

hostelpro

proyectos y proveedores de hostelería y restauración

ROOM MATE VALERIA, MÁLAGA
HOTEL TÓTEM MADRID

REPORTAJES

El hotel accesible

Pavimentos y revestimientos en el hotel

Buffets

ENTREVISTAS



Javier Blanco
BE LIVE HOTELS



Katrin Laguna
ROOM MATE VALERIA



Manuel Andreu
HOTEL TÓTEM MADRID



Leader®

TM PROJECTS



www.tmsillas.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: Room Mate Valeria, Málaga

SUMARIO



Foto: Room Mate Valeria, Málaga

Secciones /

Grandes Proyectos **04**
Equipamiento de Hotel **75**
Novedades del Sector **79**
Establecimientos del Canal **80**
Proveedores del Canal **81**
Agenda **82**

Portada: Room Mate Valeria,
Málaga

Fotografía: Room Mate Valeria

PÁGINA 04. ACTUALIDAD

Hotel Suites Málaga Port, Málaga



PÁGINA 14. PROYECTO HOTELERO

Room Mate Valeria, Málaga



PÁGINA 22. REPORTAJE

El hotel accesible



PÁGINA 44. ENTREVISTA

Manuel Andreu,
Director Hotel Tótem Madrid



PÁGINA 64. REPORTAJE

Buffets



PÁGINA 10. ENTREVISTA

Javier Blanco, Director
General Be Live Hotels



PÁGINA 20. ENTREVISTA

Katrin Laguna,
Directora Room Mate Valeria



PÁGINA 38. PROYECTO HOTELERO

Hotel Tótem Madrid



PÁGINA 48. REPORTAJE

Pavimentos y revestimientos en el hotel



pro
tien
das

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

P.V.P. del ejemplar: 15 euros

STAFF

Editora / Directora / Pilar Romero
Socio / Editor / Martín Aleñar
Redactora Jefe / Laura García
Redactores y Colaboradores /
David Ramos, 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.

AEDHE
ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS DEL HENARES

f Promateriales
Arquitectura Actual

t Promateriales
@Arquitectura_PM

in Promateriales
(Editorial Protiendas S.L.)



Foto: Hotel Suites Málaga Port

Hotel Suites Málaga Port, Málaga

UN NUEVO HITO EN LA COSTA DEL SOL

Sobre la plataforma del Dique de Levante, entre la estación marítima de cruceros y el puerto deportivo del Club Mediterráneo, en la ciudad de Málaga, tiene previsto construirse el Hotel Suites Málaga Port, un hotel de cinco estrellas Gran Lujo de 135 metros de altura, que se convertirá en el nuevo icono visual de la panorámica marítima de la ciudad. El proyecto, elaborado por el estudio del arquitecto José Seguí por encargo del grupo promotor y constructor Al Bidda, de Catar, busca convertirse por sí mismo en un auténtico destino que justifique su singular oferta hotelera y turística para la demanda internacional de alta calidad.

Foto: Hotel Suites Málaga Port

El futuro Hotel Suites Málaga Port, promovido por Al Bidda Group y diseñado por el Estudio Seguí, espera abrir sus puertas en el año 2020 y crear 350 empleos, entre directos e indirectos. Se trata de un establecimiento de cinco estrellas Gran Lujo, en el que se prevé invertir entre 100 y 120 millones de euros, que quiere convertirse en un hito arquitectónico y un atractivo turístico para la capital malagueña.

Este Complejo Hotelero se ubica en la plataforma extrema del Dique de Levante del recinto portuario de Málaga, conformando el perfil portuario en su relación con la



ciudad. Se podrá acceder a él a través de un gran paseo que conecta las zonas de ocio del Muelle 1 y 2 con su importante Dársena del Puerto Deportivo para grandes yates, así como al edificio colindante de la Estación Marítima de Grandes Cruceros Turísticos y al nuevo proyecto del Club Mediterráneo.

Del mismo modo, dada su presencia en un lugar tan estratégico del Puerto, hará que se convierta en una importante referencia dentro del perfil del litoral de la ciudad y de su Costa del Sol. Con esta situación tan privilegiada se posibilita la conexión del futuro establecimiento y su acceso directo a través del paseo del parque al circuito de los grandes Museos de la Ciudad, entre los que se encuentran Museo Nacional de la Aduana, Museo Picasso, Museo Pompidou, Museo Centro de Arte Contemporáneo, Museo Thyssen..., principales monumentos históricos, Catedral, Alcazaba, Teatro Romano..., y las calles más comerciales de la ciudad, Calle Larios, Soho, Alameda, Casco Histórico...

Así pues, con sus 135 metros de altura, aspira a convertirse en un referente de la ciudad, siendo la construcción más alta de toda la provincia, además de ofrecer una oferta hotelera de mucho nivel adquisitivo en sus 352 habitaciones. Igualmente, cuenta con un centro de congresos, zona comercial de productos de lujo, un aparcamiento de 485 plazas, piscinas con agua de mar, spa y la posibilidad de otros usos complementarios como el gran salón de convenciones



Foto: Hotel Suites Málaga Port

internacionales, restauración de alta gama, salas de conferencias, casino, etc.

Con todas estas características, el Estudio de Arquitectura de José Seguí ha planteado la realización de un proyecto que pueda asumir su característica paisajística de hito referencial con respecto al perfil marítimo Puerto-Ciudad.

Por otro lado, también tienen en consideración su relación con los tamaños de los Grandes Cruceros

e infraestructuras de grúas portuarias en zonas colindantes, lo que justifica la altura del complejo hotelero, el cual se intenta integrar y dialogar con este nuevo paisaje portuario de la reciente remodelación del Puerto y la referencia a la escala de fachada urbana con la Ciudad.

Por ello, llevan a cabo una propuesta potente y diferenciada, con suficiente fuerza para que por sí misma pueda convertirse en este atractivo destino para la demanda turística. Para ello, los conceptos de excepcionalidad y alta calidad estarán presentes en todo el diseño, para de esta manera generar una

Fotos: Hotel Suites Málaga Port





Foto: Hotel Suites Málaga Port

instalación hotelera con unas excepcionales características.

En este sentido, se proponen innovadoras propuestas no solo en la concepción general del complejo hotelero y su diversificación de usos, sino también importantes novedades en sus habitaciones, salones y demás dependencias que lo diferencien de cualquier otra oferta de su categoría o rango, con el fin de justificar ese "punto de destino" en el que se debería convertir esta propuesta.

Exteriormente se ha tenido en consideración las condiciones climáticas de su ubicación, en la punta extrema del dique del Levante, entre lo que destaca los temas agresivos

"Dada su presencia en un lugar tan estratégico del Puerto, hará que se convierta en una importante referencia dentro del perfil del litoral de la ciudad..."

del aire y efectos de los rompeolas del dique. En este sentido, se ha mantenido el criterio de plantear un diseño aerodinámico tanto de la Torre como de su Basamento, por ello se ha evitado esquinas y paramentos rectos que pudieran suponer altas resistencias a los empujes del viento y efectos de los rompeolas. Por esta

razón, la Torre se plantea con una fachada en forma de elipse acristalada, fortalecida por sus formaciones de bóvedas entre soportes que le confieren una imagen sugerente y atractiva al enriquecer la monotonía de las curvas de la elipse. Estas bóvedas acristaladas refuerzan su resistencia y estanqueidad a las agresiones del frente del mar, se completan con unas viseras horizontales por planta que procuran un soleamiento adecuado, atendiendo a las orientaciones de cada fachada de la elipse.

Mientras, en lo que a la distribución de su programa se refiere, el Hotel se situará en la cabecera de la parcela y de la gran Avenida de Acceso del Dique de Levante, desde donde coge su principal visual y presencia. Así pues, se distinguirán las siguientes zonas:

El Vestíbulo: pretende ser la primera imagen que vislumbre el huésped, por lo que se se desarrollará en una doble altura en la Planta Baja. Una vez se registra, el usuario del Hotel pasa a los Salones de Recepción en Planta Superior, reservado exclusivamente a los huéspedes.

Los Salones: estarán situados lateralmente en Planta Baja y Planta Primera, con diferentes ambientes, Salones de Recepción, Visitas y Cafeterías. En Planta Primera se ubica la Recepción con los Salones VIP para clientes, con zonas de reuniones y estancias privadas, y Oficinas de Dirección del Hotel y su Administración.

Los Comedores: estarán distribuidos en tres importantes categorías: el Comedor-Desayunos (para uso de los clientes), el Salón

Fotos: Hotel Suites Málaga Port





JUNG
MADE IN GERMANY

Hotel perfectamente conectado

El ingenioso sistema Jung Multimedia permite conectar -sin molestos cables- cualquier aparato multimedia en salones, despachos y habitaciones del hotel: monitores LCD, equipos HiFi, proyectores, ordenador portátil, reproductores de DVD, etc. También dispone de mecanismos cargadores USB para teléfono móvil, cámara digital o reproductores MP3. Y todos ellos disponibles en el amplio programa de series de diseño Jung.



JUNG ELECTRO IBÉRICA, S.A.
Tel. 93 844 58 30 | www.jung.de/es

de Eventos (para los grandes acontecimientos públicos, con una capacidad para 650 plazas) y, finalmente, los Comedores VIP, para reuniones privadas, empresariales, familiares... que requieren privacidad y exclusividad.

Los Jardines y Piscinas: se situarán en la cubierta del basamento del Centro Comercial, directamente comunicados con la Recepción de la planta inferior, volcando todos sus principales usos de piscinas con agua de mar, cafeterías y miradores ajardinados, hacia las excepcionales visitas al mar y la ciudad.

Las Habitaciones: son las piezas más estudiadas del establecimiento, y donde se incluyen las mayores novedades para cumplir con los objetivos de exclusividad e innovación. Se diseñan de manera que las vistas al exterior se garanticen en la totalidad de sus dependencias, incluido el baño en donde el espacio de la bañera-jacuzzi se diseña como un auténtico espacio único con excepcionales vistas al mar, lo cual supone una gran aportación al poder contemplar las espectaculares visitas directamente desde el relax de la propia bañera-jacuzzi. La habitación se diseña con dos ambientes diferenciados, salón y dormitorio, siendo el ventanal con vistas al mar el que domina toda la habitación y que se abre en su máxima dimensión de suelo a techo. Se proponen cinco tipos de Habitaciones-Suites: "Standar Room" con 280 unidades (1 dormitorio + baño), "Superior Room" con 20 unidades (1 dormitorio + baño + salón), "Standar Suite" con 24 unidades (1 dormitorio + baño + salón), "Superior Suite" con 16 unidades (2 dormitorios + 2 baños + salón), y "Royal Suite" con 12 unidades (3 dormitorios + 3 baños + salón). Conjuntamente ofrecen un total de 352 unidades.

Restaurante VIP/ Snack-Bar/ Spa: se sitúan en la última planta de la Torre en donde se contemplan las más espectaculares y excepcionales vistas a modo de panorámicas de 360°.

Además, a todo el programa anterior hay que añadirle el diseño de un Centro de Congresos (MICE), que estará conformado por un Auditorio (Salón de Congresos) con capacidad para 550 espectadores con instalaciones de escenario y camerinos para grandes acontecimientos, situado estratégicamente en el centro del conjunto de la propuesta, con sus Salas de Exposiciones y Salones



Foto: Hotel Suites Málaga Port

Complementarios, con una capacidad estimada para 1.000 personas en todo su conjunto de espacios.

Por otro lado, se tiene previsto la realización de los usos complementarios de restauración de alta gama y Casino exclusivo del hotel, con un espacio reservado para acceso exclusivo de este uso tan especial, potenciando el acceso al Casino mediante un espacio de doble altura

que aporta la espectacularidad que exige este vestíbulo principal. Se diseña una gran escalera que dignifique el acceso a la primera planta de juegos más privados.

Y, por último, el Comercial, que se diseña de tal manera que garantice su funcionalidad y sus conexiones tanto exteriores con el entorno urbano, para atender la demanda directa de la actual Estación Marítima y continuidad comercial con el Muelle 1, como interiores con los usos del Hotel, y Congresos/Casino.

Foto: Hotel Suites Málaga Port



Atelier Cologne

Maison de Parfum

PARIS



Pomélo Paradis

Cologne Absolue [*pure perfume*] ~ 15% concentration

C/ Manuel Tovar, 42 2º
28034 Madrid

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



AMENITIES
EXCLUSIVOS
www.a62.eu



GROUPE GM
EXCLUSIVE MEMBER



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional



Javier Blanco

Director General Be Live Hotels



«Con la intención de llegar a todos los públicos hemos llevado a cabo la segmentación de nuestra marca que permite al usuario encontrar dentro de Be Live Hotels, el establecimiento que mejor se ajuste a sus necesidades...»

Perteneciente a Globalia, Be live Hotels cuenta con una red de alojamientos catalogados entre 4 y 5 estrellas, que se sitúan en localizaciones prime. Con sus establecimientos buscan crear experiencias únicas y por ello, cuentan con 31 hoteles distribuidos en los principales polos turísticos del mundo: República Dominicana, Cuba, España (Península, Baleares y Canarias), Portugal y Marruecos. En este sentido, Javier Blanco, Director General de Be Live Hotels, analiza los gustos de los distintos huéspedes de los que cuentan, así en su opinión, "el cliente busca una combinación de todo, en definitiva busca calidad en cada uno de los aspectos que entran en juego en el día a día de un hotel".

¿Cuáles son los principales factores que considera Be Live Hotels para poder decidir un nuevo destino donde ubicar uno de sus hoteles?

Es importante que los destinos en los que estén ubicados nuestros hoteles sean sólidos en el ámbito vacacional y tengan un alto componente en

turoperación internacional. De esta manera podremos llegar con más facilidad al cliente de cualquier parte del mundo que nos escoja por destino y por aportar la mayor calidad y bienestar posible a su estancia.

En la actualidad Be Live Hotels está presente en España, Portugal, Marruecos, República Dominicana y Cuba.

¿Qué principales rasgos diferencian a la cadena Be Live Hotels? ¿Prima algún modelo en particular?

Los hoteles Be Live son hoteles modernos, adaptados a todo tipo de perfiles.

Con la intención de llegar a todos los públicos hemos llevado a cabo la segmentación de nuestra marca, que permite al usuario encontrar dentro de Be Live Hotels el establecimiento que mejor se ajuste a sus necesidades.

“El cliente busca una combinación de todo, en definitiva busca calidad en cada uno de los aspectos que entran en juego en el día a día de un hotel...”

Así, podrán escoger entre los Be Live Adults Only, pensados para parejas que buscan el relax absoluto; los Be Live Collection Resorts, establecimientos cinco estrellas hechos a medida para los clientes más exigentes; los Be Live City Center, hoteles de ciudad destinados tanto a profesionales como al cliente turístico; Be Smart, pensados para aquellos que quieren disfrutar de unas vacaciones más económicas sin perder un ápice de calidad; los Be Live Family Resorts, creados para vivir una auténtica experiencia en familia y, por último, los Be Live Experience, hoteles, de 4 estrellas y 4 estrellas superior dirigidos a todos los segmentos.

¿Qué es lo que cree que tiene más peso en el éxito de un hotel: la ubicación, el



Foto: Be Live Adults Only Marivent

precio, el servicio...? ¿Considera que cada establecimiento obedece a una estrategia de marketing diferente?

El cliente busca una combinación de todo, en definitiva, busca calidad

en cada uno de los aspectos que entran en juego en el día a día de un hotel. La estrategia de marketing cambia según la ubicación de cada establecimiento. Los hoteles-destino, por ejemplo, tienen una estrategia



zumex®

| SOUL |

Enjuice your life!
zumexsoul.com

LO MEJOR DE LA FRUTA EN CADA GOTA

Ahora, saborear un zumo de autor
es tan fácil como tocar un botón.

Diseñada para exprimir en 15" el sabor
más premium, esta exprimidora automática
aportará un toque de distinción a tu negocio.

Con la tecnología más avanzada
en el espacio más reducido,
**Soul cuida cada detalle para hacer
del momento de tomar un zumo
toda una experiencia.**



HOSTELCO'16

BARCELONA / 23-26 Octubre
Palacio 2 Stand F654 / Fira Barcelona



Foto: Be Experience Hamaca



Foto: Be Live Collection Canoa Piscina

distinta a aquellos ubicados en centros neurálgicos concretos.

Desde su punto de vista, ¿qué principales pasos debe dar una cadena hotelera para optimizar el crecimiento de sus hoteles?

La consolidación de producto y el hecho de generar confianza en el cliente son aspectos cruciales. También considero como valor fundamental mantener y mejorar los estándares de calidad.

A su juicio ¿cuáles son los destinos con más potencial para los próximos años?

Los destinos que están ahora en auge, como Caribe, Canarias y Baleares, continuarán siendo un gran foco de atracción de turistas. Son destinos que, a día de hoy, debido a la disminución del flujo de turistas en otros puntos que siempre han sido competencia directa, han atravesado un crecimiento considerable.

¿Cómo ve el mercado de inversión hotelero español? ¿Cree que existen ya oportunidades interesantes?

La competencia es cada vez mayor pero sigue habiendo oportunidades. En Be Live Hotels no cesamos en la búsqueda de nuevos mercados, fieles

“La consolidación de producto y el hecho de generar confianza en el cliente son aspectos cruciales...”

siempre a nuestra filosofía de brindar al cliente la mejor ubicación y calidad posibles.

¿Podría avanzarnos alguna estrategia próxima de Be Live Hotels?, ¿nos sorprenderá con próximas aperturas?

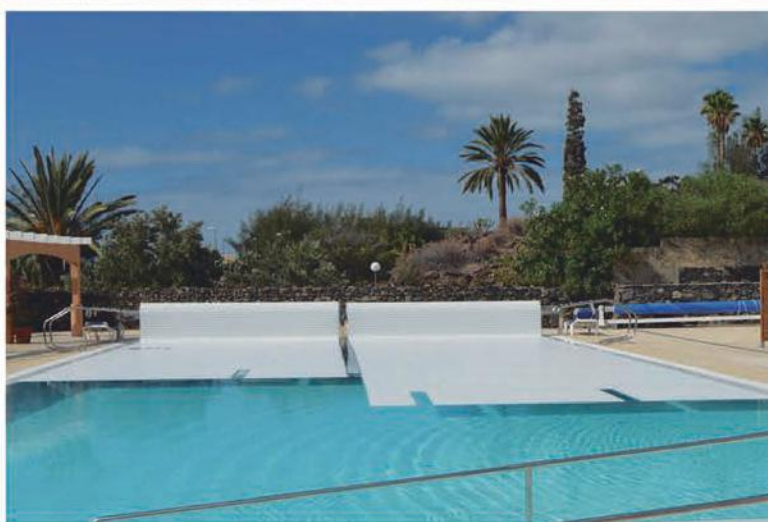
El próximo año continuaremos con nuestro plan de expansión; tenemos previstas algunas aperturas en destinos vacacionales.

Foto: Be Live Collection Punta Cana



Foto: Be Live Family Los Gigantes





Pérgolas · Toldos · Parasoles · Cortinas · Velas · Mobiliario exterior · Mamparas · Piscinas · Cobertores

*Disfruta de tu espacio exterior
durante todo el año*

IASO

ARQUITECTURA TEXTIL OUTDOOR SOLUTIONS PISCINAS

IASO, S.A Ctra. N-IIA, km 460,2 - Lleida (España) · 973 26 30 22 · info@iasoglobal.com · www.iasoglobal.com

Barcelona info.barcelona@iasoglobal.com Madrid info.madrid@iasoglobal.com Mallorca info.palma@iasoglobal.com

América Latina - España - Francia - Oriente Medio - Portugal - Reino Unido - Túnez

PROYECTO HOTELERO

Room Mate Valeria, Málaga

PERSONALIDAD ROMPEDORA CON ESENCIA MEDITERRÁNEA

Con su apertura, Room Mate Valeria consolida la oferta turística de la cadena Room Mate en Málaga, donde ya contaba con dos hoteles en la capital de la Costa del Sol, el Room Mate Larios y el Room Mate Lola. El hotel se encuentra dentro de un edificio obra de Alejandro Armentero de Dalmases y se sitúa a tan solo unos metros del mar Mediterráneo, junto a la calle Larios, centro neurálgico de la ciudad. Está formado por 61 habitaciones divididas en 5 categorías, las cuales han sido decoradas con tonalidades muy marineras, consiguiendo un ambiente mediterráneo y fresco.

Foto: Room Mate Valeria





Foto: Room Mate Valeria

Fundada en 2005 en España por Kike Sarasola, actual presidente, Room Mate Hotels dispone de 29 hoteles y alrededor de 2.350 habitaciones en 6 mercados internacionales. Los hoteles de la cadena se conciben como hogares que abren sus puertas a los viajeros que llegan a la ciudad buscando sentirse como en casa. Por esta razón, en su planteamiento destaca la búsqueda de un servicio cercano, con un diseño atractivo y, siempre, con una localización inmejorable.

La cadena, que está protagonizando un gran cambio en el turismo, consolida su presencia en Málaga con la apertura, el pasado mes de marzo, de su tercer hotel en esta localidad, el Room Mate Valeria. Se trata de una de las grandes apuestas de la cadena, que refuerza la oferta turística de la ciudad y se suma a los dos hoteles que Room Mate Hotels ya tiene en la capital de la Costa del Sol, Room Mate Larios y Room Mate Lola.

El establecimiento se encuentra a tan solo unos metros del mar Mediterráneo, junto a la calle Larios, pleno centro neurálgico

de la ciudad, en un edificio obra de Alejandro Armentero de Dalmases.

La cadena, presidida por Kike Sarasola, siempre ha apostado por el diseño en todos sus hoteles, por lo que el proceso creativo de cada uno de sus establecimientos comienza con la

elección del edificio adecuado, el cual siempre debe tener una ubicación estratégica y una historia detrás, gracias a estos datos se configura la personalidad del hotel, lo que les permite elegir al diseñador idóneo para crear el hogar de esa persona que acoge al turista dentro de la ciudad que se visita.

Foto: Room Mate Valeria



En este caso, para la decoración de Room Mate Valeria, se ha confiado en las interioristas Victoria y Sylvia Melian Randolph, un tándem de reconocido prestigio a nivel internacional que ha dotado al hotel de una personalidad rompedora, divertida, sofisticada y sobre todo, muy fiel a la esencia malagueña.

Para este trabajo se han decantado por una decoración de las habitaciones en tonalidades muy marineras, teniendo el color blanco como base. Además, las zonas comunes son reflejo de la vegetación que rodea el hotel, donde se pueden observar grandes hojas tropicales en distintos tonos de verde. Por otro lado, en lo que a la terraza se refiere, la cual cuenta con unas impresionantes vistas, Victoria y Sylvia Melian Randolph se han decantado, de nuevo, por la elección del turquesa y blanco, lo que ha conseguido un ambiente muy mediterráneo y fresco. Se trata de una paleta donde predominan los colores vivos como el turquesa, verde, en todas sus variantes, y azul marino, que contrasta con los suelos de



Foto: Room Mate Valeria

mármol blanco y negro y el mobiliario de las habitaciones.

Dentro de la decoración del establecimiento hotelero, no podemos

olvidarnos de la iluminación, que juega un papel muy importante dentro del hotel. Y, en este caso, las interioristas han utilizado una iluminación más sofisticada y moderna en el lobby, pero

Think BIG

Tour 2016

Piensa en grande. Sobre todo cuando la solución es pequeña.

La nueva generación del SelfCookingCenter®, ahora también en XS. Prestaciones profesionales en formato compacto.

rational-online.com

RATIONAL



Visítanos en Hostelco
23 al 26 de Octubre de 2016
Pab. 3 Stand D449



Foto: Room Mate Valeria



“El establecimiento dispone de una terraza con piscina en la azotea, que busca convertirse en el punto de encuentro de malagueños y turistas...”

al mismo tiempo recuperando los faroles tradicionales andaluces de metal para las fachadas y las zonas comunes.

Esta influencia andaluza, como no podía ser de otra forma, se ha visto reflejada en los dos patios interiores, a través del enchinado cordobés de los suelos en blanco y negro colocado a mano, el mobiliario de ratán y los grandes maceteros vidriados en color amarillo.

