimo y permita una evacuación de un edificio o zona de trabajo sin peligros. Dentro de su portfolio de productos y como novedad en sus luminarias de emergencia LED, Eaton cuenta con las nuevas luminarias autónomas NexiTech LEDTM, que incorporan una sofisticada función de diagnóstico automático: un microprocesador constantemente monitoriza los parámetros de carga de batería y periódicamente realiza un test de funcionamiento y duración tal como se requiere según la EN50172. Como los tests de autonomía descargan completamente la batería, NexiTech LEDTM puede programarse para retrasar las pruebas una semana, obteniendo dos grupos "pares e impares" garantizando al menos un 50% de operatividad del sistema incluso después de un test de autonomía.



DISTFORM Todo el proceso de Cook&Chill en una sola columna

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

La marca TekChill de Distform cuenta con dos nuevos abatidores de temperatura, ideales para el apilado de un horno MyChef y MyChef T, los hornos compactos de Distform. Ahora es posible todo el proceso Cook&Chill en una sola columna de tan sólo 520 mm de ancho o 700 mm de profundidad en la versión transversal, evitando de esta manera la proliferación de bacterias al reducir rápidamente la temperatura interna del producto y evitando la creación de los cristales típicos de la congelación tradicional, manteniendo la consistencia, el sabor y la textura original de los alimentos. El abatidor de temperatura TekChill es un valioso aliado en las cocinas profesionales, permite mantener intacta la frescura de los alimentos con la máxima higiene y flexibilidad, planificar la producción facilitando el servicio mediante la regeneración y evitando desperdicios. Este sistema permite considerables beneficios en términos de tiempo y reducción de costes, planificar las compras de materias primas y productos de temporada en mayores cantidades a mejor precio y un óptimo control de existencias.



PROQUIMIA Soluciones de higiene sostenibles para Hostelería

Empresa: PROQUIMIA S.A. // Teléfono: 938 832 353 // Web: <http://www.proquimia.com/>



Ecoconpack: Es un sistema de higiene formado por una gama de productos de elevada concentración, presentados en formato 'bag in box', combinada con equipos de dosificación altamente eficientes, diseñado para su aplicación en cocinas, limpieza general y lavandería. Es un claro ejemplo resultado de la aplicación de los criterios del ecodiseño. En el desarrollo de los productos que forman la gama, se ha puesto especial interés en minimizar el impacto ambiental que pudieran tener desde el momento de su fabricación hasta el reciclaje de sus envases, pasando por el transporte y el uso del producto. **XOP:** es una gama de productos concentrados, envasados en cápsulas hidrosolubles, diseñados para la higiene institucional en las siguientes líneas de aplicación: suelos, superficies, ambientación, lavado de ropa y lavado de vajilla. El sistema ofrece una solución práctica y sencilla a muchos de los problemas habituales en el sector de la Hostelería: Gestión de residuos, impacto sobre el Medio Ambiente, seguridad laboral, ahorro de espacio tanto en el transporte como en el almacenaje y control de costes y de la aplicación.



Barceló Emperatriz ha celebrado su Brunch con diamantes

Barceló
HOTELS & RESORTS

Los pasados sábados 10, 17 y 24 de diciembre el hotel Barceló Emperatriz 5* celebró su Brunch con diamantes.

El hotel sorprendió dándole un twist al clásico desayuno de Navidad con un detalle sin precedentes: uno de los roscones tiene como sorpresa un colgante de diamante. Y es que los asistentes al brunch podrán sentirse como Holly Golightly en la película 'Desayuno con diamantes', no sólo por los manjares y la música de la que podrán disfrutar, sino porque podrán encontrar una auténtica joya de diamantes.



A las 13:15 h y al más puro estilo Cenicienta, tuvo lugar el reparto de dichos dulces navideños. Una figura portadora de sorpresas dará a cada asistente un pedacito de suerte en forma de roscón de la pastelería La Marina. Solo una de las porciones contenía una sorpresa, una figurita única, un colgante de diamantes de Argyor, una joyería familiar zaragozana que lleva cumpliendo sueños desde 1954.