Por otro lado, en lo referente a los tejidos que se han utilizado en las diferentes

estancias, firmas como Gastón y Daniela o Francisco Jover, han sido los elegidos por las interioristas para dejar su impronta en las habitaciones con sus característicos estampados florales. Mientras, para las zonas comunes, se han decantado por el diseño exclusivo de Ybarra y Serret para Room Mate, que reflejan la vegetación exuberante existente en Málaga.

El Room Mate Valeria cuenta con 61 habitaciones, las cuales están divididas en 5 categorías diferentes. Además, el establecimiento dispone de una terraza

con piscina en la azotea, que busca convertirse en el punto de encuentro de malagueños y turistas. Igualmente, en su planta baja dispone de restaurante. Completan sus instalaciones un gimnasio de 60 m² y 2 salas de reuniones con capacidad para más de 50 personas cada una.

Además de las características singulares de este nuevo hotel en la ciudad, los clientes podrán disfrutar de los servicios innovadores que Room Mate Hotels ha desarrollado fruto de escuchar a su cliente. Es el caso del desayuno hasta las 12 del mediodía o WiMate, Wi-Fi gratis no solo en el hotel sino también en toda la ciudad, entre otros.

En todos los establecimientos de la enseña, la cadena ofrece contenidos digitales que inspiren a los viajeros y conviertan a sus huéspedes en expertos en viajes. Además les involucran en sus canales sociales para que se sientan parte de una gran comunidad, consiguiendo que el cliente se involucre en la toma de decisiones que mejorarán su experiencia.

A esta apertura se sumarán a lo largo de este año 2016 otras 10, dentro de un plan de expansión gracias al cual la compañía crecerá en destinos como Rotterdam, Florencia, Roma, París,

Foto: Room Mate Valeria





Fotos: Room Mate Valeria

Barcelona o Madrid. De esta manera, la compañía multiplicará su tamaño, llegando a más de 4.000 habitaciones y presencia global.

En este sentido, los más cercanos en apertura va a ser el Room Mate Bruno (Rotterdam), un edificio que antiguamente era un almacén de trigo,

que será reconvertido en hotel de 230 habitaciones de la mano de Teresa Sapey, y que conservará toda su esencia industrial para convertirlo en un concepto altamente atractivo tanto para viajeros de ocio como de negocio.

Tras estas aperturas llegarán entre finales de año y principios de 2017 dos

más en Barcelona, una en Madrid y una tercera apertura en Estambul.

Además la compañía está en negociaciones avanzadas con dos propiedades en París y otros destinos como son Florencia, Venecia, Roma, Bogotá, Berlín, Nueva York, Bruselas y Londres.

Calidad y diseño a tu alcance

**NUEVO
CATÁLOGO
NOVEDADES
2016**

Katrin Laguna

Directora Room Mate Valeria



Katrin Laguna. Directora Room Mate Valeria

Recientemente inaugurado, ¿qué objetivos se ha marcado Room Mate con el nuevo hotel, a corto y medio plazo?, ¿se va a seguir alguna estrategia? ¿Qué se espera de su gestión?

Room Mate Valeria quiere convertirse en uno de los hoteles de referencia en la ciudad de Málaga.

Como todos los hoteles de la cadena, nos ponemos siempre en los zapatos del cliente e intentamos satisfacer sus necesidades, nuestro objetivo es que los clientes pasen una estancia memorable en el hotel y que se vayan deseando volver.

Somos #1 en TripAdvisor.

Se trata del tercer hotel Room Mate en la ciudad de Málaga, ¿qué tipo de características comparte con el resto de establecimientos de la enseña? ¿Qué distingue un hotel de la cadena Room Mate de sus competidores?

Nosotros siempre decimos que la mejor forma de viajar es cuando visitas la casa de un amigo. Por eso, cada hotel de Room Mate Hotels es único en cuanto a decoración, les damos a

todos un nombre distinto y, gracias a ese nombre, tienen una personalidad.

En este caso, Valeria es expresiva, cercana y acogedora. Lo que sí comparten entre ellos son los servicios pioneros de la cadena: desayuno hasta las 12, WiFi gratis no sólo en el hotel, si no también en toda la ciudad con el servicio WiMate (un router inalámbrico que te permite conectar hasta cinco dispositivos...). Los hoteles Room Mate son la casa de tu amigo en cada ciudad.

¿Cuál es el perfil del huésped ideal hacia el que va enfocado el "Room Mate Valeria"? ¿por qué se ha buscado este perfil?

Los hoteles de la cadena se dirigen a todo aquel que busca un establecimiento de diseño, en pleno centro de la ciudad y con una atención al cliente exquisita. Nosotros queremos que nuestro cliente, haya venido por ocio o por negocio, disfrute del hotel y de la ciudad. Es lo que llamamos lujo asequible.

¿Qué principales espacios son los más destacados en el hotel Room Mate Valeria?

Sin duda, yo creo que el espacio más destacado es la terraza, con vistas al puerto y a la ciudad de Málaga. Es ideal para disfrutar del buen tiempo que tenemos en la ciudad durante todo el año. El desayunador también es muy acogedor y en general el hotel, el estudio Melian Randolph ha hecho un trabajo excelente.

¿Qué magnitudes tiene el hotel? (superficie, número de habitaciones, empleados, ocupación...)

Foto: Room Mate Valeria



El hotel tiene 61 Habitaciones: 3 junior suites, 29 standard con vistas, 23 standard y 3 básicas. Además, tiene un Gimnasio y 2 salas de reuniones, así como la terraza.

En cuanto a empleados, hay un total de 34.

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

El hotel ha sido diseñado por las hermanas Melian Randolph, que han sabido darle una personalidad muy marcada. Las habitaciones tienen tonalidades muy marineras y las zonas comunes dan sensación de mucha vegetación. Por último, la terraza tiene un ambiente muy mediterráneo y fresco y los patios interiores nos recuerdan la influencia andaluza.



Foto: Room Mate Valeria

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

Todos los que formamos el equipo de Room Mate Valeria ponemos todo

nuestro empeño para que los clientes se sientan como en casa aun estando lejos de ella. Disfrutamos ofreciendo una experiencia Room Mate: nuestra mejor sonrisa, amabilidad y trato personalizado.



grupo toledo

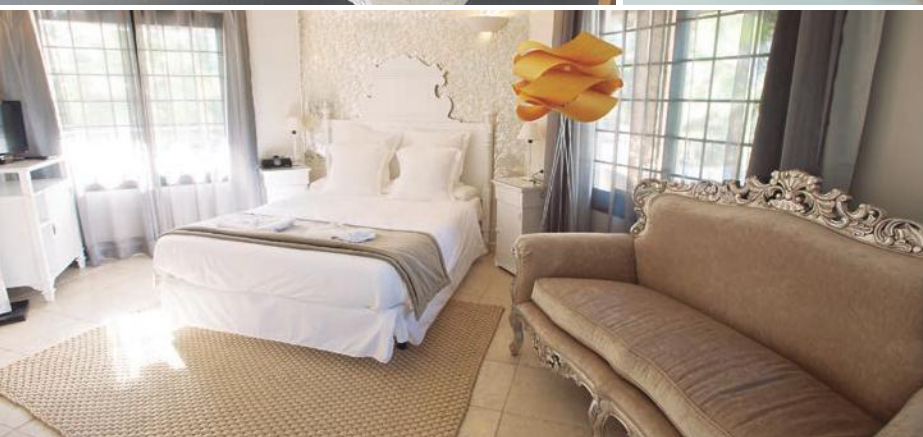
Desde 1988 ofreciendo calidad y servicio a la hostelería

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



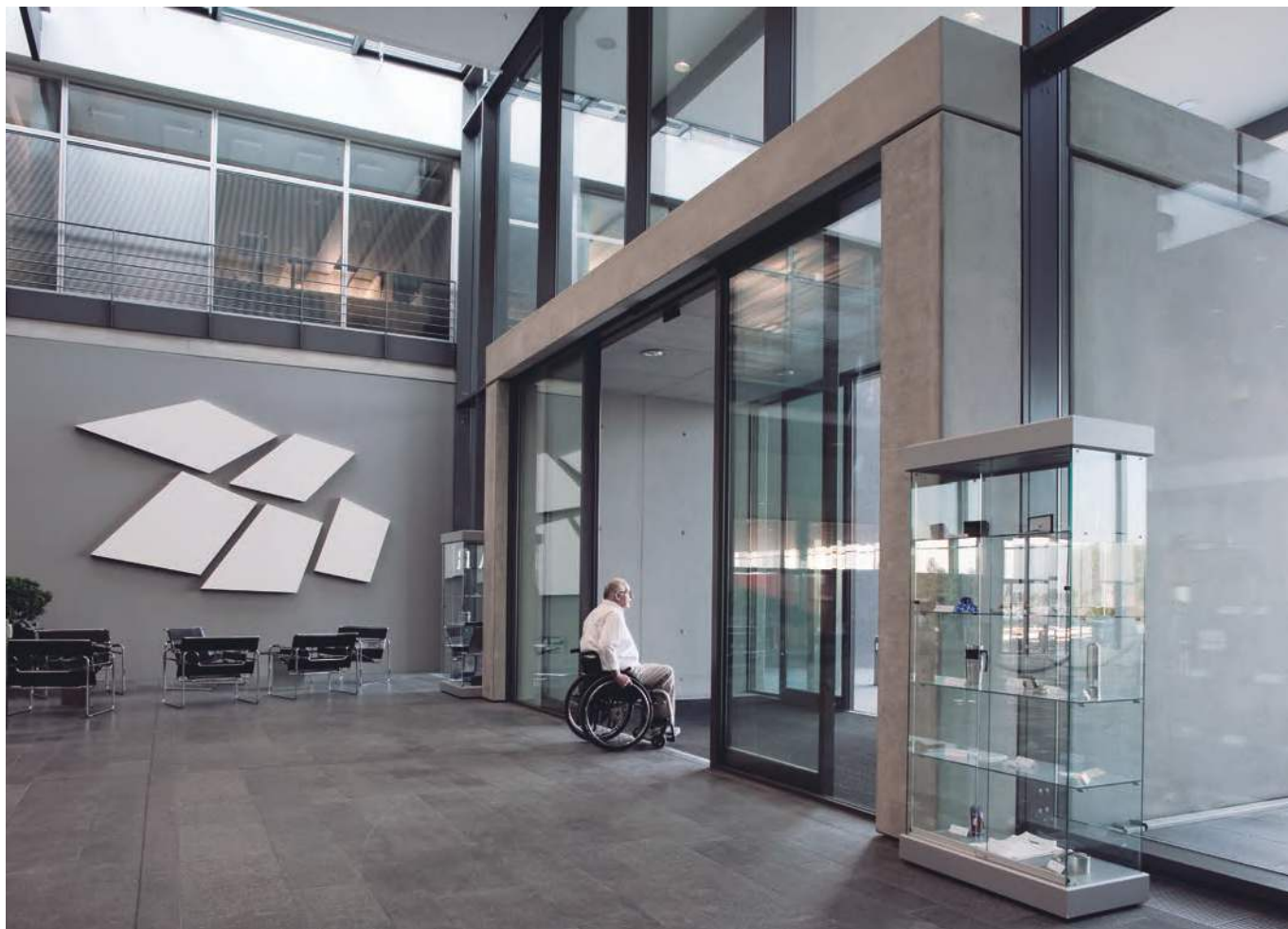


Foto: Geze

El hotel accesible

Un turismo para todo el público

A pesar de la concienciación social, el acceso tanto al ocio como al turismo en igualdad de condiciones para todos los usuarios sigue siendo una asignatura pendiente frente al colectivo de personas con discapacidad y mayores. La accesibilidad debe generar las condiciones necesarias para que las personas con cierta incapacidad realicen las mismas actividades que pueden realizar las que no tienen dichos obstáculos. Además, dentro del sector turístico, la mejora de este apartado favorece ampliar el mercado potencial del servicio turístico, de tal manera que las medidas destinadas a mejorar la accesibilidad en un destino o equipamiento turístico contribuirán al mantenimiento del flujo de viajeros en mayor medida que otros destinos menos adaptados.

La eliminación de barreras arquitectónicas cada vez tiene más importancia en la conciencia colectiva. Cada día, aumenta la cantidad de personas que desean viajar con todas las facilidades y comodidades. Para todas ellas, sólo la eliminación de los obstáculos

les permitirá realizarlo sin la ayuda constante de otras personas. A esto se suma el tema de actualidad, 'inclusión', el derecho de cualquier ciudadano, con o sin discapacidad, a poder moverse en cualquier lugar, sobre todo en espacios públicos.

En este sentido, para que un hotel pueda ser utilizado con comodidad por los clientes debe cumplir una serie de requisitos básicos y generales. Pero no hay que olvidar que estos requisitos necesarios son los que marcan las correspondientes Leyes de Accesibilidad Autonómicas, por lo que siempre hay que remitirse a ellas.

Si bien es cierto que es muy difícil todavía contar con un diseño tan flexible que se ajuste a las necesidades de todos los individuos, sí que es posible suplir las carencias existentes en nuestro entorno con medidas de apoyo específicas para conseguir que toda persona pueda desarrollarse en igualdad de oportunidades.

De esta manera, y como respuesta a la búsqueda de esta accesibilidad, nace el Diseño Universal, el cual implica la combinación de elementos del espacio construido que permiten el acceso, desplazamiento y uso, sobre todo

para las personas con capacidades diferentes y adultos mayores, así como el acondicionamiento del mobiliario para que se adecúen a las necesidades de las personas con distintos tipos y grados de dificultad.

Hotel accesible, ¿qué es?

Un hotel accesible no tiene por qué ser un edificio más complejo, lleno de ayudas técnicas poco atractivas. Al contrario, para José Luis Ruiz de Valdivia, Consultor de Proyectos de Geze Iberia, la accesibilidad puede apoyarse en soluciones técnicas agradables desde el punto de vista estético. “Es cierto que en ocasiones puede significar la realización de inversiones más o menos onerosas, pero en otras es sólo la aplicación de la lógica a través de pequeñas actuaciones, buscando garantizar la posibilidad de ser utilizados por cualquier persona sin ayuda externa, sin limitaciones. Es decir, que debe estar libre de barreras arquitectónicas y de barreras de diseño”.

Para denominar a un establecimiento accesible, se debe tener en cuenta esta característica desde la primera fase de diseño y durante la ejecución, “teniendo en cuenta las necesidades de todo tipo de usuarios, pensando tanto en el cliente como en el trabajador; tanto en las zonas exteriores como en las zonas comunes y en las habitaciones; adecuando las instalaciones y servicios para facilitar el acceso y calidad de uso”, expone Fernando González, Director Técnico de Evolucasa. Así mismo, desde Ideal Standard, consideran que un hotel accesible debe tener las características y capacidades necesarias para que una persona, con alguna deficiencia o minusvalía física pueda realizar, de la forma más cómoda posible, las actividades propias de una estancia en un hotel. “Ya sea ir al baño, disfrutar de un spa, o sencillamente acceder a todos los espacios”. “Un hotel se considerará accesible si cuenta con elementos que permitan a toda persona, con cualquier tipo de discapacidad, moverse en el establecimiento de manera cómoda y segura”, concretan desde Roca Marketing.

Pero hay que tener muy presente, que en lo que a movilidad reducida se refiere, “no

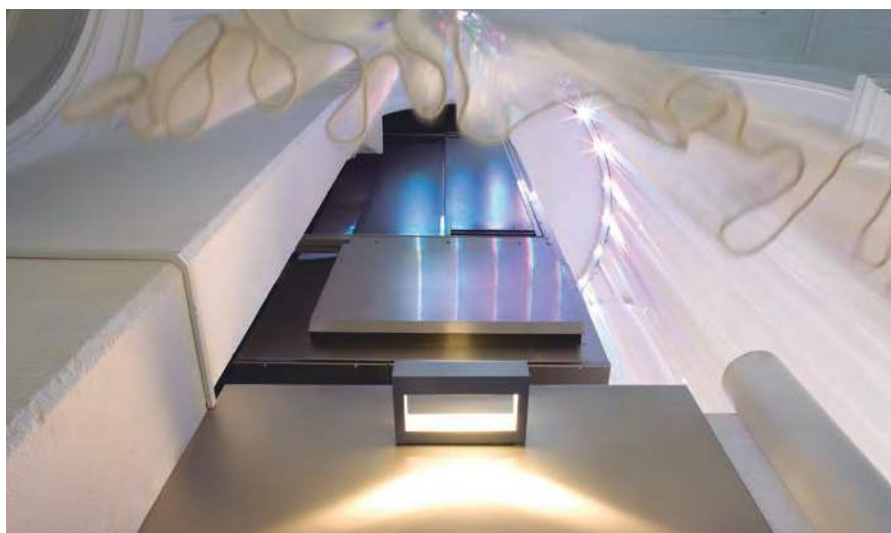


Foto: MP Ascensores

son únicamente a las personas mayores o con algún tipo de discapacidad, que por supuesto son los colectivos más afectados, sino también al resto de usuarios del hotel, que al ir habitualmente cargando con equipaje tienen la movilidad reducida temporalmente”, observa Eduardo Gimeno, Director de Marketing y Desarrollo de Negocio de Assa Abloy Entrance Systems. En este sentido, cuando se habla de accesibilidad, no hay que pensar sólo en la tercera edad o en las personas con discapacidades o diversidad funcional. “Es cierto que la población envejece, y eso quiere decir que también lo está haciendo la demanda turística y de viajes. Como consecuencia directa de ello habrá cada vez más personas con algún tipo de discapacidad,

con necesidades funcionales distintas a los estándares habituales, que se incorporarán al mercado de viajes”, especifica Fernando González. Por ello, “esto debe conducir a una mayor demanda de servicios turísticos accesibles o adaptados, y sin olvidar que la accesibilidad no es una necesidad exclusiva de dichos colectivos, si no que bien concebida, es una mejora general para el conjunto de viajeros”, expone.

Del mismo modo, para Albert Vila, Director Comercial de Válida Sin Barreras, un hotel accesible es aquel que dota de un acceso completo a sus instalaciones o servicios a cualquier tipo de usuario, sea cual sea su movilidad o capacidades. Además, “debería tener un buen acceso

Foto: A. Embarba



LOS 7 PRINCIPIOS DEL DISEÑO UNIVERSAL

La corriente teórica, conocida como Diseño para Todos o Diseño Universal asienta sus raíces en el funcionalismo escandinavo de los años 50 por un lado, y en el diseño ergonómico de los años 60 por otro; así como la política social sueca de finales de los 70, basada en el concepto de “Una Sociedad para Todos”.

Fue Ronald L. Mace (1941-1998), arquitecto, diseñador, profesor y usuario de silla de ruedas, uno de los pioneros en el diseño accesible, participando en la elaboración de la Ley de Americanos con Discapacidad (ADA). En el año 1989 consiguió fondos federales para crear el Centro de Vivienda Accesible, que posteriormente se denominaría como Centro de Diseño Universal de Carolina del Norte en Raleigh, y del cual sería su primer director. En la actualidad se ha convertido en un centro de referencia y de investigación en materia del Diseño para Todos, organizando en 1998 la 1ª Conferencia Internacional en Diseño para Todos, con el lema “Diseñando para el siglo XXI” en Nueva York.

Será en los años 90 cuando creció el interés por el concepto de diseño universal, por lo que Ron Mace encargó a un grupo de diseñadores y abogados que crearan una serie de principios que resumiesen esta filosofía del diseño, a los cuales se les conoce como los “siete principios del diseño universal”.

-1er Principio: Uso equiparable y provechoso. Debe contar con un diseño útil y vendible a personas con diversas capacidades. Además, debe proporcionar las mismas maneras de uso para todos los usuarios: idénticas cuando es posible, equivalentes cuando no lo es, y evitar segregar o estigmatizar a cualquier usuario. Las características de privacidad, garantía y seguridad deben estar igualmente disponibles para todos los usuarios. Y, por último, el diseño será atractivo para todos.

-2º Principio: Uso flexible. El diseño se acomodará a un amplio rango de preferencias y habilidades individuales, ofreciendo las posibilidades de elección en los métodos de uso. Deberá poder accederse y usarse tanto con la mano derecha

como con la izquierda. Asimismo facilitará al usuario la exactitud y precisión y se adaptará a su paso o ritmo.

-3er Principio: Simple e intuitivo. El uso del diseño será fácil de entender, atendiendo a la experiencia, conocimientos, habilidades lingüísticas o grado de concentración actual del usuario, eliminará la complejidad innecesaria, será consistente con las expectativas e intuición del usuario. Además, se acomodará a un amplio rango de alfabetización y habilidades lingüísticas. Y, dispensará la información de manera consistente con su importancia.

-4º Principio: Información perceptible. El diseño comunicará, de manera eficaz, la información necesaria para el usuario, atendiendo a las condiciones ambientales o a las capacidades sensoriales de la persona. Se usará de diferentes modos para presentar de manera redundante la información esencial (gráfica, verbal o táctil). Asimismo proporcionará el contraste suficiente entre la información esencial y sus alrededores, ampliando la legibilidad de la información esencial.

-5º Principio: Con tolerancia al error. El diseño minimizará los riesgos y las consecuencias adversas de acciones involuntarias o accidentales. Dispondrá de los elementos para minimizar los riesgos y errores: elementos más usados, más accesibles; y los elementos peligrosos eliminados, aislados o tapados. Proporcionará advertencias sobre peligros y errores, así como características seguras de interrupción.

-6º Principio: Que exija poco esfuerzo físico. El diseño podrá ser usado eficaz y confortablemente y con un mínimo de fatiga. Además, permitirá que el usuario mantenga una posición corporal neutra, utilizando, de manera razonable, las fuerzas necesarias para operar y, a la vez, minimizando las acciones repetitivas.

-7º Principio: Tamaño y espacio para el acceso y uso. Proporcionará un tamaño y espacio apropiados para el acceso, alcance, manipulación y uso, atendiendo al tamaño del cuerpo, la postura o la movilidad del usuario. Además, ofrecerá una línea de visión clara hacia los elementos importantes tanto para un usuario sentado como de pie. Y, proporcionará el espacio necesario para el uso de ayudas técnicas o de asistencia personal.



Foto: A. Embarba

a cualquier espacio y rincón de sus instalaciones: acceso a las habitaciones (también es muy importante tener en cuenta la movilidad dentro de las mismas), acceso a la zona del baño, acceso al espacio de restauración, acceso a la piscina, etc.”. “Las características más importantes que hay que tener en cuenta en un hotel adaptado a minusvalía son el acceso y la seguridad. Son importantes las entradas y salidas sin obstáculos también en ascensores”, resume Alexander Bech, Managing Director de Duravit España. Por ello, “en el sector hotelero resulta fundamental que expertos en transporte vertical elaboren un estudio de tráfico con el fin de asegurar una movilidad eficiente

dentro del establecimiento, sobre todo en las horas punta de entrada y salida de clientes”, concreta José Manuel Nieto, Director Comercial y de Marketing de Nuevas Instalaciones y Modernizaciones de Schindler Iberia.

De esta manera, desde el punto de vista exclusivo del sector de la elevación, un hotel accesible es aquel que ha sido dotado de sistemas de transporte vertical que garanticen un acceso fácil y seguro a todas las zonas habitables del mismo a personas con capacidades diferentes. Así pues, José Alberto Roig, Responsable Nuevas Tecnologías de MP Ascensores enumera las principales características



Marketplace interiorismo
de hoteles

Del 23 al 25 de noviembre del 2016
CCIB - BARCELONA

Registro online
gratuito



+150 marcas expositoras



+3000 profesionales hoteleros, arquitectos e interioristas



+1000 visitantes con proyectos



...ponencias, networking, premios, materiales, experiencias...

+ Info: +34 977 570 166 - info@interihotel.com - www.interihotel.com - @InteriHOTEL

Organizado por:

 **cenfim**
Innovación en hábitat

“En lo referente al baño cuenta sobre todo la seguridad y la libertad de movimiento. Los platos de ducha a ras de suelo ofrecen una máxima libertad de movimiento y son accesibles con la silla de ruedas...”

que se deben considerar: la primera de ellas sería la localización de dichos sistemas en el hotel, la cual debe ser próxima a la entrada principal, situarse en un itinerario accesible del mismo y estar adecuadamente indicada mediante la señalización oportuna. Además, también se tendrá que tener en cuenta el espacio necesario para albergar tanto los componentes del sistema necesarios para su funcionamiento (hueco y espacio de maquinaria) como a los usuarios que entran o salen del camarín (zonas de embarque en rellanos)...