Durante el brunch los asistentes pudieron disfrutar de un fantástico menú con los típicos huevos benedictine y un surtido de salad Christmas bites, zumos caseros variados, combinados con tradicionales dulces navideños, turrónes caseros a la piedra, brioche de crema, panettone, roast beef, vichyssoise, polvorones; y por supuesto, cócteles especiales y cava Juve & Camps.

Grupo Hotusa inaugura el Eurostars Washington Irving 5*



Grupo Hotusa ha inauguración el Eurostars Washington Irving 5*, el histórico establecimiento granadino que reabrió sus puertas el pasado mes de junio.

El Eurostars Washington Irving 5* es el cuarto establecimiento que la compañía opera en Granada y el vigésimo primero en Andalucía. Destaca tanto por su ubicación privilegiada en el recinto de la Alhambra como por la modernidad y calidez de sus instalaciones, tematizadas en la obra del autor romántico estadounidense y que refleja su vínculo con la ciudad, básicamente a través de los 'Cuentos de la Alhambra'. Mediante varias citas en habitaciones y zonas comunes, el hotel rinde además homenaje a los muchos literatos que han visitado Granada y que se han entregado a sus encantos.

En sus 63 habitaciones, los huéspedes pueden disfrutar además de un canal de televisión que emite videos que recrean algunas de las leyendas recogidas por Irving en los Cuentos de la Alhambra y que están disponibles en varios idiomas. Además, entre las instalaciones del hotel sobresale una magnífica biblioteca con la obra del autor, en la que, entre otras, están expuestas las primeras ediciones de 'Cuentos de la Alhambra'.

Sercotel incorpora a un nuevo Director Comercial y de Marketing



Sercotel Hotels anuncia el nombramiento de Nicolás Lleixà como nuevo director Comercial y de Marketing del grupo para liderar la transformación de las áreas de marketing y ventas de la compañía.



Nicolás Lleixà es Licenciado en Dirección de Marketing y Comercio Internacional, por la Universitat de Girona y más tarde especializado en Gestión Internacional de Marketing y Comunicación, postgraduado en Empresas Turísticas por la UOC, Master en Marketing Online por la Pompeu Fabra y PDD por IESE.

Con un perfil analítico y fuerte vínculo con la innovación tecnológica en la industria turística, cuenta con más de 15 años de recorrido en diversas compañías del sector, y cerca de 10 desempeñando actividades de dirección. Es destacable su experiencia en el ámbito de marketing y analítica digital, la distribución turística, la internacionalización y la consultoría, llevando a cabo proyectos en estos ámbitos en compañías como Serhs o Hotusa y cadenas hoteleras como Renaissance.

Hilton Madrid Airport impulsa su oferta de servicios para el sector del automóvil



Hilton Madrid Airport, uno de los hoteles más cosmopolitas y vanguardistas de la ciudad, ha lanzado su oferta "Automotive-Excelent" para las empresas del sector del automóvil. Con esta iniciativa, el hotel busca acercar sus instalaciones a uno de los sectores clave de la economía para que puedan hacer uso de un espacio atractivo y funcional en el lanzamiento de nuevos productos, jornadas de formación, convenciones y encuentros. En concreto, Hilton Madrid Airport pone a disposición de sus clientes el gran salón Isabela, un espacio diáfano de más de 650 metros cuadrados, sin columnas y con múltiples y fáciles accesos.



El sector del automóvil emplea en la actualidad, directa e indirectamente, a más de 12 millones de personas en toda Europa. Por ello, conscientes de la importancia que representa este sector en la economía europea, Hilton ha querido diseñar una oferta específica que estará disponible en distintos hoteles de la cadena en Europa, entre los que se encuentra Hilton Madrid Airport. Entre los servicios que incluye la oferta "Automotive-Excelent" está la posibilidad de contar con una oficina para la organización del evento y servicio permanente de coffee break; un 25% de descuento en las habitaciones destinadas al equipo de la empresa con la posibilidad de bloquear hasta un 10% de ellas; y 10 plazas de aparcamiento para el disfrute de los organizadores o invitados.

Meliá firma en Londres el contrato del Palacio de Congresos de Palma



La feria World Travel Market de Londres fue el escenario escogido por el Ayuntamiento de Palma para firmar el contrato de arrendamiento para el nuevo Palacio de Congresos y su hotel anexo, con el grupo Meliá Hotels International.

La firma se ha producido tan solo dos semanas después de haberse producido la adjudicación del Palacio a la hotelera mallorquina, lo cual se atribuye a la clara voluntad de todas las partes de acelerar al máximo los trámites que deben conducir a la puesta en marcha de esta esperada infraestructura. A partir de este momento, Meliá Hotels International dispone de un plazo de 120 días para que el Palacio y el hotel abran sus puertas al público.

La firma se produjo en presencia del Govern de les Illes Balears que, como aseguró su Vicepresidente y Conseller de Turismo, Gabriel Barceló, "ha apoyado de manera decidida esta infraestructura clave para las Islas". El Conseller explicó también que cumplir con el compromiso que asumieron ante la ciudadanía de finalizar el Palacio y ponerlo en marcha ha sido uno de los logros más importantes de su gestión.

La tercera edición de Hotusa Explora calienta motores



El próximo 17 de enero de 2017 se celebrará la tercera edición de Hotusa Explora, el III Foro de Innovación Turística organizado por Grupo Hotusa, que prevé reunir a más de 500 representantes de destacadas empresas, instituciones y entidades del mercado iberoamericano relacionadas con el sector turístico.



Entre los ponentes que ya han confirmado su participación, destacan el presidente de RENFE, Pablo Vázquez; Sabina Fluxà, co-vicepresidenta ejecutiva & CEO de Iberostar; Abel Matutes, director general de Palladium Hotel Group; Andrea Bertoli, deputy CEO de lastminute.com group; y de Carlos Bertomeu, presidente ejecutivo de AirNostrum.

En la tercera edición de Hotusa Explora participarán también Gonzalo Del Peon, presidente de AMResorts; José Rivera, Director de Viajes Carrefour; Francisco Marhuenda, director de La Razón; Ana Isabel Pereda, directora de Expansión; Guillermo Cedaro, gerente general de OLA; Jaime Sastre, CEO de Juniper; Jorge Quemada, Socio de Cinven; o Luis Ferrinho, CEO de Omnibeas.

El encuentro profesional está estructurado en seis mesas redondas dedicadas, respectivamente, al turismo como sector transversal y verdadero motor económico y estratégico; a los retos y oportunidades del sector hotelero; las expectativas en el transporte de viajeros; los desafíos y necesidades del turismo emergente; el futuro de las OTAS y las agencias de viaje en un mercado cambiante; y de la relación entre la tecnología y competitividad en el éxito de las empresas turísticas.

Vincci Hoteles elegida la mejor cadena de Business Travel a nivel nacional



Vincci Hoteles ha recibido el Premio Business Travel IBTA 2016 a la mejor cadena de turismo de negocios a nivel nacional, concedido por la Asociación Ibérica de Gestores de Viajes de Negocios (IBTA) en la Gala del Turismo de Negocios celebrada ayer en el Casino de Madrid. Sus alojamientos y espacios con personalidad propia le han servido para obtener este galardón en una categoría en la que participaban 19 firmas en total. Las candidaturas habían sido pre-seleccionadas por el Jurado y posteriormente, sometidas a votación abierta entre más de 5.000 Travel Managers y profesionales del mercado español.



El director general de Vincci Hoteles, Carlos Calero, se ha mostrado orgulloso con este reconocimiento cuyo objetivo es premiar la labor de profesionales, equipos y organizaciones que se han distinguido por su apoyo al Sector de Business Travel y a la profesionalización del travel management en España. Calero ha destacado que el sello distintivo de Vincci Hoteles son sus alojamientos exclusivos de 4 y 5 estrellas, situados en ubicaciones privilegiadas, con una apuesta clara por la decoración y el mantenimiento de los establecimientos, y vocación por el servicio al cliente.

El Parador de Cangas de Onís, premiado mejor Parador de España por Tripadvisor



TripAdvisor®, la web de planificación y reserva de viajes, ha anunciado los ganadores de sus premios Travellers' Choice Paradores 2016. Los ganadores se determinaron en base a los valiosos comentarios y opiniones de los viajeros de TripAdvisor de todo el mundo, utilizando un algoritmo que tiene en cuenta la cantidad y la calidad de los comentarios para el total de Paradores durante un periodo de 12 meses.