Mientras, en lo referente al baño “cuenta sobre todo la seguridad y la libertad de movimiento. Los platos de ducha a ras de suelo ofrecen una máxima libertad de movimiento y son accesibles con la silla de ruedas”, detalla Alexander Bech. En este sentido, desde Roca Marketing, precisan que las características esenciales a la hora de adaptar el espacio de baño hotelero son que el diseño sea funcional y esté acorde con un acceso cómodo y fácil, a la vez que sea un producto con garantía de calidad y durabilidad. Así pues, “para llevar a cabo las mejores propuestas, se debe tener en cuenta todo tipo de necesidades y así mejorar los puntos clave, como son por ejemplo la zona de ducha, que debe contar con asas para asegurar una sujeción segura o con un plato de ducha a ras de suelo para facilitar el acceso o la movilidad”.

Con todas estas características se puede decir que cada día se observa más que el tema de la eliminación de barreras arquitectónicas cada vez tiene más importancia dentro de la conciencia colectiva, y tenemos suficientes motivos para que eso sea así. Pues, de esta manera, “aumentamos la cantidad de personas que pueden y desean vivir de forma autónoma hasta una avanzada edad. Para ellas, el sólo hecho de eliminar obstáculos, les permitirá vivir sin la ayuda constante de otras personas, sumando



Foto: Profitek

a esto la inclusión social, el derecho de cualquier ciudadano, con o sin discapacidad, a poder estar en cualquier lugar, ya sean en espacios educativos, laborales o de ocio”, analiza José Luis Ruiz de Valdivia.

En este aspecto, la normativa es muy amplia y muy clara, y además de cumplirla, “hay que estudiar el funcionamiento del hotel y hacer hincapié en aquellos puntos que no recoge la normativa, pero que la lógica del uso racional de espacios dicta”, precisa Fernando González. Un ejemplo de esto se puede ver en que el pasado 20 de abril de 2016 entró en vigor la nueva Directiva Europea 2014/33/EU, que regula y unifica en Europa el diseño, fabricación, distribución y montaje de ascensores hasta su puesta en funcionamiento. “En este marco legal, se inscriben las nuevas normas armonizadas, UNE-EN 81-20:2015 y UNE-EN 81-50:2015, que mejoran la seguridad para usuarios y el personal de mantenimiento de los ascensores. Estas dos nuevas normas serán efectivas a partir del 1 de septiembre de 2017 y afectarán únicamente a los ascensores que se legalicen desde esa fecha”, argumenta José Manuel Nieto, de Schindler Iberia.

En resumen, el hotel accesible no tiene por qué ser un edificio más complejo, lleno de ayudas técnicas poco atractivas. Al contrario, “la accesibilidad puede apoyarse en soluciones técnicas agradables desde el punto de vista estético. Es cierto que en

ocasiones puede significar la realización de inversiones onerosas pero en otras, es solo la aplicación de la lógica a través de pequeñas actuaciones”, manifiesta Alexander Bech (Duravit España).

Diferenciándose de la competencia

A día de hoy la discapacidad ya es una realidad numerosa, incluso al margen del proceso de envejecimiento, 4 de cada 10 personas entre 75 y 79 años y 6 de cada

Foto: Roca



CONBEQ

“PRODUCTOS PERFECTOS PARA TODA LA VIDA”



NUEVA GAMA
DE HORNOS
“EASY COOK”
COCINAR NUNCA
FUE TAN FÁCIL



Dobra



WWW.CONBEQ.ES



INFO@CONBEQ.ES



HOSTELCO

CONBEQ INDUSTRIAL, SL TEL. 930 13 27 16 / 608 094 399 PALACIO P3 - STAND 323



Foto: Schindler Iberia

10 mayores de 85 años, presentan alguna discapacidad en España; y se trata de grupos de población que, además, sufrirán una importante expansión en los próximos años. “En este contexto la accesibilidad adquiere cada vez mayor importancia como elemento de valor del hotel, como requisito necesario para asumir los cambios que la población está sufriendo. Según datos de la UE hay 100 millones de personas que viajarían más si los hoteles y establecimientos turísticos fueran más accesibles”, analiza José Luis Ruiz de Valdivia (Geze Iberia).

Además de estos factores demográficos, explica que actualmente se está llevando a cabo una gran transformación en el sector turístico, generado en parte por el cambio de papel del consumidor, que ha dejado de ser un usuario pasivo para convertirse en personaje activo en el diseño y gestión de su propio viaje. Es quien decide en qué hotel se va a alojar y tiene total control sobre las motivaciones de elección. “Esto conlleva, necesariamente, una continua y constante innovación, no sólo del producto turístico, sino también en las propias instalaciones y servicios que prestan los hoteles y que le ayudarán a diferenciarse de la competencia”, continúa.

Por todas estas razones la accesibilidad es un factor diferenciador, especialmente

cuando hablamos de establecimientos hoteleros, “ya que por las características de su actividad reciben una gran cantidad de visitantes, la mayoría de los cuales viajan con equipaje, lo que limita su movilidad y convierte cualquier barrera en un elemento difícilmente franqueable”, define Eduardo Gimeno (Assa Abloy Entrance Systems). Además, en todos los sectores vinculados con el servicio, se busca sobresalir en algún aspecto y ofrecer algo más que tu competidor. El sector hotelero, “dentro del sector servicios, tiene un vínculo muy fuerte en ofrecer calidad a buen precio; por eso consideramos que la accesibilidad es sinónimo de calidad para todos, y por ello debe formar parte de los elementos a incorporar de forma creciente e integral en el diseño y en los servicios del hotel, y no siempre lleva consigo un coste adicional sobre el servicio que se ofrece”, explica Fernando González (Evolucasa).

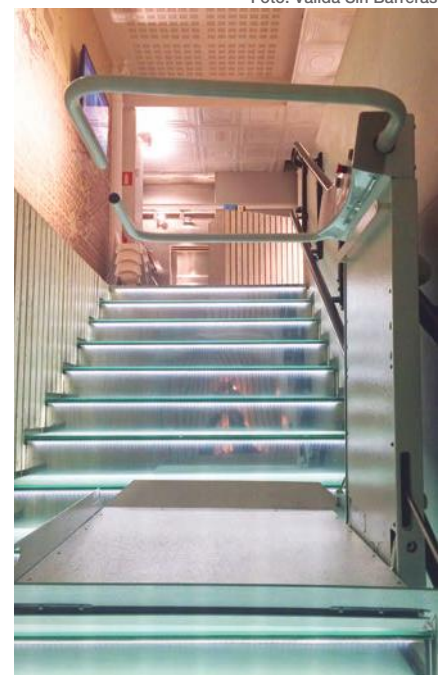
En este sentido, “cada vez hay más conciencia de la necesidad de ofrecer alojamiento adaptado porque la accesibilidad, además de un derecho para todas las personas, la entienden como un factor de diferenciación hotelera que abarca a un gran porcentaje de turistas”, detallan desde Duravit España. Una de las prioridades de este tipo de establecimientos es la de ofrecer todo tipo de facilidades y comodidades a

sus clientes. “La accesibilidad es una de ellas, no sólo por facilitar la estancia dentro del hotel, sino por permitir que cualquier persona pueda acudir a él y desplazarse por el establecimiento con total normalidad y de forma segura. A la hora de decantarse por un hotel u otro, la accesibilidad es uno de los aspectos que más se tiene en cuenta por la particularidad de las estancias en este tipo de complejos (familias, niños, personas mayores, equipajes...”, precisa José Manuel Nieto (Schindler Iberia).

En consecuencia, “para las personas con algún tipo de discapacidad, un hotel accesible acorde con su minusvalía será clave en la elección y se diferenciará de cualquier otro establecimiento. Seguridad, comodidad y bienestar serán las razones por las que el usuario preferirá un hotel accesible a uno que no esté equipado para sus necesidades”, exponen desde Roca Marketing. Por ello, aunque solo sea desde un prisma meramente económico, por ejemplo, la accesibilidad permite aumentar la presencia de público objetivo. “Si un hotel es accesible, un mayor número de usuarios, y a su vez familias y amistades, podrán acceder a las instalaciones”, determina Albert Vila (Válida Sin Barreras).

Por consiguiente, “el hecho de optar por la optimización de la accesibilidad de los espacios, equipamientos y servicios, para

Foto: Válida Sin Barreras

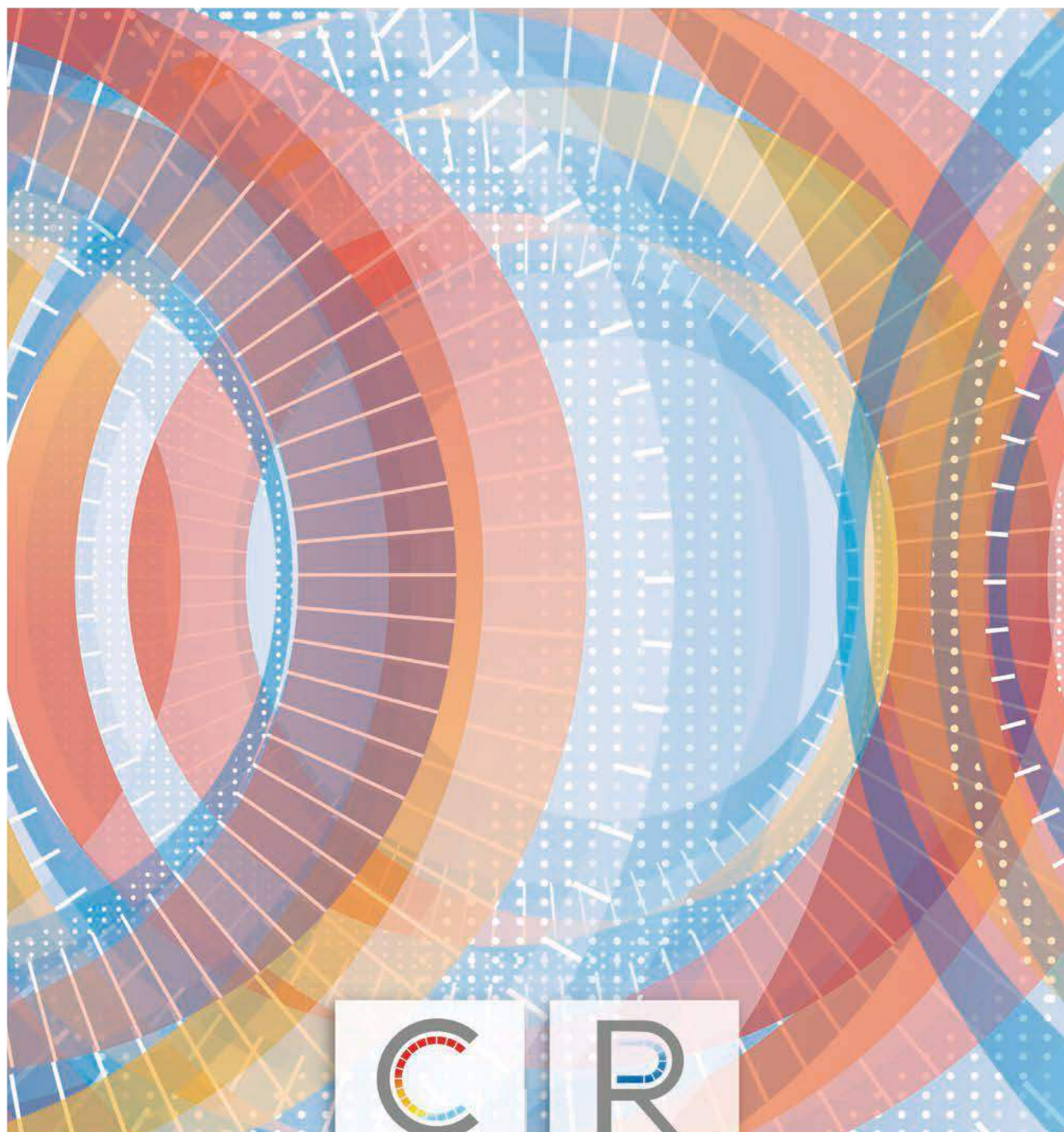




Salón Internacional de Aire Acondicionado,
Calefacción, Ventilación, Frío Industrial y Comercial
International HVAC&R Exhibition

28 Feb./
3 Mar.
2017
MADRID

ORGANIZA
ORGANISED BY



www.cr.ifema.es

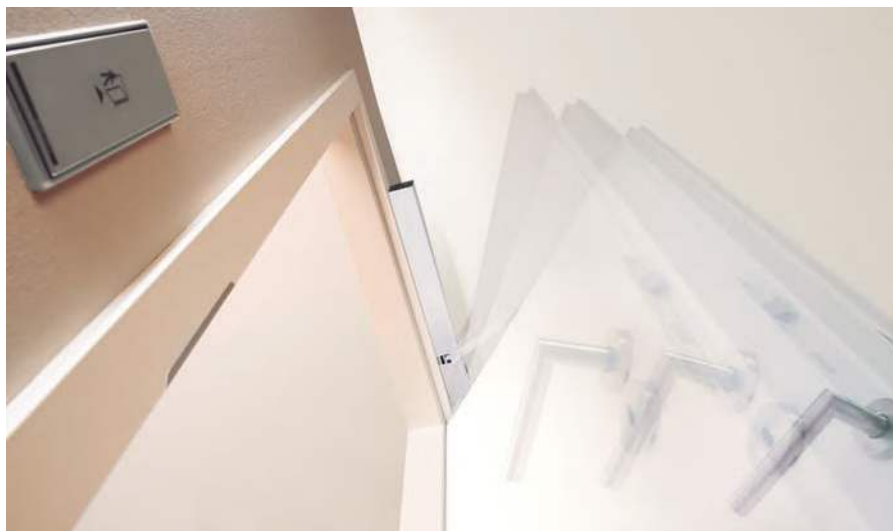


Foto: Geze

conseguir que el hotel sea apto para el máximo número de personas posible en condiciones de confort, seguridad e igualdad, se proyecta como un beneficio, un mejor servicio para todos los clientes. Porque la accesibilidad es sinónimo de calidad para todos, y por ello debe formar parte de los elementos a incorporar de forma creciente e integral en el diseño y en los servicios del hotel y se convierte en un nuevo valor del sector turístico”, concluye José Luis Ruiz de Valdivia (Geze Iberia).

Conciencia social

A medida que la concienciación social con la integración de personas con movilidad reducida va en aumento, “el sector hotelero se preocupa por adaptar sus establecimiento para hacerlos lo más accesibles posibles. La accesibilidad es ya un derecho para todas las personas y un deber para los constructores”, consideran desde Schindler Iberia. En dicho sector, se ha notado una profesionalización de las personas vinculadas con el servicio, tanto en técnicas de gestión como en formación más especializada. “El responsable hotelero es consciente de la diferenciación como elemento clave del negocio, donde la competencia agudiza el ingenio para preparar programas de fidelización del cliente, innovando en productos y servicios, y diversificando la oferta según el segmento de cliente”, exponen desde Evolucasa.

En lo que respecta a los accesos principales, “la accesibilidad y la supresión

de barreras arquitectónicas es un asunto cada vez más tenido en cuenta, y hay una clara tendencia a crear un entorno libre de barreras. Sin embargo queda mucho camino por recorrer en lo que se refiere al interior del hotel”, definen desde Assa Abloy Entrance System.

Por otro lado, en el apartado de los baños, el sector demanda soluciones que sean aptas con productos cuyas prestaciones ofrezcan una elevada tecnología y un buen diseño. “Los baños de los hoteles deben ser adaptables y ofrecer múltiples posibilidades también en relación a una disposición adaptada a la minusvalía y la tercera edad. Los platos de ducha a ras de suelo, por ejemplo, se han convertido en una tendencia: estos ofrecen un uso fácil y confortable conjuntamente con un bello diseño”, consideran desde Duravit España. Además, está claro que “las grandes cadenas hacen sus propios estudios, y es obvio, como se ha comentado, que el target de gente mayor, que necesite facilidades y comodidades para disfrutar de la experiencia plena del hotel, es cada vez mayor”, analizan desde Ideal Standard.

Sin embargo, “en ocasiones, se prioriza el factor económico o los límites de espacio por lo que, a día de hoy, todavía podemos encontrar establecimientos hoteleros con carencias en el ámbito de la accesibilidad”, exponen desde Schindler Iberia.

No obstante, y a pesar de estas mejoras, “todos los que hemos viajado por negocios o placer, hemos observado

detalles mejorables en los hoteles en los que hemos estado, independientemente del nivel de calidad del establecimiento. A veces es una rampa, una barandilla mal colocada, un pavimento que desliza mucho, una puerta de la habitación que no abre en el sentido correcto, un mueble de la habitación que no utilizamos y nos molesta para las circulaciones, un baño mal distribuido que dificulta su uso para dos personas, etc. La normativa a veces no resuelve los problemas de espacio y de funcionalidad que el sentido común dicta”, argumentan desde Evolucasa.

En definitiva, aún queda mucho camino por recorrer en cuanto a la concienciación acerca de la accesibilidad en los hoteles. “Sin embargo ya se están haciendo muchos esfuerzos para ir hacia esta dirección, que como ya se ha explicado, es claramente un nuevo valor dentro del sector hotelero”, aseguran desde Geze Iberia. Igualmente, desde Válida Sin Barreras, consideran que todavía falta mucho que avanzar, aunque se ha evolucionado bastante en el tema en los últimos años y la Administración ha tomado conciencia de ello en cuanto a la necesidad de integrar políticas de accesibilidad dentro de los entornos públicos. “A nivel de concienciación en temas de accesibilidad dentro del sector hotelero hay que decir que se está mejorando mucho en este sentido, pero aún queda bastante camino por recorrer”.

Foto: MP Ascensores





HOSPITALITY



RESTAURANTS



SPECIAL PROJECTS



CONTRACT

PERFORMANCE FABRICS YOU CAN CLEAN WITH JUST WATER



With **Aquaclean** even the most stubborn stains
can be removed easily **with water**.





Foto: A. Embarba

El valor de la rehabilitación

La adaptación sin barreras de los hoteles ya existentes supone un reto en materia de planificación y diseño. Gracias a la estrecha cooperación de todos los involucrados en la adaptación, puede resolverse de forma óptima en todos los casos. En este sentido, José Luis Ruiz de Valdivia, de Geze Iberia, destaca que la transformación y renovación de los edificios es una gran oportunidad. “Cuanto más descende el atractivo de comprar infraestructuras nuevas, mayor

es la utilidad de rehabilitar edificios. Por consiguiente, el sector de la construcción aprovechará esta oportunidad como una pieza clave dentro del lento crecimiento de la economía, pues por cada edificio que se rehabilita, se están creando o manteniendo puestos de trabajo, además de los efectos indirectos en la industria auxiliar de la construcción”.

De la misma idea es Eduardo Gimeno, de Assa Abloy Entrance System, quien destaca que la renovación de los establecimientos hoteleros juega un papel clave en el sector, ya que, por una parte evita la obsolescencia del amplio parque hotelero con el que contamos, y por otra, permite realizar actuaciones que aporten valor a un cliente cada vez más exigente. La rehabilitación “en este sector se convierte en factor clave para proporcionar experiencias positivas, transformando el edificio en cada vez más accesible. Sin embargo, aunque quede mucho camino por andar, sí es cierto que se trata de un elemento que adquiere cada vez más peso”, indica Alexander Bech, de Duravit España.

Además, José Manuel Nieto, de Schindler Iberia, argumenta que el peso de la rehabilitación de edificios sin ascensor crece año tras año, tanto en valor como en unidades, debido a la importancia que está tomando este segmento del mercado de la construcción. Así, “como consecuencia de la caída de la obra nueva

en los últimos años, la rehabilitación se ha convertido en uno de los nichos de mercado más importantes para el sector de la construcción”, continúa.

Esta profunda renovación para adecuar las instalaciones de los distintos establecimientos, a veces viene impuesta por un cambio normativo, y la mayoría de los casos surge como necesidad de mejora del negocio. “Con la globalización por internet de la reserva de hoteles, donde la opinión del cliente es muy importante; el aspecto visual de las estancias, tanto comunes de servicios como las habitaciones, es muy relevante. El cambio de aspecto lleva aparejado mejoras en la funcionalidad del usuario, y se busca mejorar la calidad del uso de las estancias con nuevos materiales que además de estéticos tiene una función de utilidad”, especifica Fernando González, de Evolocasa. Además, “muchos de los grandes hoteles, contruidos hace ya tiempo, han tenido que irse adaptando a estas nuevas necesidades. Es por ello que la reforma y rehabilitación es un factor clave, con un pero muy importante”, concretan desde Ideal Standard.

En este sentido, cabe mencionar que en 2015 Roca presentó la primera investigación exhaustiva en relación a los baños del ámbito hotelero en España: Estudio 360° de la Reforma de Baños en los Hoteles de España. El resultado ofrece datos tan concluyentes como la nota que los clientes han dado a los espacios de baño de los hoteles españoles, que es de un 7,8. En cuanto a la rehabilitación y la reforma, “el estudio reveló que en más de cuatro de cada cinco hoteles (83%), la reforma en el espacio de baño ha afectado a dos o más elementos principales de la estancia (inodoro, bidé, bañera/plato de ducha o lavabo). Le siguen el cambio de accesorios del baño (36%), la sustitución de la mampara, el pedestal, la grifería y/o el mueble (35%) y, por último, el cambio de un único elemento de todos los principales del baño mencionados anteriormente (20%). Esto pone en relieve la importancia que tienen los baños en la valoración de los hoteles”.

Con todos estos datos, es recomendable que la propiedad que desea realizar una reforma o rehabilitación se informe previamente de la normativa actualmente



Foto: Geze



Foto: Ideal Standard



Foto: MP Ascensores

vigente. “Las actuales normas DIN/ISO EN tienen un significado importante en el equipamiento de baños e instalaciones sanitarias. La exigencia va hacia soluciones con una proyección de futuro y que cumpla todas estas normas de

vigencia general”, aconseja Alexander Bech.

En Europa, “existe una legislación específica para el diseño, fabricación, montaje, puesta en servicio y

mantenimiento de ascensores, que tiene como fin garantizar la seguridad y el buen funcionamiento de los mismos”, expone José Manuel Nieto. Además, destaca que es importante, en cuanto a la regulación en España, mencionar

GEZE Iberia S.R.L. | c/Andorra, 24 E-08830 Sant Boi de Llobregat (Barcelona) | Tel.: 902 194 036 - Fax: 902 194 035 | www.geze.es

www.powerturn.geze.com

Accesibilidad para todos, en todas partes

Nuestro automatismo más potente: GEZE Powerturn

El nuevo mecanismo de GEZE totalmente automatizado, abre puertas grandes y pesadas de hasta 600 kg, de una o dos hojas, de manera fácil y segura para abrir manualmente, sin el más mínimo esfuerzo gracias a la función única “Smart Swing”.



GEZE

BEWEGUNG MIT SYSTEM

también el CTE (Código Técnico de la Edificación) en el que su Documento Básico SUA (Seguridad de utilización y accesibilidad) apartado 9 (accesibilidad) donde define un ascensor accesible. Este documento es de obligado cumplimiento para edificios de nueva construcción y determinadas rehabilitaciones. Además, las Comunidades Autónomas pueden añadir prescripciones locales que aumenten las seguridades o controles de las normas estatales y europeas.