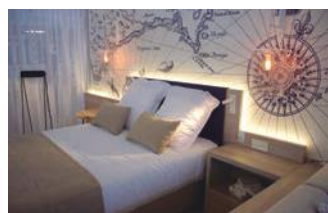
El Parador de Cangas de Onís, en Asturias, ha sido premiado en esta edición como el mejor Parador de España según los usuarios de TripAdvisor. Los usuarios lo describen como "Lugar al que tienes que ir una vez en la vida" "Lugar mágico" o "escapada perfecta"

En segundo lugar se encuentra el Parador de Alcalá de Henares en la Comunidad de Madrid, el cual los usuarios describen como: "Cómodo, moderno y bien ubicado" o "paz en el corazón de Alcalá", seguido en tercera posición por el Parador de Santo Estevo, localizado en la provincia de Ourense, el cual los viajeros recomiendan "memorable visita" o "espectacular".

Beltá & Frajumar Projects se afianza en el mercado nacional del contract



Recientemente ha finalizado el "marketplace" en interiorismo de hoteles que organiza InteriHotel en Barcelona y la Feria Internacional del Atlántico, en su 40 edición, orientada al turismo y la hotelería y celebrada en Las Palmas de Gran Canaria. Eventos a los que ha asistido la murciana Beltá & Frajumar Projects, especializada en equipamientos hoteleros. Se trata de dos encuentros que reúnen no sólo a los profesionales de la hotelería sino también a arquitectos e interioristas, tanto del mercado nacional como de diferentes países de la Unión Europea.



Beltá & Frajumar Projects ofrece a las empresas hoteleras una solución integral para la instalación y puesta en marcha de estos establecimientos. Por supuesto, se constituye también como una herramienta estratégica para los arquitectos, decoradores y prescriptores que pueden ver en esta compañía una solución para sus proyectos en estos ámbitos. Beltá & Frajumar Projects no sólo produce o fabrica el mobiliario propio de una instalación hotelera, es decir, el equipamiento integral de mobiliario y decoración, sino que ofrece un servicio de proyecto a medida, el montaje del mismo y un servicio posventa que posiciona a esta organización entre los líderes del contract español.

Prueba de lo comentado es el showroom de hotelería con el que cuentan sus instalaciones, con más de 1.300 metros cuadrados en los que se muestran interesantísimas propuestas de habitaciones, lobbies y demás estancias hoteleras. No en vano son los artífices del Concurso Internacional de Diseño de Entornos Contract, InterCIDEQ que ya está en su segunda edición.

Amusement Logic cumple 20 años



El pasado 18 de noviembre fue un viernes diferente para Amusement Logic porque celebraba los 20 años desde su fundación. Tras disfrutar de muchas alegrías desde que empezaran en 1996, este aniversario supone un hito muy especial para la empresa.

Si bien 20 años son un reflejo de madurez empresarial, el extraordinario equipo humano que configura esta gran familia les permite rejuvenecer cada año que pasa, proyectándoles hacia el futuro como uno de los principales actores del sector. Cargados siempre de ilusión y abiertos para afrontar cualquier reto. Como os podéis imaginar, las anécdotas



vividas durante estos 20 años darían para escribir muchas noticias. Pero con lo que se quedan, sobre todo, es con la satisfacción de ver crecer a la empresa gracias al trabajo bien hecho y al entusiasmo de todos

ITH y Audiotec entregan el Primer Certificado AQH de Confort Acústico



Juan Molas, Presidente de CEHAT y el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) y Ana Espinel, Directora General de Audiotec, han entregado el Primer Certificado AQH de Confort Acústico, coincidiendo con la celebración del 16 Congreso de Hoteleros Españoles, organizado por CEHAT.

El Certificado AQH de Confort Acústico ha sido diseñado para medir la calidad acústica de las instalaciones hoteleras y sus actividades. Tras un exhaustivo proceso de mediciones, de las distintas partes del edificio, tanto internas como externas, y una vez detectadas las deficiencias, se elabora una propuesta de mejoras que, subsanadas, permite obtener esta Certificación. Han recogido la Placa y el Diploma que acreditan la Certificación AQH Carlos Díaz, en calidad de representante corporativo de AC Hotels by Marriott, y Luis Martínez-Íñiguez Blasco, director del Hotel AC Palacio Santa Ana by Marriott de Valladolid.