Por otro lado, Fernando González, precisa que “el marco legislativo en el que se desarrollan las leyes autonómicas de accesibilidad nace a partir de la aprobación de la Constitución Española, a través de los mandatos establecidos en los artículos 9.2, 14 y 49. Cada Comunidad Autónoma tiene una ley de ordenación turística, y en todas ellas se deriva a la normativa autonómica sobre accesibilidad vinculada con la edificación”. Igualmente, José Luis Ruiz de Valdivia, explica que en cuanto a normativas, cada Comunidad Autónoma regula las características que deben cumplir los establecimientos hoteleros a través de una Ley de Accesibilidad. “En algunas de ellas, se requiere un número mínimo de habitaciones adaptadas a las necesidades de las personas con discapacidad y en otras todavía está en proceso de elaboración. En esta Ley se especifican las obligaciones en materia de accesibilidad que deben cumplir, entre otros, los edificios de uso público,

Foto: Roca



Foto: Profiletek

como es el caso de los establecimientos hoteleros”.

Igualmente, la entrada en vigor de la Ley 51/2003 de Igualdad de Oportunidades, No Discriminación y Accesibilidad Universal, ha dado lugar a una nueva concepción de la accesibilidad en los productos, espacios y servicios basada en la igualdad de oportunidades y la no discriminación. “Actualmente, las políticas de accesibilidad van más allá de la supresión de barreras, y proponen un escenario más abierto e igualitario que supera el de simple movilidad y supresión de barreras arquitectónicas o físicas. Se establece el concepto de accesibilidad universal”, continúa analizando Fernando González.

En lo referente a las ayudas, todas las enfocadas a la adaptabilidad que existen “tienen ámbito municipal por lo que tienen un objetivo y un alcance muy diverso, es decir, se priorizan aspectos diferentes de la accesibilidad. Además, se ven fuertemente influenciadas por la coyuntura económica de la administración correspondiente”, detallan desde MP Ascensores. Así mismo, “el Plan Estatal de fomento del alquiler de viviendas, rehabilitación edificatoria y la regeneración y renovación urbana 2013-2016, está dirigido a promover la rehabilitación energética de edificios de viviendas. Este programa señala las actuaciones subvencionables, en base a

unas condiciones previas, entre las que se encuentran, entre otras, las instalaciones comunes de ascensores”, describe José Manuel Nieto. Además, añade que aparte de las ayudas estatales, “Helvetia Rehabilitaciones, filial 100% capital Schindler España, ofrece comodidades como la financiación de la obra en condiciones más ventajosas que las ofertadas por el mercado. Los clientes de Helvetia Rehabilitaciones podrán realizar los pagos de la obra a lo largo de cinco años a unos intereses muy competitivos”.

Las innovaciones para el futuro

Desde el prisma de las ayudas técnicas relativas a la accesibilidad, Albert Vila, de Válida Sin Barreras, destaca que las principales innovaciones se centran alrededor del diseño, que ha evolucionado muchísimo. “Contamos con productos que se integran totalmente a la estética deseada, que confieren de accesibilidad a espacios que antiguamente presentaban una muy difícil solución”. No obstante, aparte de diseñar productos bellos, “hay que tener en cuenta también la técnica moderna que debe aumentar el confort pero sin dominar el diseño. La técnica que aporta utilidad debe estar disponible para el usuario pero no ser visible”, analiza Alexander Bech, de Duravit España.

Por otro lado, Eduardo Gimeno, de Assa Abloy Entrance System, precisa que los esfuerzos en innovación van

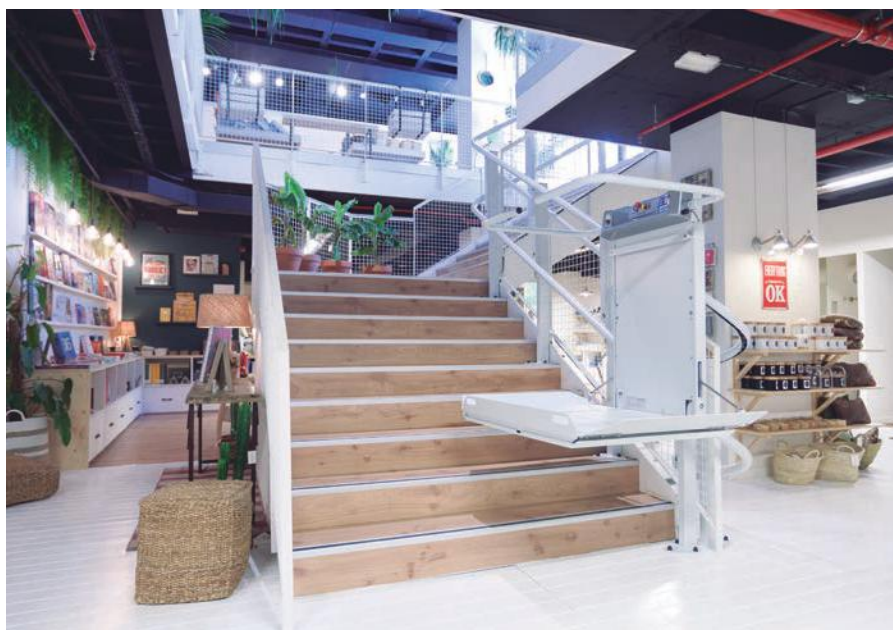


Foto: Válida Sin Barreras

ventanas a través de un pulsador por radio sin cable o un telemando móvil por radio. “Este sistema está ganando cada vez más importancia en la vida diaria de espacios libres de barreras arquitectónicas y se convierten, poco a poco, en estándar. Y de paso, al personal encargado de cuidados especiales le facilitan el trabajo”.

En lo referente al baño, Alexander Bech, especifica que “la técnica debe mejorar la higiene en el baño, aumentar el confort llevando el diseño y el desarrollo hacia un oasis de bienestar. Se puede conseguir una mejora en el ámbito de la higiene optimizando las superficies o mediante las técnicas más modernas”.

Por lo que respecta al sector de la elevación las principales innovaciones en el campo de la adaptabilidad, tal y como analizan desde MP Ascensores, son las siguientes:

Sistemas que mejoran las prestaciones de los equipos: detección anticipada del

principalmente dirigidos a desarrollar soluciones cada vez más accesibles, pero también más sostenibles, seguras y adaptadas a la necesidad específica de cada usuario. A esto, José Luis Ruiz

de Valdivia, de Geze Iberia, añade que para un mayor confort del usuario y para dotar más zonas libres de barreras arquitectónicas pueden activarse soluciones automáticas en puertas y

Soluciones de automatización de accesos



También mantenemos puertas de otros fabricantes

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

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

ASSA ABLOY Entrance Systems es una división de ASSA ABLOY.

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

ASSA ABLOY

El líder global en
soluciones de acceso

“Hay una oportunidad de negocio en este mercado. Como ya hemos dicho, es un mercado creciente, y desde luego, hacer la vida más cómoda a la gente que lo necesite, es una muy buena herramienta comercial y de marketing para apostar por ella...”

pasajero, funcionamiento automático, precisión de nivelación en planta, incremento de la calidad del viaje, aprovechamiento eficiente de los volúmenes de transporte...

Sistemas que mejoran la interacción con el pasajero discapacitado: señalización visual y audible, sistemas de mando adaptados a diversas naturalezas y grados de discapacidad.

Sistemas para el incremento de la eficiencia energética de los equipos, en especial los dispositivos inteligentes de iluminación de la cabina y de reducción del consumo eléctrico tanto en funcionamiento como en pausa.

Sistemas para la reducción del impacto medioambiental, mediante la reducción del empleo de materias primas, la disminución de materiales contaminantes, nocivos o potencialmente alergénicos y el uso de equipos de muy baja emisión sonora en funcionamiento.



Foto: Válida Sin Barreras

Con todo esto, de cara al futuro, “es previsible que en los próximos años los recursos se dediquen, en mayor medida, a la modernización del parque hotelero existente, donde seguramente la promoción de la accesibilidad y la eficiencia energética jugarán un papel clave, con miras a hacer más atractiva nuestra oferta hotelera”, detalla Eduardo Gimeno. Las reformas en los hoteles tienen en cuenta tanto la optimización del espacio, para conseguir la máxima comodidad y funcionalidad, como que los diseños y productos estén orientados a la “customización” del espacio. “Se trata de un sector altamente profesionalizado y de referencia. El turismo es parte fundamental de la actividad económica

de nuestro país, siendo la industria hotelera en España muy importante, lo que nos convierte en uno de los 5 países con más turismo del mundo”, exponen desde Roca Marketing.

“Desde luego, hay una oportunidad de negocio en este mercado. Como ya hemos dicho, es un mercado creciente, y desde luego, hacer la vida más cómoda a la gente que lo necesite, es una muy buena herramienta comercial y de marketing para apostar por ella”, opinan desde Ideal Standard.

Por estas razones, para Albert Vila, las perspectivas son positivas porque la necesidad y la importancia de mejorar en temas de accesibilidad en el sector de la hostelería es alta. “Se ha apostado fuerte por este camino y los años próximos se prevén positivos. Esta apuesta por la accesibilidad lo que hace es posicionar el sector hostelero español a la cabeza de Europa y del mundo, siendo ésta un polo de atracción importante para atraer el turismo a nuestro país”.

En relación a esto, “desde los organismos públicos se está impulsando una renovación del sector hotelero, buscando soluciones más eficientes, realizando importantes inversiones en esta materia. Por ello, creemos que en los próximos años va a haber una evolución positiva en ese aspecto”, opinan desde Schindler Iberia. Así pues, desde Geze Iberia consideran que en la actualidad, a nivel de las puertas de acceso, uno de los aspectos más valorados, dentro

Foto: Geze



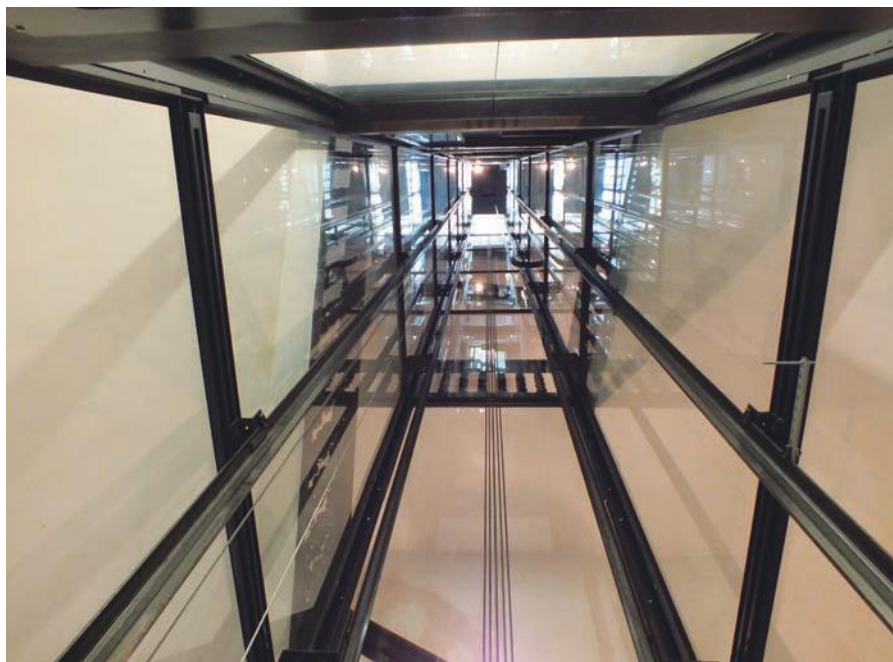


Foto: A. Embarba



Foto: A. Embarba

del sector, además de la seguridad, la adaptabilidad, la conectividad y la comodidad, es la eficiencia energética, debido a que disminuye el consumo

energético y reduce el impacto medioambiental. "La gestión inteligente de los automatismos de apertura, se vincula con la disminución del consumo

energético, supone un gran ahorro económico para el consumidor, y con la reducción del impacto medioambiental".



súbete con nosotros !!!

¿Sabe Ud. lo que paga por la instalación ó mantenimiento de su ascensor ?

EMBARBA, desde 1963 **fabrica, instala y conserva** todo tipo de **Ascensores**. Actualmente **contamos con más de 90 delegaciones** en todo el territorio nacional e internacional y en **continuo crecimiento**. **Súbete con nosotros!!!**

- ✓ Precios con un ahorro de hasta un 50 %.
- ✓ Mantenimiento de ascensores de todas las marcas.
- ✓ Asesoramiento técnico y jurídico sin cargo alguno.
- ✓ La disponibilidad de repuestos es total.
- ✓ Certificación: ISO-9001 | ISO-14001 | OHSAS 18001.

servicio
24
HORAS



ISO 9001:2008
ISO 14001:2004
OHSAS 18001:2007
Directiva 90/269/EEC
www.tuv.com
ID: 2105544595



embarba@embarba.com



www.embarba.com



facebook.com/aembarba.sa



@a_embarba

PROYECTO HOTELERO

Hotel Tótem Madrid

ESENCIA TRADICIONAL Y VANGUARDISTA



El pasado mes de Junio aterrizó en la capital madrileña un nuevo icono de moda, cultura, ocio y gastronomía, el hotel TÓTEM. Se trata de la última incorporación al portfolio de Marugal Distinctive Hotel Management, empresa especializada en el desarrollo, apertura y gestión de hoteles independientes de lujo. Ubicado en pleno barrio de Salamanca, uno de los barrios más representativos y lujosos de la capital madrileña, el hotel rinde culto a la atmósfera cosmopolita que le rodea recuperando el ambiente de un edificio señorial pero con una imagen más actualizada.

HOTEL TÓTEM MADRID

Foto: Hotel Totem Madrid



Foto: Hotel Tótem Madrid

En pleno corazón de Madrid, recientemente ha abierto sus puertas el hotel TÓTEM Madrid, la nueva apuesta hotelera en la capital que, desde el barrio de Salamanca se

presenta como punto de encuentro de la cultura, la gastronomía, el ocio y la moda. El TÓTEM Madrid nace combinando la sofisticación y el dinamismo de la zona, lo que lo convierte en un establecimiento

perfecto para descubrir y disfrutar de la ciudad.

Este nuevo hotel boutique, integrado en la gestora de hoteles Marugal

Fotos: Hotel Tótem Madrid



“El TÓTEM Madrid nace combinando la sofisticación y el dinamismo de la zona, lo que lo convierte en un establecimiento perfecto para descubrir y disfrutar de la ciudad...”

Distinctive Hotel Management, se ubica en un edificio del S.XIX, en pleno barrio de Salamanca. Para su proyecto de interiorismo la gestora ha buscado la profesionalidad creativa del estudio Corium de Barcelona, quienes han dado un aire actualizado y vanguardista al hotel, haciendo compatible la comodidad que busca el viajero de hoy en día, con una cuidada y elegante decoración, donde se recuperan algunos elementos originales, como la escalera o las molduras en todas las estancias.

En este sentido, las zonas comunes se han planteado de manera ecléctica, mezclando la elegancia con la vanguardia. Su mobiliario, contemporáneo y minimalista, se ha elegido para crear

una atmósfera relajada, sin excesos innecesarios. Este carácter sofisticado, unido con lujosos e ingeniosos acabados, lo convierten es un lugar perfecto para una cómoda estancia en la capital.

El hotel cuenta con 64 estancias, todas ellas cuentan con una zona de estar con un sofá esquinero y una mesa

funcional que permitirá, si es necesario, continuar con la jornada laboral. Estas 64 habitaciones se encuentran distribuidas en cinco plantas y los pasillos giran en torno al luminoso patio central del edificio, donde se ubica el lounge.

TÓTEM se define como un hotel boutique promulgador del comercio local, algo



Foto: Hotel Tótem Madrid


VICTORINOX


VICTORINOX
SWISS MADE
CLASSIC LINE

 **COMERCIAL MUELA**

SWISS CLASSIC



Foto: Hotel Tótem Madrid

que es palpable gracias a los pequeños detalles, como pueden ser los productos que se ponen a disposición de los huéspedes en las habitaciones, tanto gastronómicos como materiales.

De igual manera se ha realizado la elección de amenities, por ello se ha contado con Handmade Beauty, firma de Madrid dedicada a los productos de belleza orgánica y natural para el cuidado personal. TÓTEM es el primer hotel de la ciudad en apostar por esta marca, con filosofía de comercio justo y de producción 100% natural y local.

Entre sus instalaciones el hotel cuenta con un gimnasio y una pequeña sala de reuniones donde realizar seminarios y encuentros privados; además, también se pueden organizar diferentes eventos en el lounge del hotel.

Toda la propuesta de restauración de TÓTEM corre a cargo de Better, que ha desarrollado un nuevo concepto bajo el paraguas de Hermosos y Malditos, inspirado en la novela homónima de F. Scott Fitzgerald. Este concepto se extenderá en dos espacios distintos, un restaurante y un cóctel bar en el lounge.

La oferta gastronómica se concretará en un bistró tradicional y confortable, con una carta mediterránea y casera, totalmente reinterpretada.

En lo que respecta a la estética, se han utilizado materiales nobles, tales como la madera de roble en las habitaciones, el mármol negro en los baños y los acabados en latón de diferentes elementos decorativos, con esta elección se persigue la idea de recuperar el ambiente de edificio señorial dentro del barrio de Salamanca, pero con una imagen actualizada. Del mismo modo, y como se ha comentado con anterioridad, se han respetado las molduras de escayola originales en techos y paredes, que además se han vestido de distintos colores en cada planta. Para reforzar la idea de edificio ilustre, en las habitaciones se han empleado grandes espejos y tejidos en cabeceros y sofás.

En definitiva, el hotel TÓTEM está conformado por 64 habitaciones y suites, todas muy funcionales y con las máximas comodidades. Entre ellas, 14 son Doble TÓTEM, elegantes y confortables, con el toque cálido que da la madera y con baños de mármol negro.

Por otro lado, 36 habitaciones son Deluxe Exterior, más luminosas y espaciales, y que se encuentran ubicadas en la



Fotos: Hotel Tótem Madrid



“En lo que respecta a la estética, se han utilizado materiales nobles, tales como la madera de roble en las habitaciones, el mármol negro en los baños y los acabados en latón de diferentes elementos decorativos...”

fachada principal del hotel y abren amplios ventanales hacia las calle Hermosilla o Lagasca. En la última planta del hotel se sitúan las 7 habitaciones Deluxe Ático.

Las 4 Junior Suites son amplias y luminosas, ya que al situarse en la esquina del edificio, disponen de una zona de salón y tres ventanales. Finalmente, el hotel cuenta con 3 espléndidas suites. Además, pensando en estancias más largas, y para mayor comodidad de familias y grupos, varias de las habitaciones pueden comunicarse. TÓTEM forma parte del portfolio de Marugal Distinctive Hotel Management, especializada en el desarrollo, lanzamiento



Foto: Hotel Tótem Madrid

y operación de hoteles independientes de lujo. Su cartera consta de hoteles únicos como URSO Hotel & Spa, Madrid (2014), Torralbenc en Menorca (Mayo 2013), Cap

Rocat en Mallorca (2010), Gecko Beach Club, Formentera y el Hotel Viura en la Rioja Alavesa (2010). A la vez TÓTEM forma parte de Small Luxury Hotels.

Cocinas sin ruidos
Cocinas sin olores
Campanas Extractoras Morgui

23 - 26 octubre - Barcelona

HOSTELCO 2016
Stand 470D - Pabellón 3 - Nivel 0

MORGUI
CAMPANAS EXTRACTORAS
www.morguiclima.com

Manuel Andreu

Director Tótem Madrid



Foto: Manuel Andreu. Director de Tótem Madrid.

Insertado el nuevo hotel en un edificio clásico del siglo XIX, ¿qué principales magnitudes tiene? (superficie, número de habitaciones, empleados, ocupación...)

El hotel dispone de 4.800 m² construidos, repartidos entre sus 64 habitaciones y suites, el parking de tres plantas y las zonas comunes (Restaurante, Cocktail Bar y Gimnasio).

Para dar el servicio de lujo que queremos dar contamos con 50 empleados.

La ocupación prevista para este año es del 75%.

Recientemente inaugurado, ¿cuáles son las expectativas que tiene la gestora Marugal, con respecto al hotel, a corto y medio plazo? ¿Qué se pide de su gestión?

Las expectativas van directamente relacionadas con el nombre del hotel.

TÓTEM

MADRID

y por la gastronomía que ofrecemos a nuestros huéspedes y a la ciudad.

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

El perfil de cliente al que nos orientamos es un cliente al que le gusta expresar la ciudad, explorar sus rincones, que sepa apreciar la elegancia de una decoración sencilla pero actual, que sepa disfrutar de los pequeños lujos y, dada la ubicación, que le guste el turismo de compras.

¿Qué lo convierte en exclusivo en comparación con otras opciones?

Hoy en día se están haciendo hoteles de todo tipo: clásicos, modernos, vanguardistas, barrocos... Al final para gustos los colores, pero para nosotros la exclusividad de hoy en día es distinta a cómo se ha venido entendiendo hasta no hace mucho.

Para nosotros la exclusividad es poder crear atmósferas cálidas y acogedoras; es utilizar materiales de primera calidad; es poner a nuestro personal al servicio del huésped para dar un servicio impecable; es estar pendientes de cada

Foto: Hotel Tótem Madrid



LOS DETALLES

MARCAN LA DIFERENCIA



hmc.it

Designer Cristiano Mino

SweetSaunaPro

Sauna Finlandesa



Ahorro
Energético



Producto
Sostenible



Altamente
Personalizable

STARPOOL | www.starpool.com/es

STARPOOL

w e l l n e s s c o n c e p t

Distribuidor exclusivo:



Thomas Wellness Group
Calle Hermosilla 8, Madrid
T: 91 661 76 07
info@thomas.es
www.thomas.es

Especialistas en diseño y equipamiento de áreas Wellness.
Te asesoramos en la creación del concepto de tu spa y la
optimización de recursos utilizando siempre el equipamiento
más exclusivo y diferenciador.

pequeño detalle para adelantarnos a las necesidades del huésped y así, con todo ello, lograr que su estancia con nosotros sea inolvidable.

A todo esto hay que sumarle, como ya he mencionado antes, su ubicación en una zona tan exclusiva como es el Barrio de Salamanca.

¿Qué elementos hacen que el TÓTEM Madrid contribuya al confort de los huéspedes? (Domótica, nuevas tecnologías, zona wellness, cafetería, salones de descanso...) ¿Qué principales espacios son los más destacados del establecimiento?

No hay ninguno que destaque sobre el resto porque hemos cuidado cada elemento del hotel para que el confort del cliente sea total: colchones de 35cm de última generación, edredones y almohadas de Mülldorfer, sábanas y toallas de Bassols, sofás hechos a medida, minibares concebidos a modo de cajón, las amenities especialmente elaboradas para nosotros por Handmade Beauty (100% orgánicas, ecológicas y naturales), ventanas motorizadas en las habitaciones Deluxe Ático y un WIFI con una velocidad inmejorable...

Contamos con un gimnasio completamente equipado con

maquinaria de Technogym y una pequeña sala donde celebrar reuniones de trabajo o sociales.

Sin embargo, creo que el restaurante y el cóctel bar, que han abierto sus puertas en septiembre, serán un punto de referencia en Madrid a corto plazo. La propuesta en ambos espacios corre a cargo de Better, que ha desarrollado un nuevo concepto bajo el paraguas de Hermosos y Malditos, inspirado en la novela homónima de F. Scott Fitzgerald. La oferta gastronómica se concretará en un bistró tradicional y confortable, con una carta mediterránea y casera reinterpretada, donde se podrá encontrar desde una crema de verduras hasta un bao de langosta.

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

El proyecto de interiorismo ha corrido a cargo del estudio Corium de Barcelona, quienes han querido dar un soplo de aire fresco al hotel, haciendo compatible la comodidad que busca el viajero de hoy con una cuidada y elegante decoración.