Grohe presente en InteriHOTEL 2016



Grohe ha estado presente en InteriHOTEL junto a DuPont™ Corian®, referente en materiales para superficies. Ambas compañías han apostado por participar conjuntamente en el evento de referencia para el sector hotelero, un escaparate especializado en interiorismo de hoteles. Una cita ineludible para los profesionales del sector: directores de proyectos e ingeniería, propietarios y directores generales de empresas hoteleras y arquitectos e interioristas especializados en contract hotelero. Además, en la edición de 2016, como novedad, se presentan áreas dedicadas al diseño y a las experiencias. Espacios en los que el visitante puede ver soluciones integrales y aplicadas a estancias reales.

Grohe presenta, en esta edición, varios productos entre los cuales se encuentran algunas de las novedades lanzadas en 2016; desde un nuevo sistema de ducha y un shower toilet a una grifería termostáticas, entre otras.

El nuevo shower toilet Sensia® Arena aporta un sistema de lavado natural y eficaz que permite ajustar el agua al gusto del usuario para proporcionar confort, seguridad y una experiencia perfecta. Las duchas ultra-planas de Grohe se integran a la perfección en la arquitectura del cuarto de baño actual y convierten la estancia en un espacio sofisticado y discreto, lujoso y decididamente moderno. El Rainshower® F-Series Multi Spray 15" añade una nueva dimensión de personalización a los spas. Cuenta con tres tipos de chorro diferentes: el clásico lluvia de 300 mm de ancho, un masaje de 4 Grohe Sprays Bokoma™ para reducir la tensión o una refrescante cascada doble XL.



Serhs Projects presenta en Hostelco soluciones para la restauración



Serhs Projects estuvo presente en la decimotercera edición de la feria Hostelco, uno de los salones de equipamiento y maquinaria más importantes de Europa. Es el certamen donde se muestran novedades de 11 sectores, el más representado de los cuales es el de equipos y maquinaria de hostelería. El stand de Serhs Projects fue un espacio donde convivieron diferentes propuestas: un gran bloque de cocción central, un túnel de lavado o un buffet frío con una estética simple y moderna, una zona dedicada al sector sanitario con la exposición de carros para regeneración de comida hospitalaria, la zona de cocina en vivo, escenario de multitud de visitas y reuniones, donde se hicieron demostraciones de un sistema de cocina rápida sin humos en el mínimo espacio. Todo ello, convivió con las propuestas de soluciones y proyectos para restauración de Serhs Projects.



Concretamente, una de las últimas instalaciones realizada por Serhs Projects corresponde a una cocina completa de 507 m² en un hotel de la costa del Maresme

en Barcelona de una capacidad de 1300 personas. Se ha presentado una solución de alta calidad con una distribución pensada para tener un circuito de trabajo eficaz. Instalación todo en acero inoxidable de 2mm de espesor y hecho a medida sin ningún tipo de junta. La instalación presenta soluciones que cuentan con la perfecta simbiosis entre estética, higiene e innovación.

Fagor Industrial renueva por 5 años su acuerdo con Jindal Stainless Limited



Fagor Industrial ha renovado un importante acuerdo con Jindal Stainless, una de las empresas líderes en India en el sector de la metalurgia y la fabricación de hierro y acero inoxidable con una capacidad de producción media de 1,8 millones de toneladas al año, una facturación anual de 2.000 millones de euros y una tecnología puntera y vanguardista.

Este convenio 'joint venture' que se inició en el año 2008, y que hoy se ha vuelto a renovar por otros 5 años, propició el desarrollo y establecimiento de una planta de corte y pulido en Lucena (Córdoba) que garantiza el suministro 'just in time' a Fagor Industrial S. Coop., y al resto de las empresas de ONNERA Group, grupo al que pertenece la cooperativa vasca. El resultado de aquel primer acuerdo dio como resultado la creación de la sociedad conjunta Iberjindal S.L., que ha logrado establecerse en el mercado europeo con una previsión de crecimiento del volumen de facturación superior al 40% en 2016 respecto al año pasado.