En resumen, se ha querido recuperar el ambiente de un edificio señorial del barrio de Salamanca, pero con una imagen actualizada, utilizando materiales nobles como la madera de



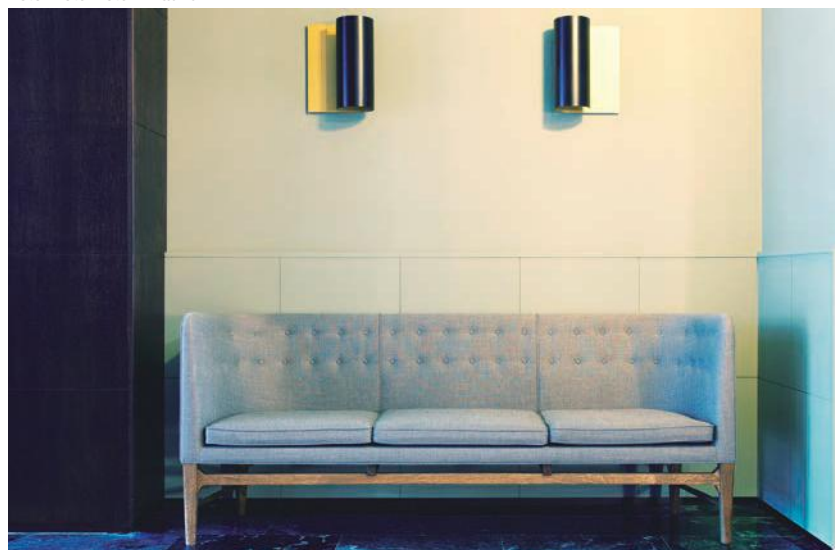
Foto: Hotel Tótem Madrid

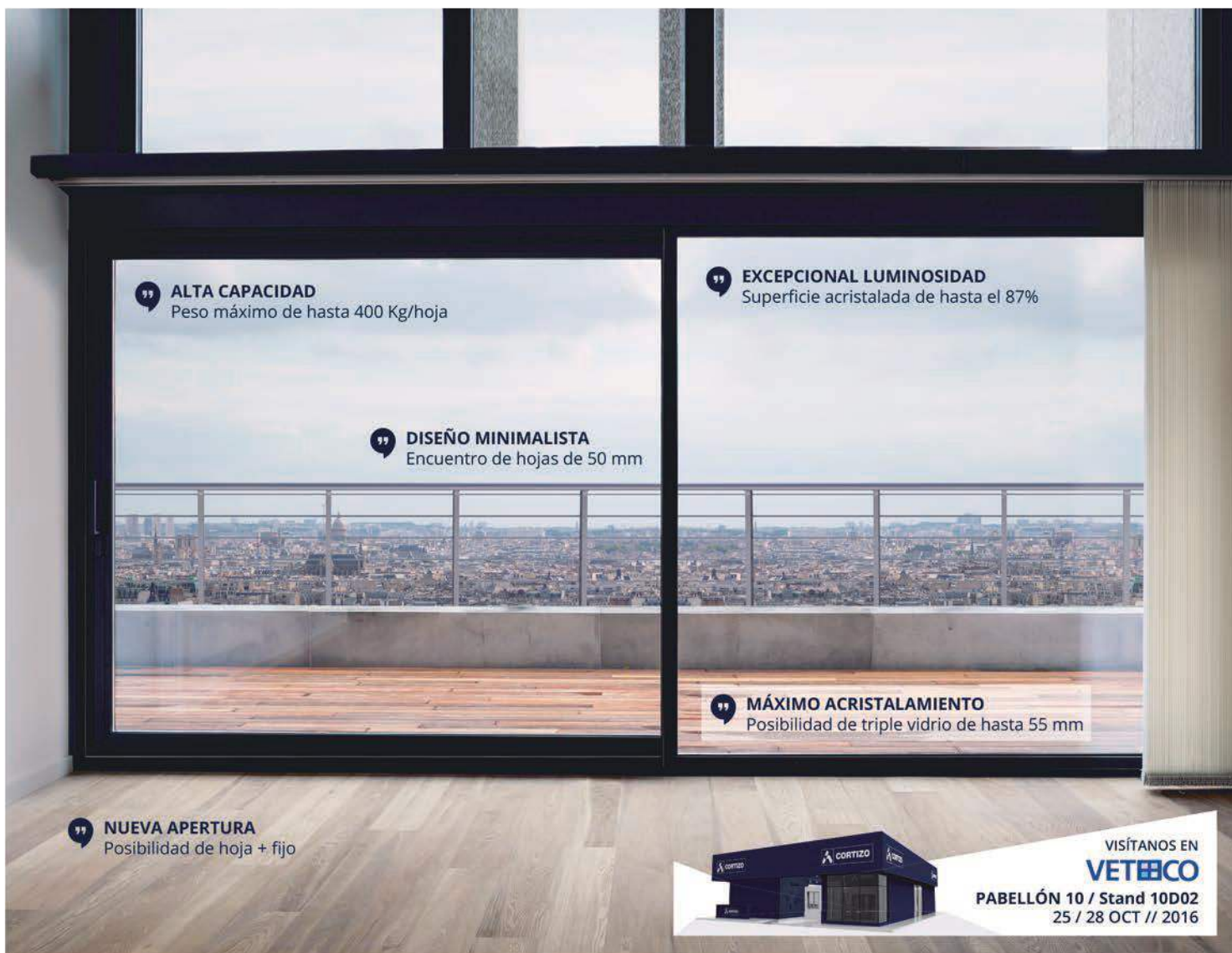
roble en las habitaciones, el mármol negro en los baños y los acabados en latón de diferentes elementos decorativos. También se han respetado las molduras de escayola originales en techos y paredes que, además, se han vestido de distintos colores en cada planta. Para reforzar la idea de edificio ilustre, en las habitaciones se han empleado grandes espejos y tejidos en cabeceros y sofás, destacando también la iluminación de la escalera principal, que es la original del edificio y que está protegida por patrimonio.

Y, por último, ¿qué percepción debe llevarse el visitante del TÓTEM Madrid?, ¿por qué debe regresar?

En el Hotel TÓTEM nada ha sido elegido al azar y esta misma filosofía la aplicamos a la estancia de nuestros clientes, procurando que su experiencia sea totalmente personalizada. Con esto quiero decir que si recomendamos un restaurante, un museo o una excursión siempre lo hacemos en base a los gustos de cada huésped, no en base a lo que está de moda; si quieren conocer la ciudad procuramos que se sorprendan descubriendo aquello que normalmente no está en las webs ni en las guías; y si nos hacen alguna petición especial siempre intentaremos, cuanto menos, cumplir con sus expectativas por complicado que parezca.

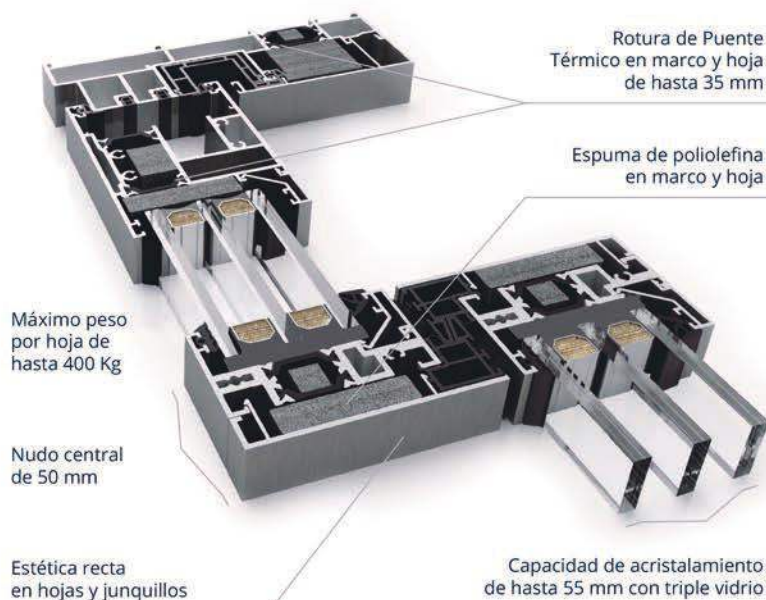
Foto: Hotel Tótem Madrid





4600 Corredera Elevable HI

Diseño vanguardista, eficiencia energética y aislamiento acústico en grandes dimensiones



- NUEVA SOLUCIÓN MINIMALISTA**
Reducción del 55% en la sección vista del nudo central (de 110 mm a 50 mm).
- EXCELENTES PRESTACIONES**
Extraordinaria **eficiencia energética** con transmitancia de ventana desde 0,9 W/m²K.
Máximo **aislamiento acústico** de hasta 43 dB.
Magníficas clasificaciones en **ensayos AEV**: estanqueidad (9A), permeabilidad (4) y resistencia al viento (C5).
- GRANDES DIMENSIONES**
Opción tricarril para huecos de hasta 20 m (3,35 x 3,20 m por hoja).
Máximo peso por hoja de hasta 400 Kg.



SISTEMAS DE ALUMINIO Y PVC PARA LA ARQUITECTURA



Foto: Gres de la Mancha

Pavimentos y revestimientos en el hotel

Creando ambientes exclusivos

Los pavimentos y revestimientos mejoran el aspecto estético de una construcción, así como otras propiedades más técnicas. Brindar un acabado óptimo a un espacio se ha convertido en una decisión muy importante, y que debe tomarse desde la fase de diseño, donde se deberán analizar todos los pormenores y elegir el recubrimiento más adecuado para cada superficie. Esto cada vez se hace más eficientemente gracias al desarrollo tecnológico que se ha producido estos últimos años, ya que el mercado se ha beneficiado de una gran variedad de materiales, con distintos diseños, texturas... que permiten dotar al establecimiento de una singularidad especial.

La decoración de un establecimiento hotelero está marcada por el aspecto de su arquitectura, en este sentido las atenciones a suelos y paredes cobran especial relevancia.

Los pavimentos son fundamentales a la hora de crear un ambiente particular para una estancia. Es por esta razón que en el mercado se han desarrollado una gran variedad de materiales, los cuales cuentan con distintos diseños, texturas, colores..., que permiten adaptarse a todas las particularidades estéticas.

Pero aparte del diseño, a la hora de elegir un tipo de acabado para nuestras paredes y suelos han de considerarse los aspectos técnicos que tendrán que solventar dichos elementos, por ejemplo, los pavimentos tienen una función higiénica, por lo que deben ser fácilmente limpiables con productos de desinfección

“Todos los elementos que conforman la última fase de la construcción o reforma de un hotel, ya sean pavimentos, revestimientos, ventanas, etc., tienen un papel importante en el resultado final del proyecto hotelero...”

agresivos, pero siempre conservando los colores y diseño durante un tiempo indefinido. Además, si queremos elegir el correcto, se deberá tener en cuenta el uso que se le va a dar, si va a estar en una zona poco o muy transitada, el mantenimiento que va a necesitar, la categoría del establecimiento...

Analicemos más a fondo, el papel que tienen estos materiales en el desarrollo adecuado de los diferentes establecimientos hoteleros:

Su importancia en el diseño

Hoy en día, la proyección de los hoteles va más allá de su parte práctica como alojamiento necesario. “Sus instalaciones buscan crear experiencias únicas para sus huéspedes. Es por esta razón, que tratan de convertirse en lugares únicos y hacer de la estancia de cada huésped un fin en sí mismo”, analiza Miguel Ángel Bengochea, Director Systems&Contract de Keraben Grupo.

En este sentido, cabe destacar que “todos los elementos que conforman la última fase de la construcción o reforma de un hotel, ya sean pavimentos, revestimientos, ventanas, etc., tienen un papel importante en el resultado final del proyecto hotelero, ya que deben cumplir con las exigencias técnicas y de diseño, requeridas por igual”, destacan desde el Departamento de Marketing de Distiplas Floors y Maia-Otto Flooring. Por ello, la correcta elección de pavimentos y revestimientos en el diseño de un hotel es primordial. “Son edificios de uso público e intensivo que requieren materiales de gran resistencia y durabilidad, así como de fácil mantenimiento”, destacan desde el Departamento de Grespania Technical Solutions. “Son los que dan carácter y estilo al ambiente y son los que marcan las pautas al resto de complementos, como es el mobiliario y la decoración

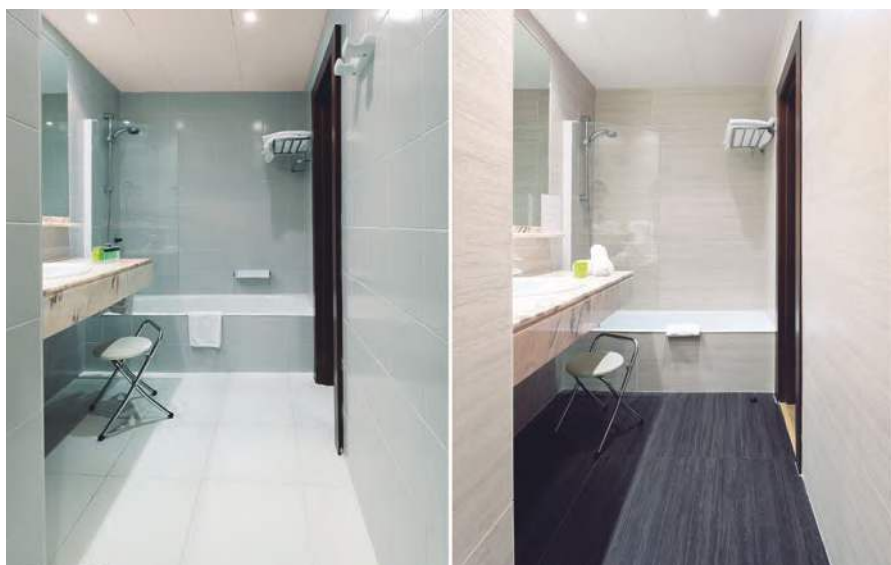


Foto: Grespania

interior”, añade Rafael Sifre, Responsable Departamento de Marketing de Faus International Flooring. Y, no hay que olvidar que “se trata de lo primero que pisa un cliente en un hotel y, en consecuencia, su carta de presentación. Además de cumplir una función técnica, tienen que aportar un plus a nivel estético, para que proporcionen un valor añadido al conjunto de la edificación”, considera Daniel Fernández, Sales Back-Office de Beal International.

Por ello, en los últimos tiempos, interioristas y arquitectos han otorgado gran importancia a los pavimentos y a los revestimientos dentro del sector hotelero, tanto por su funcionalidad como por su potencial decorativo y su carácter

sensorial. “No sólo proporcionan espacios de una factura estética impecable sino que, además, dan solución técnica a cada condición y son capaces de transmitir sensaciones, aportando calidez, sensación de hogar...”, exponen desde el Departamento de Comunicación de DLW Flooring. Estos elementos son parte fundamental en el diseño de las instalaciones hoteleras y deben ir acordes con el resto de los equipamientos. “No sólo por la obligada estética y funcionalidad de los suelos y paredes, sino porque deben cumplir con las normas establecidas de seguridad ante resbalones y caídas y también en lo relativo a la higiene. Ha de pensarse, además, en su resistencia y durabilidad en el tiempo, así como en la facilidad de

Foto: Keraben Grupo



CADA ZONA UN MATERIAL

La diferencia más esencial a la hora de saber qué material elegir para cada zona la tendríamos entre los pavimentos de interior y exterior. Esto es debido a que “actualmente con las técnicas de última generación para la fabricación de pavimentos dentro de una gama podemos encontrar diferentes colecciones con diferenciadas características técnicas”, exponen desde el Departamento de Marketing de Distiplas Floors y Maia-Otto Flooring.

Interior: en zonas interiores será importante que el pavimento, además de las condiciones de estética y resistencia al tráfico ya mencionadas a lo largo del reportaje, “cumpla con las exigencias de resistencia al uso, accesibilidad y seguridad en caso de incendio. Los pavimentos de PVC se adaptan al uso en las más diversas condiciones en el interior de los edificios”, define Juan Fornies, Director Técnico de Gerflor Iberia. “Así pues, en las zonas interiores podemos colocar suelo laminado, pavimento de madera, suelo vinílico o moqueta siempre y cuando sus certificados técnicos vayan acorde a las exigencias de la zona a instalar”, especifican desde Distiplas Floors y Maia-Otto Flooring. En general, las estancias grandes admiten formatos grandes, tanto para pavimento como revestimiento, sea cual sea su uso (baño, dormitorio...). Bajo esta premisa, y en opinión de Miguel Ángel Bengochea, Director Systems&Contract de Keraben Grupo, la flexibilidad es total, “teniendo en cuenta que el producto adecuado para el revestimiento es la pasta porosa, mientras que para pavimentos es el porcelánico el producto adecuado por su elevada resistencia mecánica”. Con esta misma idea, desde el Departamento de Grespania Technical Solutions argumentan que para usos en interiores, resultan especialmente indicados como pavimentos los porcelánicos técnicos (Todo Masa) para espacios de alto tránsito como las áreas de recepción o restauración. “En las zonas de relax, como spas o baños, se recomienda el uso de pavimentos antideslizantes combinados con diferentes revestimientos; desde el porcelánico de gran formato y fino espesor hasta los mosaicos, pasando por una amplia gama de revestimientos de todos los formatos y acabados, cuya elección puede basarse en criterios estéticos contando en todos los casos con las cualidades técnicas del gres porcelánico”.

Desde otro punto de vista, para Jhoarís Velásquez, Responsable de Comunicaciones y Publicidad de Total Office España, para las zonas de los pasillos, lobby, restaurantes, o zonas donde el paso de transeúntes sea mayor, “el material que debe usarse debe poseer

características idóneas para estas zonas. Debe ser resistente, hecho con una fibra que soporte peso y paso, con colores indicados para soportar condiciones extremas y cuyo mantenimiento sea sencillo”. Mientras, para las habitaciones, zonas de relax, zonas de juego, restaurantes, dependiendo del estilo del hotel, “podría utilizarse tanto PVC como moquetas o vinilo tejido. Estos materiales deben conservar la naturalidad de los espacios, deben ir de la mano del concepto del establecimiento y deben cumplir con las exigencias de calidad que demande el cliente”. Igualmente, Rafael Sifre, Responsable Departamento de Marketing de Faus International Flooring, considera que “para las zonas interiores de mayor paso de gente, como son las entradas, pasillos, zonas de bufet, zonas de juegos y similares, lo ideal es un pavimento vinílico de alta calidad. Sin embargo para las habitaciones y estancias en las que se quiera dar mayor calidez y un toque de más estilo, los suelos laminados son sin duda la mejor opción”.

Y, por último, destaca que para zonas con humedad como baños, saunas... “la opción sería un material sintético que soporta temperaturas extremas, humedad, y que sobre todo sea higiénico ya que en estas zonas es uno de los aspectos más importantes”.

Exteriores: como es lógico para estas zonas no podemos utilizar los mismos pavimentos que en el interior, “por lo que se deberá buscar aquellas tarimas de exterior tecnológicas, ipe o bambú, preparadas para soportar las condiciones climatológicas del lugar”, indican desde Distiplas Floors y Maia-Otto Flooring. “En la piscina, jardines y zonas exteriores es importante que los pavimentos tengan una alta resistencia al deslizamiento para evitar caídas”, exponen desde Gerflor. Así mismo, Enrique Alcalá, Director de Mercado de la línea de Pavimentos de Saint-Gobain Weber, expone que en exteriores y al lado de la piscina, se debe tener en cuenta que la resistencia a la resbaladizidad sea la apropiada. Mientras, en zonas de mucho tráfico debemos buscar pavimentos resistentes al desgaste y abrasión, en general hemos de tener en cuenta las razones técnicas y no solo las decorativas.

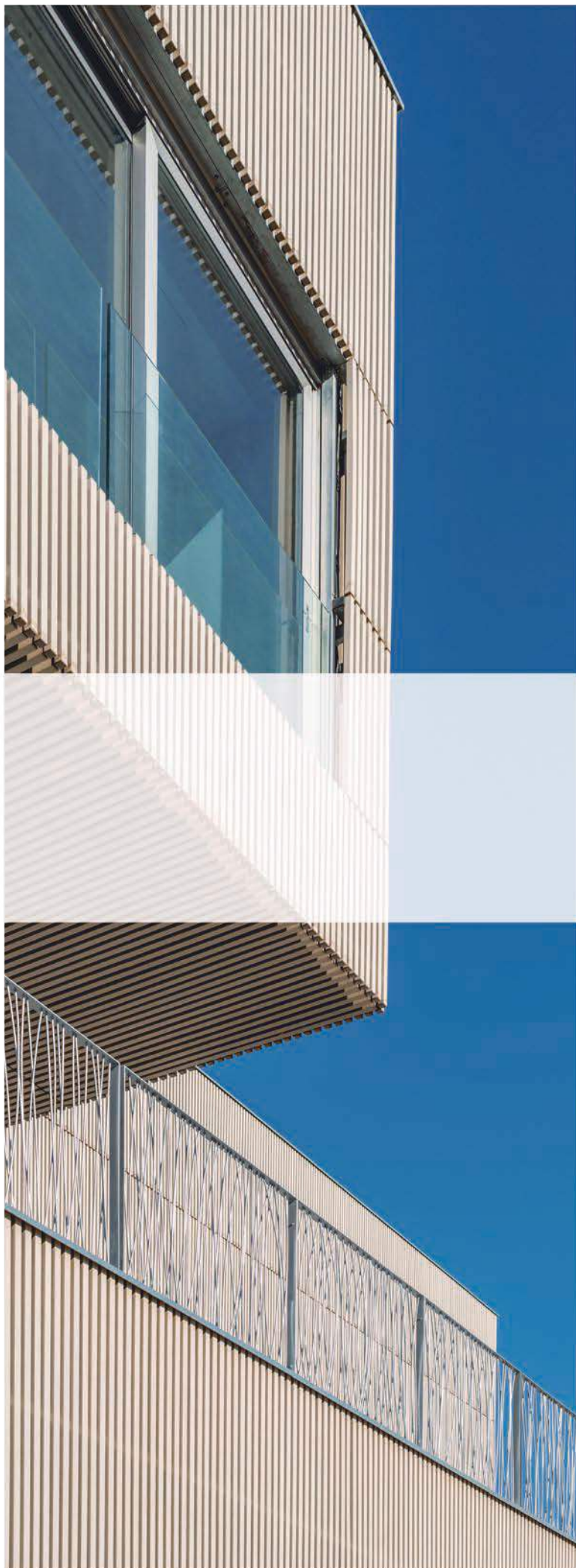
Otro elemento importante en el exterior es el césped artificial que actualmente ha adquirido texturas muy realistas y que se convierte en elemento fundamental para crear un entorno agradable y duradero en las zonas de exterior de los hoteles evitando un costoso mantenimiento.

Foto: Molduras del Noroeste



su limpieza y mantenimiento”, describe Íñigo Badía, Responsable de Altro para el Sur de Europa. Igualmente, Miguel Ángel Bengochea, especifica que la tendencia está claramente definida hacia materiales más protagonistas en el concepto estético del proyecto: materiales que hagan que las distintas zonas del hotel sean espacios reconocibles por sí mismos, y que a la vez se integren en una imagen transversal del proyecto.

Por todas estas razones, “los pavimentos son fundamentales a la hora de crear un ambiente para una estancia. Desde el



Atrévete a cruzar la línea



Infórmate del resto de la gama de productos Disegna en
disegna.es · info@disegna.es o en el +34 667 69 62 10



lujo hasta la naturalidad, o la sencillez, se pueden marcar en un sitio a través de las gamas, diseños y texturas de un revestimiento para suelos y/o paredes”, especifica Jhoarís Velásquez, Responsable de Comunicaciones y Publicidad de Total Office España. Desde Distiplas Floors y Maia Otto Flooring opinan que se debe tener en cuenta que el pavimento es una parte del hotel que nos envolverá durante la vida del mismo, que marcará una línea de estilo y que técnicamente debe de ser el adecuado para aportar a la zona donde se instala confort y durabilidad. “De ahí su importancia”. Con esta misma idea, Óscar Zarzoso, Country Manager LG Hausys España y Portugal, respondiendo en nombre de HI-MACS, observa que la tendencia durante estos últimos años es la creación de valor por parte de este sector en alza a través de unas reformas y diseños en decoración muy avanzados. “El usuario final está más informado y es más exigente respecto a los materiales que emplea”.

En lo referente a sus características mecánicas, independientemente del material que se trate, “deben ser suficientes para asegurar una larga vida, teniendo en cuenta el uso al que están destinados. Sobre todo en lo que a pavimento respecta”, destaca Francisco Arrebola, Director de Proyectos de Ideatec. Asimismo, Jhoarís Velásquez, confirma que otro punto importante es la permanencia en el tiempo del material. El suelo competente para hoteles debe cumplir con requerimientos de durabilidad y debe ser apto para soportar alto tráfico. Así pues, “los pavimentos



Foto: Pergo

tienen una importancia tanto estética como técnica. Recordemos que un hotel es, temporalmente, el sustituto de un hogar y el cliente quiere encontrarse en un ambiente acogedor y agradable, tanto por los colores, texturas y diseños, como por sus características técnicas (propiedades acústicas, higiénicas, etc.)”, destaca Juan Fornies, Director Técnico de Gerflor Iberia.

Y, hablando más particularmente, José M. Parada, Gerente de Molduras del Noroeste, destaca que “cuando un arquitecto o decorador en fase de diseño decide poner un revestimiento de madera en un proyecto, lo hace porque sabe que este material aporta unas condiciones estéticas especiales, además de ser un material que se comporta perfectamente en cuanto a durabilidad y funcionamiento dentro de la

arquitectura”. Además, considera que la versatilidad decorativa que presentan los revestimientos de madera, hace que se adapten fácilmente a las formas o ideas de cada proyecto, combinando con otros materiales, protagonistas en aplicaciones puntuales...

En definitiva, el rol decorativo de los revestimientos de suelo y pared es fundamental por cuanto contextualizan la estética que se busca en el proyecto. “Si bien habrá otros elementos decorativos que pueden atraer más la atención en una primera impresión, el soporte del ambiente percibido en cada estancia viene dado por las superficies que lo envuelven, y que junto a la iluminación determinan qué sensaciones va a percibir el cliente”, analizan desde Keraben Grupo.

Tipos de materiales y su elección

Los factores que determinan la correcta elección de un tipo de pavimento u otro son en primer lugar técnicos y en segundo decorativos. “El hotelero debe valorar en un primer momento que cumplan los distintos requerimientos que las normativas les exigen y, posteriormente, que porten un valor añadido a la edificación con el objetivo de crear un lugar único, atractivo y confortable para sus clientes”, especifica Daniel Fernández (Beal International).

Hay que considerar que en la estructura de un hotel se encuentran distintas

Foto: Total Office España



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.



- 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

TIPOS DE PAVIMENTOS

La clasificación más común de los pavimentos es aquella que se basa en la continuidad de la superficie que presentan cuando ya están colocados en la obra.

En este sentido, podríamos plantear dos grandes clases de pavimentos:

Pavimentos continuos: son aquellos en los que toda su superficie es continua, es decir, no hay ninguna junta, o si la hay, corresponde a aquellas realizadas en obra a posteriori. Se tratan de productos preparados en fábrica y realizados in situ, por aplicación directa sobre el paramento, pudiendo estar formado por una o varias capas de material, en forma más o menos pastosa. Se utilizan para obtener una superficie plana, homogénea y continua. Además, pueden constituir el acabado de la superficie o servir como soporte de otros materiales de acabado. El espesor de aplicación depende de la regularidad del soporte (geométrica y de materiales) y de la adherencia y peso propio del material. Así, dentro de los pavimentos continuos podemos destacar la tierra, piedra, hormigón, asfalto, plástico, goma, mortero, pinturas resinosas, PVC...

Pavimentos discontinuos: son aquellos que se realizan con diferentes piezas prefabricadas, de distintos tamaños, formando unas juntas, es decir, unos espacios que deberán llenarse con un material diferente. Se fijan al paramento mediante materiales de agarre o piezas de anclaje, tales como alicatados, solados y aplacado. Suelen ser de materiales con elevada dureza superficial para su uso en zonas húmedas o con elevado desgaste. Como material podemos distinguir:

-Piedra natural: adoquines, losas de granito, losas de piedra calcárea, losas de piedra renisca, losas de mármol...

-Cerámicos: toba, adoquín cerámico, rasilla, gres...

-Piedra artificial (conglomerado): mosaico hidráulico, rasilla de cemento, terrazo, adoquines, losas...

-Madera y derivados: entablado, entarimado, parquet encolado, parquet flotante, parquet de corcho aglomerado...

-Caucho: placas de aglomerados.

-Vidrio: vidrio moldeado, vidrio prensado, vidrio armado...

-Metal: plancha de acero inoxidable, plancha de fundición, plancha de acero galvanizado...

No obstante, a la hora de estudiar los pavimentos deberá hacerse una segunda clasificación en función de que estos sean pavimentos para interiores o para exteriores.

El pavimento deberá disponer de una serie de requisitos, según cuál sea el problema que se deba resolver: dureza, flexibilidad, aislamiento térmico, aislamiento acústico, higiene, impermeabilidad, facilidad de limpieza, facilidad o nula conservación...

zonas diferenciadas: habitaciones, zonas húmedas (baños, cocinas, piscinas), zonas comunes (halls, pasillos, escaleras) y zonas de exterior. "Cada una de ellas tiene unas necesidades y requiere de un pavimento con aportaciones técnicas diferentes para cubrir dichos requerimientos", detallan desde Distiplas Floors y Maia Otto Flooring. Por ello, "se tendrá en cuenta su uso y finalidad entre otros aspectos y, por consiguiente,

la elección del material. Por supuesto lo especificado en el CTE, es condición para la elección", define Francisco Arrebola (Ideatec). Y, del mismo modo, desde Grespania, aseguran que la elección del tipo de pavimento dependerá de la zona en la que se ubique y se basará en distintos factores: "la situación interior o exterior del espacio, su uso, la afluencia prevista, etc. El hotelero debe valorar los aspectos estéticos y funcionales en la

"En el caso de las habitaciones buscaremos un pavimento con absorción acústica y de fácil mantenimiento; en el caso de las zonas húmedas deberá de ser antideslizante e higiénico y en las zonas comunes, un pavimento de alto tránsito y resistente..."

elección del pavimento, haciendo especial énfasis en la resistencia, durabilidad y en la seguridad de su utilización".

Asimismo, para Íñigo Badía, los criterios fundamentales a la hora de elegir un suelo son: el uso que se le va a dar y quiénes serán los usuarios de la instalación. "Con estos criterios se puede encontrar el mejor producto adaptado a dichas necesidades. Y, además añadir entre los puntos a valorar la seguridad para los usuarios, tanto trabajadores como clientes, la higiene, la resistencia, el confort, el diseño, la limpieza...". A esto, Miguel Ángel Bengochea (Keraben Grupo), agrega que estos criterios suelen estar muy vinculados a la relación precio-diseño-durabilidad-funcionalidad. "Esto significa que no solo la conveniencia en precio es el factor decisivo, sino que aquellos productos que sean suficientemente versátiles como para conjugar, de forma equilibrada, todos

Foto: DLW Flooring



estos factores, son los que tienen más posibilidades de éxito”.

Una vez analizados todos estos requisitos, ya podemos enumerar a las diferentes zonas del hotel donde podemos encontrar “por una parte el área de recepción y zonas comunes en las que necesitamos pavimentos y revestimientos de diseños agradables y armoniosos y, al mismo tiempo, resistentes a condiciones de alto tráfico”, analiza Juan Fornies (Gerflor). Además, “en otras zonas, como los pasillos, además del alto tráfico es importante destacar la importancia de las propiedades acústicas de los pavimentos. En las habitaciones son importantes el confort y la higiene. Y en zonas de servicio deberán usarse pavimentos y revestimientos adaptados a las necesidades de esa zona determinada: almacén, cocinas, lavanderías, etc.”. En relación a esto, es importante tener en cuenta que “no es lo mismo un suelo para zonas húmedas, como las playas de piscinas, donde los usuarios caminan calzados o descalzos y necesitan alta



Foto: Altro Scandess

seguridad ante el deslizamiento, que un suelo de una recepción o de un lugar de uso intensivo, que además de seguridad necesita gran resistencia y durabilidad”, concreta Íñigo Badía (Altro Scandess).

Así mismo, en opinión de Francisco Molina, Gerente de Mobelmol, en lugares con mucha humedad ambiente e incluso en exteriores es altamente recomendable la placa de resinas fenólicas o laminado



Sofás~cama para hotel

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


Senntar
de Euroconvertibles S.A.





Foto: Faus

de alta presión. “Existe la alternativa de fabricar ‘con calidad exterior’ para ofrecer mayor resistencia a los rayos solares”.

Por otro lado, “en el caso de las habitaciones buscaremos un pavimento con absorción acústica y de fácil mantenimiento; en el caso de las zonas húmedas deberá de ser antideslizante e higiénico y en las zonas comunes, un pavimento de alto tránsito y resistente”, exponen desde Distiplas Floors y Maia Otto Flooring.

Posteriormente, una vez establecidas las exigencias técnicas del espacio, “el pavimento deberá de dotar al ambiente del diseño marcado por la línea a seguir del proyecto hotelero. A nuestro juicio el hotelero debe valorar ambos aspectos comentados, la aportación técnica del pavimento y su diseño”, continúan desde Distiplas Floors y Maia Otto Flooring. Por otro lado, “el nivel de exigencia en diseños está mejorando mucho en la actualidad tanto en diseños como en certificados de garantía, durabilidad y seguridad (resistencia al fuego, emisiones, medio ambiente, etc.)”, consideran desde Hi-Macs. En este sentido, destacan que, gracias a sus características, “la piedra acrílica es un material completamente versátil y adaptable a diseños de formas imposibles. Por lo que es extensamente utilizado por los profesionales del mundo

de la arquitectura y la construcción gracias a sus múltiples aplicaciones”.

De igual manera, se debe considerar “el diseño y los colores, los cuales deben adecuarse a la iluminación del sitio y el ambiente que se desea crear; el desgaste del recubrimiento, debe ser altamente resistente al tránsito, la fibra del material, de la composición de la misma dependerá la calidad del recubrimiento, la garantía de durabilidad, el grado de resistencia al fuego, la reverberación acústica...”, precisa Jhoarís Velásquez (Total Office España).

Así, entre los distintos materiales que se comercializan, destacan:

Vinílicos: “se adaptan a los diversos espacios de los establecimientos hoteleros, tanto los que están abiertos al público como a las zonas de servicios (oficinas, almacén, cocinas, vestuarios...). Algunas de las ventajas de nuestros pavimentos están en su facilidad de instalación, su versatilidad, la amplia gama de diseños y colores y el cumplimiento de las normas de seguridad en el uso, accesibilidad y seguridad en caso de incendio”, explica Juan Fornies. Además, desde Altro Scandess, destacan que cuentan con pavimentos de seguridad y revestimientos de paredes vinílicos. “El mercado cada vez

demandará más pavimento vinílico en comparación con otros materiales. Sus ventajas en cuanto a higiene y seguridad juegan un papel importante en su elección, ya que minimizan los riesgos de caídas. A ello hay que sumar sus posibilidades decorativas, cada vez más amplias, que permiten combinaciones con todo tipo de entornos, espacios y estilos de decoración. Estos suelos son capaces de reproducir todo tipo de texturas e imitar cualquier material, como la madera, la piedra, el bambú, la cerámica o el cemento”, especifica Íñigo Badía. Además, detalla que “todos nuestros productos son sostenibles, una característica que cobra cada vez más fuerza a la hora de elegir los materiales a emplear en un proyecto. Nuestros suelos antideslizantes vinílicos son reciclados, reciclables y reutilizables; están fabricados con materias primas que respetan el medio ambiente para obtener suelos de vinilo usando bioplastificantes y sin ftalatos”.

Madera: “aporta mejoras como aislante natural térmico y acústico. Combinadas estas propiedades con acabados en madera maciza acordes a las tendencias de decoración para formar ambientes agradables, sostenibles y actuales”, analiza Francisco Arrebola (Ideatec). Cada vez más, se decora con revestimientos en madera maciza en diferentes texturas (desde aserrada, rusticada, cepillada o

Foto: Molduras del Noroeste



lijada) y acabados (natural, con lasur o barnizada en diferentes tonos/colores), revestimientos fonoabsorbentes en madera, MDF, fibras, etc. “Damos un plus al revestimiento habitual consiguiendo que un local transitado o con mucha capacidad de aforo, tenga una respuesta acústica adecuada. Para ello estudiamos el espacio donde se proyecta el revestimiento, analizando las necesidades y dando la solución más adecuada”, describe Francisco Arrebola. Por otro lado, para el uso de la madera en pavimentos/revestimientos, José M. Parada (Molduras del Noroeste), especifica que se debe diferenciar dos categorías, “por un lado su uso en exteriores, que tiene que responder a unas exigencias mucho más agresivas, y por otro lado, el uso en interiores donde, salvo algunos casos puntuales las condiciones de uso son mucho más benévolas”. Y, para el uso en el exterior, “la madera recibe un tratamiento en autoclave, certificado para clase de uso 4, que mejora su comportamiento y durabilidad frente al ataque de agentes



Foto: Distiplas Floors

xilófagos u otros elementos agresivos. En interiores debemos tener cuidado con el uso que va a tener cada local para elegir la madera y el formato apropiado”.

Textil: con respecto a este material desde Total Office nos explican que las

moquetas de alta gama de la marca norteamericana Mohawk, “cuentan con una amplia gama de modelos, y además, permite al cliente hacer diseños a la medida de sus necesidades y proyectos. Las moquetas de Mohawk son altamente resistentes al tránsito intenso, tienen



Tu seguridad y bienestar inspiran nuestros sistemas de barandillas

CTE
ENsayo/TEST/ESSai
Applus+

NF
P01-013
ENsayo/TEST/ESSai
CSTB

GlassFit SV-1401
Top



GlassFit SV-1402
Side



GlassFit SV-1403
Top F



GlassFit SV-1404
Side Y



Dispositivo interior para nivelar los vidrios.



comenza

Railing Passion

sales@comenza.com

Tel. 982 207 227

www.comenza.es



Foto: Total Office España

garantía de durabilidad de por vida y permanencia de color en el tejido resguardado. Además, otro producto que puede instalarse tanto en habitaciones como zonas con humedad de hoteles y domicilios es 2tec2, un tejido vinilo belga cuya capa está reforzada con fibra de vidrio, por lo cual evita la acumulación de suciedad y bacterias”.

Porcelánico: en lo referente a la cerámica, Miguel Ángel Bengochea, considera que se trata de un producto equilibrado, con lo que ofrece al inversor la combinación más competitiva para el recubrimiento de suelos y paredes en cualquier estancia. “Unos materiales que si por algo destacan para ser utilizados como pavimento y revestimiento, es por la calidad y por la versatilidad de sus diseños. Son productos que configuran un universo decorativo prácticamente ilimitado con sus diferentes formatos, formas, colores y texturas”. Por otro lado, consiguen reproducir a la perfección la belleza de los materiales nobles, con un plus de practicidad, ya que sus propiedades los hacen realmente únicos: son duraderos y resistentes, fáciles de limpiar y mantener, y que nunca pasan de moda.

Morteros poliméricos: “estos materiales permiten espesores variables y se instalan sobre los pavimentos existentes o sobre hormigón, previamente se trata la superficie, después se aplica el mortero polimérico mediante bombeo mecánico, lo que permite hacer superficies de

grandes dimensiones en un plazo muy breve de tiempo. Los acabados finales dependerán del uso, epoxi y metacrilatos para cocinas, los acabados pulidos para zonas nobles y acabados moldeados para zonas exteriores. Siempre con el mismo sistema”, especifica Enrique Alcalá, Director de Mercado de la línea de Pavimentos de Saint-Gobain Weber.

Piedra Acrílica: se trata de un material de última generación que puede ser moldeado con cualquier forma gracias a sus propiedades termoformables. “Está compuesto de acrílico, minerales naturales y pigmentos que se unen para proporcionar una superficie lisa, no porosa y visualmente perfecta, sin juntas visibles, que cumple los más altos estándares estéticos, de fabricación, funcionalidad e higiene, ofreciendo múltiples ventajas frente a los materiales convencionales”, describe Óscar Zarzoso (Hi-Macs). Además, ofrece una gama prácticamente ilimitada de colores, así como tonos con una translucidez especial en combinación con la luz, y una garantía de 15 años. Otra de sus ventajas, “es que es casi tan robusto como la piedra, sin embargo, se puede trabajar y emplear como la madera. La piedra acrílica se puede serrar, fresar o taladrar con el utillaje habitual de un carpintero”.

Su importancia en rehabilitación

Desde 2008 la actividad se ha centrado más en el mercado de rehabilitación por

encima del de obra nueva, con obras más pequeñas, pero con un volumen creciente e interesante. De los últimos datos disponibles se puede deducir que la rehabilitación también seguirá en aumento. Así, Íñigo Badía argumenta que según el último Informe de Consejo Económico y Social España sobre el papel del sector de la construcción, el subsector de la edificación representó en 2014 el 78% del valor nominal total de la producción de construcción, frente al 22% correspondiente a la obra civil. “Dentro del subsector de la edificación, en ese ejercicio, el de rehabilitación y mantenimiento fue el que aportó un mayor porcentaje de producción (32%) al total, seguido de la edificación residencial y de la no residencial con un 27% y un 19% respectivamente”. Así, Rafael Sifre (FAUS International Flooring), afirma que “debido a la crisis y el gran descenso de ventas de vivienda de obra nueva, la reforma ha adquirido un mayor peso estos últimos años. Hoy en día, hay un gran mercado en torno a la rehabilitación y su importancia aumenta de manera continuada”.

Además, Miguel Ángel Bengochea expone que según los datos extraídos del informe “Radiografía del Mercado de Inversión Hotelera en España” de 2015, el sector turístico registró en 2015 cifras récord en España. “La devaluación del euro frente al dólar y la libra, la caída del precio del petróleo y la inestabilidad geopolítica de algunos países competidores en turismo, como Egipto o Turquía, son algunos de los factores que explican este auge. Tanto es así, que se estima que nuestro país cierre el año con casi 67,9 millones de visitantes extranjeros”.

En su opinión, “la buena marcha del turismo ha repercutido directamente en el interés de los inversores por el sector hotelero. Y es que el mercado de los hoteles en España alcanzó datos históricos de inversión en 2015, hasta llegar a un volumen de 2.614 millones de euros, una cifra que supera en un 50% a la hasta ahora cifra más alta, registrada en el año 2006. Así, el año pasado se produjeron en nuestro país un total de 132 acuerdos de compra-venta de hoteles (29.081 habitaciones) frente a los 50 hoteles de 2014”.

Según este mismo informe, la inversión en inmuebles para su reconversión a uso hotelero alcanzó la cifra de 144 millones de euros. “Aunque se augura una pequeña ralentización este año que se agudizará en el 2017, es indiscutible que la rehabilitación en el sector hotelero es un vector de crecimiento potentísimo para los fabricantes de materiales de construcción”, analiza Miguel Ángel Bengochea.

Por otro lado, continúa exponiendo, que el parque hotelero español es uno de los más activos del mundo, “y esa dimensión es fruto de un esfuerzo intensísimo llevado a cabo durante muchos años por nuestro sector hotelero, pero precisamente esa larga trayectoria se hace patente en el estado de muchos hoteles españoles, que en gran número de casos necesitan una revisión profunda, no solo de aspecto sino también de concepto”.

En este sentido, en los hoteles la reforma es indispensable ya que hablamos de sitios que serán asilo temporal de sus



Foto: DLW Flooring

huéspedes y que los visitantes tendrán como albergue temporal, razón por la cual la demanda de los usuarios será mayor. “La higiene, el mantenimiento, es básico para que un cliente regrese o no a un albergue y los revestimientos son un punto importante para cumplir

este cometido”, destaca Jhoarís Velásquez (Total Office). Además, Juan Fornies (Gerflor) asegura que debido al dinamismo del sector turístico en general y hotelero en particular, la rehabilitación y reforma son particularmente importantes. “Dada la recuperación de este sector en





Foto: Ideatec

España es de vital importancia facilitar la rehabilitación y reforma y hacerlo con materiales de fácil instalación que no obligue al cierre de los locales, mediante sistemas autoportantes que no necesiten una gran operativa en su colocación”.

En relación a esto, desde el Departamento de Marketing de Distiplas Floors y Maia-Otto Flooring, aseguran que “los estudios nos hablan que en los últimos años, el papel de la reforma ha sido mayor que el de obra nueva, así mientras veíamos caídas en estos últimos, en los primeros años de la crisis vimos cómo la reforma aumentó”. También es cierto, continúa destacando, “que esta reforma hay que limitarla al campo privado, porque las instituciones públicas no han hecho inversión (de manera genérica) tampoco para la reforma”. Igualmente, José M. Parada expone que la reforma cada vez cobra más protagonismo, su volumen es mayor, por las circunstancias económicas actuales que potencian la rehabilitación frente a la obra nueva. “Se demanda productos fácilmente instalables y de mínimo mantenimiento”.

Desde el punto de vista del material, desde Altro Scandess, consideran que los suelos vinílicos encajan perfectamente dentro del mercado de la reforma/rehabilitación. “Las principales ventajas de estos suelos es que permiten llevar a cabo las obras de una forma rápida y limpia, incluso por zonas, de forma que

no hay necesidad de cerrar los centros y permitiendo a nuestros clientes mantener su actividad en paralelo lo que les permite mantener una correcta cuenta de resultados”.

Sin embargo, hay que tener en cuenta que la renovación en España siempre ha tenido un peso muy inferior al resto de Europa, “en los momentos álgidos de la construcción el peso no era superior al 30%, actualmente se está invirtiendo este peso y podemos decir que su peso es superior a la obra de nueva planta”, especifica Enrique Alcalá (Saint Gobain Weber). Así, comparativamente, para Distiplas Floors y Maia-Otto Flooring, “hemos sido un país donde se reformaba menos y se realizaba más obra nueva, aunque ahora han cambiado las tendencias, no es comparable con el resto de países europeos, sobre todo el centro de Europa”.

En conclusión, para Enrique Alcalá, el sector de la rehabilitación y la reforma tiene un gran recorrido puesto que se ha construido de forma muy rápida y con estándares de calidad muy bajos, sin duda el futuro de la construcción pasa por la renovación, creo que es una construcción más sostenible.

Innovaciones, renovarse o morir

La construcción en España sigue las tendencias o innovaciones que se dan

en el resto de Europa, por ejemplo, en opinión de Enrique Alcalá, “en estos últimos años con el nuevo CTE se está promoviendo mucho el aislamiento por el exterior y sin duda en este sector se están realizando progresos importantes con sistemas adaptados a las necesidades del usuario y respetuosos con el medio ambiente”.

Además, está claro que el mercado es cada vez más exigente y el concepto de seguridad está cobrando fuerza. Por ello, “actualmente existen pavimentos que combinan los factores diseño y seguridad, logrando pavimentos decorativos antideslizantes”, expone Íñigo Badía, de Altro Scandess. Y, en este aspecto, en el segmento de revestimientos se está introduciendo la tendencia de diferentes texturas y diferentes medidas para “jugar” y combinar. “Al mismo tiempo, se buscan revestimientos que aporten diferentes propiedades y valores. En este sentido, se demandan revestimientos con propiedades acústicas e ignífugas”, concreta José M. Parada, de Molduras del Noroeste. En este campo de renovación de pavimentos, desde Saint Gobain Weber, indican que también existen innovaciones importantes, como por ejemplo los pavimentos sin juntas, con elevadas resistencias y de rápida puesta en obra son otra gran novedad.

En cuanto a las texturas, “se llevan un poco rugosos para evitar deslizamientos,

Foto: Gres de la Mancha



y sobre los acabados hay un millón de estilos como el estilo nórdico que se ha puesto muy de moda con suelos en tonos blancos, el estilo rústico con muchas vetas y nudos... para los más modernos siempre están los tonos grisáceos o color chocolate y para los más tradicionales los rojizos como la jatoba y el elondo, o el roble y el haya; todo un clásico en suelos", describen desde Altro Scandess. La imagen, para Total Office España también es importante, "hoy se tiende al minimalismo, a la sencillez 'menos es más', por lo cual el aspecto debe estar muy cuidado, debe ser discreto pero a la vez tener intrínsecamente una idea, debe transmitir un mensaje y una concordancia con los espacios".



Foto: Beal

Por otro lado, desde el Departamento de Comunicación de DLW Flooring opinan que las tendencias actuales se dirigen a pavimentos y revestimientos capaces de dar respuesta a todas las necesidades y con una gran capacidad camaleónica, que les permita integrarse en el interiorismo del hotel, sea cual sea su

estilo decorativo. "Esta evolución implica una instalación rápida y fácil, que evite el cierre del establecimiento y molestias para los huéspedes y el personal".