La importancia que supone la renovación de este acuerdo, muy productivo para ambas compañías, hace que destacados directivos de Jindal Stainless Group se hayan desplazado a España para consolidar esta unión empresarial que es sinónimo de calidad, excelencia y éxito.

"Postgrado Executive en Dirección Hotelera Internacional" de Les Roches Marbella



Les Roches Marbella, la escuela universitaria de referencia para la formación de directivos expertos en servicios turísticos y de lujo, avanza un nuevo inicio de curso en enero 2017. El "Postgrado Executive en Dirección Hotelera Internacional" es un curso de especialización, inédito en España, especialmente indicado para profesionales en activo ya que cuenta con un calendario flexible que permitirá compaginar la vida laboral con la formativa. El postgrado tiene una duración de 9 meses, con clases presenciales en el campus un fin de semana al mes y un periodo de otros 6 meses de prácticas laborales.

Entre otras materias, en el curso se estudiarán las tendencias más innovadoras, alternativas y sostenibles en la gestión turística y hotelera y cómo estas técnicas profesionales marcan valor diferencial en cada uno de los proyectos y perfiles de cliente. De esta manera se profundizará en las necesidades y nuevas tendencias de los viajeros de hoy en día. El objetivo primordial de este programa es dotar al profesional de las competencias directivas que actualmente está reclamando el sector turístico nacional e internacional, sumido en una profunda reconversión para atender las demandas del cliente.

Les Roches Marbella ofrece programas de grado y postgrado, full time y partime, impartidos exclusivamente en inglés, y con convocatorias con inicio en enero, abril, agosto y octubre de cada año, compuesta por el Título Universitario en Administración Hotelera Internacional con cuatro especializaciones.

Resuinsa viste los Paradores de Turismo de España



Resuinsa es el proveedor oficial de Paradores de Turismo de España, S.A. tras haber ganado el concurso convocado por la cadena pública de establecimientos hoteleros al que concurrieron 19 ofertas.

Resuinsa obtuvo la máxima puntuación en los cuatro lotes de los que se compuso el pliego de condiciones: lencería de felpa, de habitaciones, de comedor estándar y de comedor especial.

Las muestras de cada categoría de producto fueron analizadas por la entidad pública en el Instituto Tecnológico Leitat, donde se evaluó la calidad de las mismas conforme los criterios objetivos de valoración establecidos en las cláusulas del concurso.

Para elegir la empresa concesionaria, Paradores Turismo de España, S.A., evaluó en cada muestra las características técnicas de los productos como el grado de polimerización, el gramaje, la resistencia a la tracción, las pérdidas por lavado, el grado de blanco y la solidez al color en las prendas de esta tonalidad, así como la calidad y los detalles de la confección y de los bordados.





- En Madrid
- Del 24 al 27 de Abril
- www.ifema.es

promateriales

Precio: **120 €** (IVA Incluido)

hostelpro

Precio: 90 € (IVA Incluido)

protiendas

Precio: **60 €** (IVA Incluido)

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

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

Fecha:



promateriales

de construcción y arquitectura actual

Información de Arquitectura y Materiales de Construcción

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



Promateriales Arquitectura Actual

www.facebook.com/promateriales.arquitecturaactual



Promateriales @Arquitectura_PM

www.twitter.com/Arquitectura_PM



Promateriales (Editorial Protiendas S.L.)

www.linkedin.com



hostelpro

proveedores de hostelería y restauración

Información de Hostelería y Restauración

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

protiendas

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

Información de Electrodomésticos, Imagen y Sonido

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



BUENOS DÍAS ITALIA.



Café en grano y leche fresca son sinónimos de calidad en una taza. Hoy, gracias a KARISMA, podemos obtener un espresso, un capuchino, o un latte macchiato acorde a la mejor tradición italiana con tan sólo

pulsar un botón. El diseño elegante, sus dimensiones compactas y su fiabilidad hacen que las máquinas súper automáticas de Necta sean únicas e ideales para la demanda en hoteles y cafeterías.



FRESH MILK



Descubre nuestra gama en
nectahoreca.es



NUEVA NEVERA

NECTA ES UNA MARCA DE



nwglobalvending.es