Además, también hay que destacar "los pavimentos de seguridad decorativos con un compromiso con el medio

ambiente y por tanto con un contenido de material reciclado, y también pavimentos autoportantes, es decir, cuya instalación no necesita de un pegado a la base", añade Íñigo Badía. Del mismo modo opina Jhoarís Velásquez, quien indica que las tendencias se mueven hacia materiales que contengan la menos



Alterra ofrece la más amplia gama de pavimentos y revestimientos del mercado

Desde 1972, estamos al servicio de profesionales (arquitectos, decoradores, interioristas) y particulares interesados por la calidad y los mejores acabados de cada recubrimiento.

Nos encargamos de elegir cuidadosamente los mejores materiales para suelo y paredes de los fabricantes más reconocidos a nivel nacional e internacional.

Por ello, con Alterra, tendrá la garantía de obtener excelentes resultados.



www.alterra.es

Penedés, 50 08820 El Prat de Llobregat

TEL. 93 2005707 info@alterra.es



Foto: Gres de la Mancha

cantidad de agente tóxicos, moquetas, vinilos, o cualquier tipo de revestimiento, que sea higiénico, que contribuya a la conservación del ambiente, que esté elaborado con materiales renovables, o naturales.

Desde otro punto de vista también hay que destacar innovaciones acústicas, “en las que se aúna absorción y aislamiento acústico. También otros aspectos como la iluminación integrada y seguro que, en poco tiempo, se observarán mayores avances en cuanto a tecnología inalámbrica en los revestimientos”, enumera Francisco Arrebola (Ideatec).

En lo referente a los productos cerámicos, Miguel Ángel Bengochea destaca que estos ofrecen, desde hace mucho tiempo, superficies no porosas que maximizan la limpieza y duración en el tiempo. En los últimos años, “la principal novedad en este tipo de materiales ha venido de la mano de las tecnologías de decoración digitales, que permiten aplicar diseños de alta definición sin perder las cualidades funcionales propias de la cerámica. Estas tecnologías de decoración han llevado a la cerámica a un nivel estético nunca antes conseguido, en el que es posible reproducir o generar a ‘ex novo’ cualquier textura, natural o no, con una precisión y calidez elevadísima”.

No obstante, en pavimentos vinílicos, Rafael Sifre, destaca que las últimas innovaciones se enfocan a los suelos

Premium, “suelos compuestos de vinilo, con una gran rigidez, un mayor espesor de lama y un realismo equiparable al de los suelos laminados”.

Mientras, en madera también encontramos innovaciones sobre todo en los acabados, nuevos colores y estructuras gracias a la investigación con diferentes reactivos y técnicas. “Junto con esta innovación en las fábricas de madera, las empresas de barnices y aceites están innovando, dando resultados espectaculares a los acabados en madera”, concretan desde Distiplas Floors y Maia-Otto Flooring. Y, en laminado, destacan que lo más interesante son las técnicas que han conseguido dar mejores resultados a este producto en zonas donde se pueda localizar más humedad. Estos productos provenientes únicamente de madera, hacen que además de ser una opción sostenible, también es una de las mejores opciones decorativas, por la inversión en diseño que en los últimos años se ha desarrollado en el laminado.

El futuro

Dado el crecimiento del turismo en nuestro país, las perspectivas a corto plazo son halagüeñas. “Sin embargo habría que hacer hincapié en una mejora de la calidad del turismo y para ello es importante que las instalaciones estén adaptadas al máximo a las exigencias de este mercado creciente”, comentan

desde Gerflor. No obstante, el futuro del sector es esperanzador, muchos hoteles están renovando sus instalaciones, además, “la situación geopolítica de países que podrían ser competencia por ofrecer un producto similar al nuestro, es inestable, esto ha dado lugar a que el número de visitantes en nuestro territorio siga aumentando”, analizan desde Beal International. Del mismo modo, “la estabilidad económica está ayudando a que se reactiven antiguos proyectos, así como la creación de nuevas iniciativas. Esperamos que nos ayude a complementar el mercado existente”, exponen desde Hi Macs.

En relación a todo esto, desde Mobelmol prevén, para este año y los dos siguientes, un incremento de un 15% anual, consecuencia en parte por el aumento de la actividad económica y en parte de la elección, cada vez más de materiales de alta durabilidad. Desde el Departamento de Marketing de Distiplas Floors y Maia-Otto Flooring detallan que el sector está siempre evolucionando, como cualquier sector basado en la decoración, “no olvidemos que el suelo es un elemento cada vez más importante para la decoración de cualquier espacio, lo que hace que tenga que adaptarse a las nuevas tendencias”. Las empresas que sean capaces de adaptarse a las exigencias del mercado serán las que se conviertan en referentes. El futuro de este sector, sin duda es muy interesante y con buenas perspectivas.

Por otro lado, y dado hacia dónde se está enfocando la sociedad, para Total Office el sector va a evolucionar hacia la utilización de materiales naturales, evitando con mayor frecuencia el uso de productos que perjudiquen al medio ambiente o a los usuarios de estos. Además, “la innovación entre textiles, componentes, diseños, y fibras será otro punto importante en el crecimiento y expansión del mundo de los revestimientos de suelos”.

Así pues, de cara al futuro las perspectivas son positivas, “no obstante la competencia no descansa y, por tanto, el esfuerzo en la generación de nuevos conceptos y servicios debe incrementarse. Por nuestra parte, como industriales al servicio de

este sector, continuaremos estando atentos a sus necesidades, ofreciendo nuestra tecnología al servicio de productos plenamente adaptados a sus necesidades de diseño, valor añadido y plazos ajustados de ejecución”, analizan desde Keraben Grupo.

En lo referente a los laminados vinílicos, Altro Scandess considera que están en pleno auge, todo ello debido a las mejoras de calidad y acabados que se han dado en el laminado vinílico en estos años, y por las ventajas comparativas, tales como absorción del ruido, mantenimiento, ciclo de vida del producto, etc. “Para mí se trata claramente de un mercado en continuo crecimiento en distintos segmentos que buscan soluciones sostenibles, duraderas, fáciles de mantener y capaces de ofrecer una gran seguridad y efecto antideslizante a lo largo de toda la vida del producto”.

Por último, en lo que a madera se refiere, en diferentes acabados y



Foto: Gres de la Mancha

estéticas, “su uso está en aumento y los arquitectos y prescriptores optan por este material sostenible de forma recurrente en los últimos años. Cada vez más, solicitan certificaciones de origen de materia prima, de tratamientos... lo que demuestra su implicación en

esta área. Está creciendo de manera importante el concepto de madera como revestimiento para paredes y techos, tanto de interior como exterior, eso sí, en diferentes formatos y acabados (aserrados, rusticados, etc.)”, concluyen desde Molduras del Noroeste.

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

The advertisement features a blurred background of a hotel room with a bed and a nightstand. In the foreground, a smartphone is shown with a music player interface. To the left, a door handle has a blue tag with a heart icon and the text 'Tu habitación Tu música' and the website 'www.egiaudio.com'. On the right, a white wall-mounted audio module is displayed, showing various ports and controls. The module has a power button, a volume knob, and buttons for 'PAIR', 'TV', 'AUX', 'HDMI', and 'USB CHARGER'. It also has a small display screen and the model number '1210' and '00025'.



Foto: Serhs Projects

Buffets

En la variedad está el gusto

Este tipo de restauración ha sido, en muchos países, un gran desconocido hasta hace relativamente poco tiempo. Se trata de una forma de ofrecer comida muy popular en fiestas de sociedad, y en la actualidad se ha abierto un hueco en muchos hoteles y restaurantes. Esta fórmula, que cada vez se está vislumbrando más, consiste en la distribución de las diferentes ofertas gastronómicas que el establecimiento ofrece en mostradores en línea equipados con maquinaria para mantener los alimentos en perfecto estado de conservación.

Según el diccionario de la Real Academia Española (R.A.E.) el bufé está definido como “comida compuesta de una diversidad de alimentos fríos y calientes, dispuestos a la vez sobre una o varias mesas, y

ofrecidos generalmente en hoteles y actos sociales”.

Esta modalidad de servicio es de origen francés, propia del siglo XVIII, que posteriormente se adoptó en toda Europa,

el nombre francés de buffet (en español bufé o bufet) hace referencia a la mesa de apoyo que se usaba en esa época para poner las fuentes de comidas, platos necesarios para el servicio, etc. Más tarde fue Inglaterra quien lo popularizó en el siglo XIX, adoptándolo para los servicios de Breakfast (desayunos), Tea (hora del Té) y Dining (comida), se trataba de una manera de ostentación donde se exponían los platos y fuentes repletos de comida, de este modo se demostraba el nivel de vida de quien lo ofrecía. Actualmente se utiliza en hoteles, restaurantes, banquetes...

Esta fórmula de restauración, medianamente novedosa, consiste en la distribución de las diferentes ofertas gastronómicas que ofrece el establecimiento, en este caso el hotel, en mostradores que se encuentran equipados con maquinaria que

mantendrá los alimentos en perfecto estado de conservación.

En los últimos años el buffet se ha puesto de moda, esto se ha debido a diversos factores que justifican este hecho, entre los que podemos destacar su rapidez, en este aspecto, el cliente no tiene que esperar y él mismo se marca el ritmo de la comida. Por otra parte, el personal de servicio pasa a ser un elemento de apoyo a los comensales, sin sufrir la presión que en ocasiones se genera durante un servicio normal. Igualmente, el cambio en los hábitos socioculturales que han convertido el acto de comer en un periodo informal y relajante, permiten al comensal desprenderse de actitudes formales. Otra característica por la que el buffet cada vez está más en auge es la abundancia de oferta, el buffet presenta gran variedad de platos donde el cliente elige con mayores posibilidades. Este atractivo no debe significar un mayor coste de materias primas, siempre que la oferta esté planificada de acuerdo con los gustos y consumos de la demanda-clientes. Y, por último, el precio, el cual suele ser también un atractivo, ya que habitualmente la relación precio/calidad/cantidad, representa un plus por encima de lo que se paga o al menos así lo estima el cliente.

No obstante, a pesar de tratarse de una forma de consumo más informal, el buffet nunca debe ser una instalación improvisada, sino que su estructura, montaje, decoración, situación de platos, etc., tienen que responder a unas necesidades concretas y formar parte de un conjunto armónico que está representado, en último término, por el propio establecimiento hotelero.

El equipamiento adecuado

El servicio buffet es una de las modalidades que más desarrollo ha tenido a lo largo de los últimos años en cuanto a diseño, estructura, disposición, etc., esto se ha debido al continuo interés que tienen las distintas cadenas hoteleras en mantener las expectativas de los clientes satisfechas.

Para instalar este tipo de instalaciones dentro de un establecimiento hotelero, el gestor de compras debe tener, desde un



Foto: Eurofred

primer momento, todo bien definido, qué tipo de buffet se desea, con qué finalidad y para qué eventos del día será utilizado, ya que un buffet desayunador no tendrá las mismas características y condiciones que aquel que se utilice, además, para almuerzos y cenas.

Asimismo, teniendo en cuenta que las tareas básicas de todo buffet es la exposición de alimentos de diversos géneros, antes y después del servicio, así como facilitar su distribución, realizar la mejor disposición de cada uno de los muebles suele ser una tarea ardua, ya que hay que tener en cuenta distintos elementos.

A la hora de elegir el equipamiento adecuado para buffet, y en referencia a nuestro producto, se recomienda siempre que sea un equipo de alta gama en cuanto a calidad, y hacer una buena elección de la capacidad necesaria, según la necesidad de consumo", expone Yolanda Martín, Responsable División Hostelería de Lada Horeca.

Por otro lado, Joan Ros Tapiola, Director de Compras de Serhs Projects, especifica que el equipamiento que requiere un buffet para dar un correcto servicio al cliente se compone de las adecuadas zonas de frío, las partes calientes, unas zonas neutras, también las zonas donde



Foto: Barceló

VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE UN BUFFET

Entre las principales **ventajas** destacan:

Estética: Un servicio buffet puede resultar atractivo y apetitoso si se decora de manera adecuada, teniendo en cuenta los colores, sabores y texturas, separando los platos dulces, las bebidas, vajillas... los cuales deberán tener su propio sitio dentro del buffet.

Personal: No es necesario contar con un gran número de personal, tipo camareros ni jefes de sala, para atender las mesa, únicamente los imprescindibles para mantener los espacios adecuadamente. Asimismo los huéspedes no tienen que esperar a que les atiendan, ya que se trata de un autoservicio.

Variedad: La comida se exhibe toda junta, existe una gran variedad en el menú, pudiendo escoger cada comensal a su gusto, tanto en cantidad como tipología.

Cantidad: No existe un límite en la cantidad de comida, cada comensal elige qué cantidad comer y las veces que desee o pueda comer.

Precio: Es más económico que otro tipo de servicios con menú concertados.

Sus **desventajas** más notables son:

Desperdicios: El problema más habitual con el que hay que lidiar en esta tipología es calcular con exactitud cuánta cantidad es necesaria poner en cada propuesta de comida, así como prever que cuáles son los con mayor éxito para poder contar con más cantidad de estos. Habitualmente, los huéspedes suelen comer más que en un servicio tradicional.

Calidad: Suele tener la idea equivocada de que la comida que se sirve es de poca calidad, no obstante esto en realidad no tiene porqué ser así, siempre dependerá del servicio contratado.

Orden: Dado que los usuarios se encontrarán en continuo movimiento alrededor de la isla buffet para servir la comida, es necesario guiar el sentido del recorrido, para ello se suele establecer un sentido específico para que todos puedan servirse sin agobiarse.

En definitiva, la instalación de un servicio buffet dentro de nuestro establecimiento ofrece más ventajas que desventajas a los establecimientos, permitiendo un servicio más rápido, ágil y de gran calidad.

Foto: Lada



Foto: Zumex

encontrar los utensilios para el servicio, etc. Sin embargo, “la zona destinada a la preparación de los alimentos al instante es la zona que ha cogido más protagonismo, como es el ‘show cooking’”, continúa.

Igualmente, hay que tener en cuenta que hoy en día el aspecto estético en la configuración del buffet y la zona de self service de cualquier negocio juega un papel protagonista. Por este motivo, “Eurofred apuesta en esta línea por los gastrobuffets encastrables para adaptarse a cualquier tipo de instalación. Los ‘drop in’ consisten en una línea de cubas de acero inoxidable de encastre, diseñadas para ser adaptadas e integradas en el mobiliario hasta volverse integral. La innovación tecnológica se une así al estudio de nuevas formas para obtener un producto que completa cualquier tipo de ambiente, para combinar según los requerimientos y la imaginación”, destacan desde el Departamento de Marketing de Eurofred.

De igual manera, Joan Ros Tapiola, concreta que “los buffets o ‘free flow’ son los que habitualmente se instalan en el sector hotelero y el selfservice se utiliza más bien para las colectividades. Por ello, se debe tener en cuenta el tipo de establecimiento, capacidad de servicio y una correcta distribución para el usuario”.

No obstante, hay que tener claro que a la hora de decantarse por un tipo de

"porque me gusta
la buena cocina"

PEPE RODRÍGUEZ
Estrella Michelin

45
ANIVERSARIO



REPAGAS

EQUIPAMIENTO PARA HOSTELERÍA

Avda. de Fuenlabrada, 12 • T. +34 916 048 244 • F. +34 916 048 178 • 28970 Humanes (Madrid)
www.repagas.com

“Hay que tener en cuenta que hoy en día el aspecto estético en la configuración del buffet y la zona de self service de cualquier negocio juega un papel protagonista...”

mobiliario u otro, “todos los factores son importantes, pero el servicio que debe dar a los clientes es lo primordial. Después aspectos como el diseño, la construcción adecuada en la zona donde se va a destinar la ubicación, la tecnología y una buena construcción es la base de un buen funcionamiento. La higiene es un aspecto intrínsecamente garantizado en cada buffet donde se debe cumplir estrictamente la normativa de temperaturas y protección higiénica”, asegura.

Por último, Yolanda Martín, destaca que “dado que el uso más habitual de este equipo es el suministro de leche, se precisa en su construcción aquellos materiales que permitan garantizar por un lado su durabilidad, que sus diseños sean sencillos y fáciles de usar, puesto que es el cliente final quien hace uso directamente de la máquina”, concluye.

Innovaciones, materiales y competencia

El saber elegir un buen material para la fabricación e instalación de este tipo de mobiliario es de vital importancia, ya que estos desempeñan un papel fundamental. Además de garantizar limpieza e higiene, su selección debe adaptarse al diseño que desea el cliente. En este sentido, los hoteles se decantan por un tipo y otro de material en función de la higiene y la durabilidad, principalmente. No se puede usar un material, aunque sea económico o innovador en diseño, si no cumple los requisitos higiénicos necesarios para trabajar con alimentos. Por ello, es habitual encontrar los mismos materiales para todos los buffets como, por ejemplo, el acero inoxidable por su durabilidad y facilidad en limpieza.

“Los materiales usados para la construcción de los muebles buffet son básicamente, a nivel estructural, el acero



Foto: Serhs Projects

inoxidable y para las zonas más visuales, se combinan materiales como el granito, silestone, materiales porcelánicos, inoxidable, cristal y metacrilato”, describen desde Serhs Projects. Pero como ya se ha comentado con anterioridad, cada instalación y cada cliente es distinto y, por ello, “deberemos adaptarnos al diseño más adecuado, incluso innovador, a cada establecimiento acorde con las ‘modas’ actuales. Nosotros nos adaptamos y proponemos todos aquellos materiales que puedan ser la mejor solución para cada establecimiento”, definen.

De igual manera, Yolanda Martín (Lada Horeca), concreta que para este tipo de equipamiento se requiere materiales que

aporten por un lado calidad y durabilidad. “Por esta razón, todos nuestros termos están fabricados en acero Inoxidable AISI 304 en todos sus componentes metálicos tanto depósitos como carrocería. Por otro lado, hay que garantizar la máxima higiene, aportando silicona neutra alimentaria en la junta de cierre del grifo de salida”.

Aparte de la higiene y la durabilidad, se deberá considerar la versatilidad que pueda ofrecer el material. En este sentido, las encimeras pueden ser de granito, pues, además de garantizar una higiene absoluta, es uno de los pocos materiales, por el momento, que resiste los cambios de temperatura. Hay que tener en cuenta

Foto: Barceló





MESAS GASTROBUFFET



Mesa gastrobuffet Baño María

2,3,4 o 5 bandejas GN 1/1
Encimera y estante para platos en COMPAC
30°C a 90°C



Mesa gastrobuffet vitrocerámica

Encimera y estante para platos en COMPAC
Vitrocerámica SCHOTT
Temp. Máx. 130°C



Mesa gastrobuffet cuba fría ventilada

3 o 4 bandejas GN 1/1
Encimera y estante para platos en COMPAC
+2°C/+10°C



TIPOS DE BUFFET

Dependiendo de cómo se sirvan los distintos platos, existirán 4 tipos de buffets:

Servicio a la mesa: se trata de un servicio en el que los huéspedes elijen lo que desean comer de una mesa expositora, y el personal la va sirviendo. El usuario únicamente toca el plato cuando ya está servido en la mesa.

Buffet Asistido: como el anterior, los huéspedes escogen lo que quieren comer, pero en esta ocasión será el usuario quien se lleve el plato a la mesa.

Autoservicio: es el modelo que más gusta, tanto a los establecimientos como a los huéspedes, ya que son más simples, más rápidos, son más fáciles de armar y también son más baratos. En este tipo es el usuario mismo quien se sirve de la mesa expositora, todo lo que desea comer.

Degustación: otro de los nombres con los que puede denominarse es Lunch o Aperitivo. Se trata de la realización de una exposición de determinada cantidad de productos, de forma fraccionada, para que los invitados o clientes puedan degustarlos todos. Cuando se desea realizar una exposición de determinada cantidad de productos en forma fraccionada de tal manera que nuestros invitados puedan probarlos todos. La ventaja de este servicio, a diferencia con los demás, es que se puede dar de pie, y la desventaja es que su precio es más elevado dado que conlleva una gran disponibilidad horaria para el armado, así como contar con el personal extra para dar el servicio, lo que eleva el presupuesto.

Por otro lado, dependiendo de la hora en la que se realice el buffet, se puede destacar:

Buffet de mañana: en los establecimientos hoteleros se utiliza con regularidad este servicio en el desayuno, ya que permite a los usuarios elegir de acuerdo a sus gustos. Habitualmente su horario suele ser entre las 7 y las 11 de la mañana, y en él se incluyen bebidas frías, tales como zumos, refrescos o agua, bebidas calientes, café, té, chocolate, infusiones, leche..., bollería, pastelería, cereales, y alimentos salados, tipo huevos, embutidos calientes y fríos, etc.

Brunch o buffet de almuerzos: son parecidos al de desayuno, pero al mismo tiempo incluyen algunos platos de comida, calientes o fríos. Habitualmente se utiliza posteriormente a las 10 de la mañana, cuando es muy tarde para desayunar o muy temprano para comer.

Buffet de comida: son los más habituales en los hoteles, junto con el del desayuno. En esta tipología se sirven platos fríos y calientes, además los alimentos presentados deben ser sencillos de servir y fáciles de comer.

Buffet de tarde: esta tipología se sirve a la hora de la merienda o a la hora del té de la tarde, está compuesto por platos dulces o salados, té, café, zumos, chocolates, refrescos o gaseosas y puede incluir frutas frescas.

Buffet de noche: se realizan en eventos especiales, e involucran gran cantidad de comensales.

que una misma pieza puede sufrir un salto térmico de más de 100°C si se trata de encimeras calientes a 90°C y superficies frías escarchadas a -10°C.

Asimismo, y como se ha explicado, no se puede olvidar la resistencia que muestra el acero, que ofrecen al mueble una larga vida útil, garantizando la máxima higiene

y facilidad de limpieza. Se trata del acero inoxidable AISI-304 18/10, que se utiliza tanto para la fabricación de chasis, como de encimeras.

Foto: Barceló



Foto: Kitchen Consults



Por otro lado, en lo referente a las pantallas de iluminación, estas es recomendable realizarlas en acero inoxidable, junto con los estantes antivahos en cristal.

Así pues, podemos afirmar que las innovaciones a los buffets son constantes, tanto en materiales como en los diseños y formas. En este sentido, "la mayoría de fabricantes están centrados en aspectos de ahorro energético, menor consumo (agua/electricidad) en sus aparatos y menos agresividad con el medio ambiente. Sin embargo, las principales innovaciones vienen dadas por la estética y el diseño de los buffets, utilizando cada vez más materiales fáciles de limpiar, con diseños simples y, al mismo tiempo, elegantes. Destacamos los cambios en la estética y diseño en las pantallas de iluminación", detalla Joan Ros Tapiola (Serhs Projects)

Por otro lado, Yolanda Martín, considera que en el Self-service por excelencia, se está imponiendo innovación en los materiales, y en la iluminación, para



Foto: Zumex

resaltar sus diseños y hacerlos más atractivos. "Así como personalización por parte de las marcas hacia sus clientes, aportando su toque personal al servicio buffet".

De esta manera, para diferenciarse, desde Lada Horeca, ofrecen "un producto muy versátil, capaz de cumplir con los requisitos de servicios en el buffet aportando diferentes usos, tanto el

Nuevo dosificador soluble de tres sabores

Lada y Mocay Caffé, de Grupo Calidad Pascual, colaboran en la creación de un equipo innovador en el mercado para dosificar solubles de distintos sabores en las cantidades necesarias.

Nuestra experiencia nos avala. En Lada fabricamos la gama más extensa de Termos de leche de 3, 6, 12 y 20 litros.



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!*

LADA



Foto: Serhs Projects

principal que es el lácteo, como caldos, consomés, chocolate, agua caliente para infusiones, etc.”.

Asimismo desde Serhs Projects, aseguran que tras sus 25 años de experiencia en este tipo de equipamiento, se encuentran en continua búsqueda de innovación, tanto en el diseño como en tecnología. “Nuestros buffets tienen un diseño y una distribución completamente personalizados, acorde con las necesidades del cliente y del tipo de establecimiento. Así, hemos conseguido obtener un tipo de buffet con un diseño elegante e innovador, con una alta durabilidad, resistencia y adaptabilidad”, describe.

Además, opina que una empresa debe tener contacto directo con el cliente desde el primer momento y así captar sus necesidades y adaptarlas a la mejor solución que se les pueda ofrecer, las nuevas tendencias en acabados y diseños, novedades en instalaciones, etc.

En concreto, “destacamos los ‘show cooking’ como una de nuestras principales propuestas y que han tenido una gran acogida por parte de los clientes, porque dan una oferta más de comida al mismo tiempo que da una gran vistosidad al buffet. Otro punto que estamos proponiendo últimamente es un buen buffet de postres con zona de frío, zona neutra, zona de congelación y una pequeña cocina para poder hacer postres in situ”, argumenta Joan Ros Tapiola.

“Debemos adaptarnos a estas necesidades que nuestro cliente quiera implementar en su nuevo servicio de comidas...”

Por otro lado, también se ha renovado la iluminación, “con la aparición del led, le hemos conferido a estos muebles otra imagen un poco más resaltada para dar importancia a algunos de sus puntos.

En definitiva, nuestra gran experiencia, nuestros planteamientos de soluciones, nuestras propuestas de diseños

diferenciados, las distribuciones pensadas para cubrir todas las necesidades del cliente y presupuestos acorde con la instalación, son nuestra mejor carta de presentación”.

Nuevas conciencias

Actualmente, la forma de comer de las personas ha variado, en este sentido, “todo lo que se refiere a tener en cuenta todas estas nuevas ofertas de comida: comida autóctona, comida para alérgicos, comida vegetariana, etc., son necesidades que el cliente solicita cada vez más y además dan un punto de nivel (de más calidad) al buffet que ofrece el establecimiento. Nosotros, como profesionales, debemos adaptarnos a estas necesidades que nuestro cliente quiera implementar en su nuevo servicio de comidas”, describen desde Serhs Projects.

Igualmente, desde Lada Horeca, aseguran que en lo referente a su producto, éste “está alcanzando un claro protagonismo en el equipamiento buffet, debido a la sensibilidad con la que se trata el lácteo y la concienciación de los clientes en que su consumo sea saludable y se trate con extrema higiene este producto, requisito que cumple a la perfección nuestro termo de leche”.

En relación a esto, las perspectivas de futuro para el sector hotelero, por



Foto: Eurofred

el momento, son buenas ya que este sector se está manteniendo a pesar de la situación económica existente, porque, como ya es sabido, el turismo sigue siendo uno de los principales motores de este país. Sin ir más lejos, en los últimos meses el turismo en España ha tenido un incremento considerable. “En nuestra opinión, este sector se va a mantener a unos niveles altos para nuestra economía, por lo que, se irán creando cada vez más oportunidades a nivel de inversiones para reformas u obra nueva”, analiza Joan Ros Tapiola.

En opinión de Yolanda Martín, “el futuro del sector a nivel sanitario, está orientado cada vez más a hacer un uso del lácteo donde se ofrezca la máxima seguridad y exigencia en cuanto a la higiene en el suministro, por lo que el termo de leche es la herramienta ideal para cubrir este requisito”.

Y, por último, “refiriéndonos al título del artículo para los buffets, cada vez será más importante la creación y sobretodo



Foto: Lada

la renovación de los buffets existentes. Nuestra empresa está reviviendo, desde hace algunos años, esta situación, buffets que habíamos instalado hace más de 15 años los estamos sustituyendo por nuevas propuestas gastronómicas,

nuevas propuestas de distribución y de decoración. Por tanto, somos plenamente optimistas en este sentido y todo esto nos hace patente la buena salud que mantiene nuestro sector”, concluyen desde Serhs Projects.

PROYECTOS DE RESTAURACIÓN PARA COCINAS PROFESIONALES Y BUFFETS

www.serhsprojects.com



Diseño y ejecución de proyectos a medida y personalizados



Trabajando con la mejor calidad 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

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 —



■ COR Vision de Cortizo en el Vivood Landscape Hotel ■



■ el hotel y el equipamiento ■

El hotel

VIVOOD Landscape Hotel, situado en el Valle de Guadalest en Alicante, nace con el objetivo de ofrecer todas las comodidades de un hotel de lujo en plena naturaleza. El proyecto, que supone una innovación en arquitectura modular integrada en el paisaje, se desarrolla a través de 25 suites de diseño independientes, un restaurante y lounge bar, una piscina panorámica y varias terrazas y jacuzzis exteriores privados, además de un módulo de servicios y recepción. Todos los elementos integradores del concepto, desde el entorno, el paisaje, las vistas, la arquitectura hasta el diseño interior y la piscina, han sido diseñados con el objetivo de construir un aura de silencio, tranquilidad y respeto al medio ambiente en el que alcanzar la evasión, su verdadero valor diferencial.

El equipamiento

La búsqueda de un contacto directo, físico y visual con el entorno es una de las señas de identidad de este proyecto. Esto se ha hecho posible gracias a los grandes ventanales dispuestos en cada uno de los módulos construidos. Para el cerramiento de ese gran hueco de 4,08 m de ancho y 3 m de alto, el equipo de arquitectos de VIVOOD optó por el sistema COR VISION de CORTIZO en acabado gris antracita

texturado. Se trata de una corredera minimalista con rotura de puente térmico y mínima sección vista de aluminio, acorde a las últimas tendencias arquitectónicas. Este ventanal permite una superficie de acristalamiento de hasta el 92% y cuenta con un nudo central de tan solo 20 mm,

lo que asegura una excepcional luminosidad en el interior de las habitaciones. En cuanto a la apertura, se optó por la versión tricarril de 2 hojas y 1 fijo, en la que destaca el deslizamiento perfecto de las hojas sobre un carril de acero inoxidable. Además, el marco queda enrasado con el pavimento proporcionando una estética totalmente limpia cuando el ventanal está abierto.

En la corredera COR VISION, estética y máxima seguridad van de la mano gracias al cierre SECURITY, disponible en dos versiones: una con llave para el bloqueo del cierre y otra sin ella. Ambas opciones están diseñadas para permitir la apertura y cierre del ventanal desde el interior y/o el exterior. Este herraje incorpora nuevos puntos de cierre de seta, encasquillados y con regulación de apriete, además de añadir cerraderos regulables en altura mediante calzos. El sistema de regulación del herraje permite corregir holguras en la puesta en obra.

Por otro lado, también se ofrece la posibilidad de incorporar hasta 4 puntos de cierre por hoja, lo que refuerza la seguridad y estanqueidad del sistema. Con todo ello, se mejoran las prestaciones de esta ventana vanguardista y se otorga mayor suavidad a la hora de manipularla. El cierre tiene unas dimensiones de 36 mm (L) x 260 mm (H) y se integra totalmente en el perfil, en sintonía con el diseño minimalista de la serie.



■ El Hotel Wellington mima a sus huéspedes con productos de acogida Clarins ■



■ el hotel y el equipamiento ■

El hotel

El Hotel Wellington es uno de los hoteles de 5 estrellas más emblemáticos y reconocidos de Madrid y lleva desde 1952 representando la elegancia, el confort y calidad de la tradición hotelera más clásica adaptada a las necesidades del cliente actual.

Su decoración y el cuidado en los detalles permiten al visitante disfrutar de una estancia inolvidable y personalizada con 251 habitaciones de estilo clásico / elegante y suites dotadas de las tecnologías más vanguardistas hacen de su estancia en Madrid un grato recuerdo.

El equipamiento

Los huéspedes que se alojen en este establecimiento podrán disfrutar de la prestigiosa línea de acogida Clarins.

La línea de productos de acogida Clarins se centra en la Eau Dynamisante, la primera fragancia y tratamiento corporal en una misma fórmula refrescante. Su estimulante aroma para hombre y mujer se une a la acción hidratante, reafirmante y tonificante

propiciada por los aceites de limón, pachulí, naranja, ginseng y té blanco.

Su fórmula no fotosensibilizante resulta segura, incluso al exponerse al sol.

De diseño elegante, los productos de acogida de 30 y 60ml son réplicas de los productos Clarins de venta directa: gel de ducha, champú, acondicionador, loción corporal, exfoliante corporal, fragancia corporal Eau Dynamisante, todo un lujo para los sentidos.

Los jabones son en caja de cartón, de 30 y 60g, el jabón de glicerina de 45g es filmado y el de 100g se presenta en caja de cartón roja.

Complementando esta oferta, hay disponible una larga selección de accesorios en caja de cartón, la Ruby Line. Estos se pueden incluir en una caja roja mayor, La Collection.

Toda esta experiencia lujosa, al alcance de todos, tiene aún más sentido ya que en una de las plantas del Hotel Wellington se encuentran las instalaciones del Le Max Club Wellington donde hallará el Spa by Clarins.

A62 es una empresa ibérica que apuesta por la oferta de productos de acogida de calidad. Tenemos presencia en España, Portugal, Cabo Verde, Mozambique y Angola como representantes exclusivos del Grupo GM, líder mundial en el suministro de cosmética de marca al mercado hotelero.



■ El Hotel Zenit Pamplona**** adquiere un nuevo generador de vapor Krüger ■



■ el hotel y el equipamiento ■

El hotel

El Hotel Zenit de Pamplona, se encuentra ubicado en el Parque Comercial Galaría, en pleno centro de negocios de Pamplona. Se trata de un hotel de 4 estrellas, moderno y contemporáneo, que está a 1,6 km del Estadio El Sadar, a 2,9 km del lugar de celebración de las Fiestas de San Fermín y a 5 km de la Catedral de Pamplona.

Este establecimiento cuenta con 85 habitaciones, incluidas varias Junior Suite, parking privado gratuito, Wifi ilimitado y gratuito en todas las habitaciones, gimnasio y sauna, 7 salones polivalentes para reuniones de negocio o comidas de empresa en su

restaurante Morea, de cocina de calidad y de autor donde degustar excelentes platos típicos de la gastronomía navarra.

El Grupo Zenit, uno de los más potentes grupos del sector hotelero nacional e internacional, con amplia presencia en España y las principales capitales europeas, tiene como prioridad cuidar hasta el último detalle con el único fin de hacer la estancia de sus clientes un placer. Su objetivo principal es la "Fidelización y una permanente, fluida y activa comunicación con nuestros Clientes" para lo cual han llevado a cabo una profunda reestructuración en sus sistemas

de distribución comercial. Además, uno de sus logros más importantes ha sido conseguir una restauración con un nivel importante a un precio asequible, algo que en nuestro país parece difícil.

El equipamiento

Krüger Technology se ha encargado del suministro de maquinaria de limpieza a vapor de este magnífico establecimiento.

Dado que el hotel, aparte de las habitaciones y las zonas comunes, cuenta con suelos de madera, sillones tapizados, numerosas cristaleras y azulejos, la limpieza es esencial en la imagen de este magnífico espacio, lo cual tienen asegurada gracias al generador de vapor KRÜGER KGV7000.

Son numerosos los clientes que pasan por el establecimiento dada su localización privilegiada, sus amplios espacios pensados para el ocio y el negocio, los espacios deportivos de los que dispone y su restaurante, los cuales hacen que el mantenimiento y la limpieza de dichos espacios se cuiden continuamente, y gracias al generador de vapor consiguen que el estado de las instalaciones sea inmejorable cada día.

Del mismo modo, el uso de cocinas por parte de los empleados, que requieren una higienización continua, lo cual obtienen gracias al generador de vapor KGV7000 suministrado por Krüger Technology, resultando ser la solución ideal para todas esas necesidades.



■ Tesa implanta su sistema wireless online en el Hotel Zerupe ■



■ el hotel y el equipamiento ■

El hotel

El Hotel Zerupe, cuya traducción es "Bajo el Cielo", es un céntrico hotel, moderno e innovador construido en una antigua nave industrial ubicada en pleno casco urbano de Zarautz (Guipuzcoa).

El hotel Zerupe aporta un concepto diferente de alojamiento, donde priman las sensaciones a partir de la iluminación natural cenital, el espacio y la altura, combinando a la perfección el hormigón, el acero, el vidrio y la madera natural, con grandes vinilos de sugerentes imágenes de paisajes del entorno dotando al espacio de una atmósfera especial y envolvente.

El equipamiento

Además, para este establecimiento se han instalado las cerraduras Spy de Tesa, las cuales son un añadido al concepto de modernidad y experiencia para el cliente que quiere transmitir el hotel.

El nuevo sistema wireless de Tesa facilita que los huéspedes que lo deseen, puedan descargarse una sencilla App diseñada para la apertura de cerraduras wireless directamente desde el apartado servicios de la web del propio hotel: www.hotelzerupe.com (App disponible en las plataformas Play Store, App Store o la tienda de aplicaciones de Windows (Windows Phone 8) y traducida a varios idiomas).

Una vez instalada la aplicación y tras solicitar su contraseña privada en recepción (o vía mail o whatsapp) y un código QR, los clientes disponen de acceso a sus habitaciones, zonas comunes y garaje sin la necesidad de utilizar ninguna tarjeta o credencial. El hotel dispone así mismo en sus cerraduras de un teclado capacitivo lo que amplía la experiencia del cliente a abrir las cerraduras Spy de Tesa únicamente mediante un código pin, una alternativa

más que permite agilizar y mejorar por ejemplo el proceso de check-in.

Este nuevo sistema además ofrece el control de todos los accesos del hotel, tanto de las habitaciones como de los accesos comunes y puertas perimetrales permitiendo saber en cada momento quién entra, cuándo y dónde lo hace. Además permite cancelar tarjetas y cambiar el acceso a las puertas, así como modificar los turnos horarios de acceso al instante. Todos los cambios se llevan a cabo a tiempo real, sin tiempo de espera ninguno, todo con un mantenimiento es nulo.

Asimismo, se puede controlar toda la instalación bien desde la propia red del hotel o a través de internet, desde cualquier portátil, tablet o smartphone. Gracias a una aplicación web server el gestor de la instalación podrá monitorizar y hacer los cambios necesarios sin necesidad de estar físicamente en la misma. Se pueden configurar alarmas de todo tipo vía email para controlar diferentes aspectos de las cerraduras, como puede ser cuándo se abre una puerta, cuándo se queda abierta, si ha habido una intrusión, indicación de pilas bajas de las cerraduras y un largo etcétera de operaciones posibles.





GEZE ActiveStop: nuevo concepto en confort y control de puertas

Empresa: GEZE IBERIA, S.R.L. // Teléfono: 902 194 036 // Web: <http://www.geze.com/>



El sistema de amortiguación GEZE ActiveStop, con su ingenioso funcionamiento, cuida de una apertura y cierre amortiguado y controlado de puertas batientes en aplicaciones interiores. De esta manera, el acceso a los recintos se realiza de forma más cómoda que nunca. Además, las paredes y los objetos en la zona de la puerta y el material de la misma, se protegen. Aspectos que en la nueva consulta ya se saben valorar después de un corto tiempo. La amortiguación de puerta GEZE ActiveStop de solo 28 milímetros de anchura, permite ser integrado con facilidad y rapidez en la hoja de la puerta, de forma casi invisible. Es indistinto si a la puerta se le da un "empujón" suave o especialmente vigoroso; el sistema abre la puerta automáticamente y de manera segura hasta su posición de parada, que permite ser ajustada individualmente de 60 hasta 140 grados. Una gran ventaja, si en ese momento no se tiene una mano libre para realizar la acción. Con el ActiveStop se puede prescindir de los antiestéticos toques y evita golpes fuertes de la puerta por ejemplo, ante una corriente de aire, porque gracias a la amortiguación activa, la puerta se cierra a partir de unos 25 grados lenta y silenciosamente. Asimismo, la nueva solución GEZE mantiene cerrada la puerta con seguridad, de manera que se puede prescindir totalmente de dispositivos de cierre.

GRESMANC Muestra sus revestimientos cerámicos de alta gama

Empresa: GRES DE LA MANCHA, S.L. // Teléfono: 925 322 522 // Web: <http://www.gresmanc.com/>



Los zócalos y revestimientos cerámicos de Gresmanc en fachadas o ambientes de interior producen excelentes cambios estéticos, aportando calidez y elegancia al entorno. Con las nuevas colecciones GEO y FLOR, Gresmanc hace dos nuevas y exclusivas propuestas decorativas de revestimiento cerámico en bajorrelieve. El bajorrelieve es una técnica escultórica creada para confeccionar decorados consistentes en remarcar los bordes del dibujo a diferente nivel del fondo, consiguiendo un efecto tridimensional. Además de las características estéticas, los revestimientos y zócalos cerámicos tienen otras ventajas como: Gran resistencia en espacios de exterior; Evitan humedades; Embellecimiento de los espacios con piezas exclusivas y multitud de posibilidades de colocación. Gresmanc es el resultado de tres generaciones dedicadas a la fabricación de productos cerámicos. La extraordinaria calidad de los productos Gresmanc y su completa gama de piezas especiales han convertido a la compañía en un referente a escala mundial, gracias a su apuesta permanente por la innovación para ofrecer a sus clientes los mejores resultados en diseño, calidad, funcionalidad y servicio.



HI-MACS Líneas puras y estilo contemporáneo en Baths by Clay

Empresa: HI-MACS // Teléfono: 934 813 620 // Web: <http://www.himacs.eu/es>



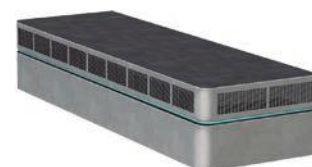
Baths by Clay es una empresa holandesa especializada en el diseño y fabricación de mobiliario para cuartos de baño. Debido a su firme creencia en el diseño atemporal, conocen la importancia del equilibrio en el entorno del cuarto de baño y atestiguan con sus valores que el diseño debe ser eterno. Siempre ofreciendo productos hechos a medida y de altísima calidad. Por este motivo, realizan muchos de sus lavabos con HI-MACS®, un material robusto, resistente al desgaste y agradable a la vista y al tacto. Además, la piedra acrílica tiene excelentes propiedades higiénicas. Gracias a su superficie no porosa, el material no absorbe la humedad, siendo impermeable. También repele las manchas de manera extraordinariamente eficaz, por lo que es fácil de limpiar y de mantener. Es resistente a las rayaduras, y si tras años de uso diario aparece alguna marca persistente, se puede retocar el acabado para conseguir una superficie lisa y sin uniones visibles. Todas estas propiedades hacen de HI-MACS® el material ideal para el baño.

MORGUI CLIMA Presenta Orri en Hostelco 2016

Empresa: MORGUI CLIMA // Teléfono: 934 606 781 // Web: <http://www.morguiclima.com/>



Los ingenieros y diseñadores del departamento de I+D de Morgui Clima llevan más de un año trabajando en esta campana, que usa los últimos avances en plegado y soldadura de chapa de acero inoxidable, combinados con las técnicas de diseño más avanzadas. Para su diseño final previamente se han maquetado varios prototipos, incluyendo modelos hechos con impresoras 3D y prototipos a escala. Constructivamente hablando, la Orri, modelo único en el mercado, se diferencia de todos los otros modelos de campanas existentes porque incorpora punzonado para la aportación en todo el perímetro, tanto para modelos centrales como murales. Además, otra de las características distintivas de esta campana extractora es la disruptiva e internamente llamada "junta de plenum cava perimetral" de 25mm que incorpora, embellecida con un lacado negro e iluminada mediante leds IP65 lineales con tonos de última tendencia, dando máxima elegancia a esta herramienta imprescindible para las cocinas más selectas y exigentes (colores led disponibles: Cálido Cuvée, Azul Deepsky, o Blanco Ártico 4K).



5 hoteles del Grupo Barceló entre los mejores del mundo

Barceló HOTELS & RESORTS

Entre la lista de los ganadores de la 23ª Edición de los prestigiosos premios "World Travel Awards", correspondientes a las zonas de Europa y Latinoamérica, se encuentran 5 hoteles de la marca Barceló Hotels & Resorts, conocida por distinguir a un tipo de establecimiento que ofrece a su clientela conceptos originales y sorprendentes, que les permiten sentirse exclusivos mientras son protagonistas de experiencias únicas.



Los hoteles galardonados son el Barceló Formentor (Mallorca), el Barceló Sancti Petri (Cádiz), que también ha sido premiado en la categoría de Mejor Suite de Hotel, el Barceló Corralejo Bay (Fuerteventura), el Barceló Royal Beach (Bulgaria) y el Barceló Montelimar (Nicaragua). Casi todos ellos repiten reconocimiento, habiéndolo recibido en algunos casos hasta 6 veces.

Los premios World Travel Awards, que son considerados por la industria hotelera como los "Óscar del Turismo", premian desde 1993 la excelencia hotelera en más de 1.000 categorías distintas y por distintos continentes. Un panel de profesionales independientes del sector son los que año tras año evalúan todos los aspectos a tener en cuenta y que incluyen factores como el rendimiento, la productividad, la innovación, la creatividad y la satisfacción del cliente, entre otros.

Beach Club Estrella del Mar de Vincci Hoteles, el único que permanece abierto todo el año



Ubicado en la mejor playa de Marbella, la Golden Beach, se encuentra el Beach Club Estrella del Mar de Vincci Hoteles, el único Beach Club que permanece abierto y ofrece actividades en la zona todo el año, también en otoño e invierno. Durante estos meses, el Beach Club Estrella del Mar continúa siendo un lugar privilegiado para el relax y el bienestar con su programa Wellness&Fitness.



La propuesta del Beach Club de Vincci Hoteles para el invierno comienza desde primera hora de la mañana con los Early Birds, una forma sana y equilibrada de iniciar el día compuesta por una clase de fitness, una sesión de yoga o pilates y un desayuno saludable, disponible en horario de 8.30h a 11.30h.

El resto de la jornada, se puede continuar eliminando los excesos del verano en su sala de fitness de 100 metros cuadrados con vistas al mar, que alberga 20 máquinas Technogym y ofrece la posibilidad de contar con un entrenador personal. También con alguna de sus clases adaptadas a las necesidades del cliente como Step, GAP, TRX, Crossover o Aquapilates.

Catalonia Hotels & Resorts desembarca en el País Vasco

CATALONIA HOTELS & RESORTS

A finales de 2018 Catalonia Hotels & Resorts tiene previsto incorporar a su portafolio un nuevo establecimiento situado en el privilegiado cerro de San Bartolomé, concretamente en el convento que preside uno de los miradores más imponentes de San Sebastián.



El proyecto supondrá una inversión aproximada de 28 millones de euros, un importe que engloba la adquisición del terreno al consorcio público-privado San Bartolomé Muinoa S.A. y la construcción del nuevo inmueble liderada por Catalonia Hotels & Resorts. La transacción ha sido asesorada por la consultora inmobiliaria Jones Lang LaSalle (JLL).

El futuro hotel de cuatro estrellas ofrecerá 122 habitaciones, salas de convenciones para la celebración de eventos, spa, zona de fitness y una terraza mirador ubicada en la azotea con espectaculares vistas a la Bahía de La Concha.

H10 Hotels inaugura el H10 Casa Mimosa en Barcelona



El H10 Casa Mimosa es el nuevo establecimiento de H10 Hotels situado en pleno centro de Barcelona, a pocos metros del Passeig de Gràcia. Este exclusivo cuatro estrellas superior ocupa un edificio modernista del siglo XIX que ha sido perfectamente rehabilitado. Cuenta con 48 habitaciones amplias y luminosas y ofrece ambientes elegantes y magníficos espacios exteriores. La planta inferior accede a un exuberante jardín modernista protegido y en la azotea hay una espectacular terraza con vistas a las chimeneas de La Pedrera.

El hotel está ubicado 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.

El estudio Tarruella Trenchs se ha ocupado del proyecto de interiorismo, que ha conservado la estructura de la construcción: un edificio de viviendas particular del 1892. El respeto por los elementos



originales queda patente desde el mismo acceso al edificio, a través de una gran portalada de madera. Detrás se ubica la recepción, una estancia de importante altura con techos artesonados que han sido cuidadosamente restaurados.

Legrand Group presenta en España su programa Eliot



Legrand presentó el pasado 29 de septiembre en el hotel NH Collection Eurobuilding de Madrid su programa Eliot. Éste ha sido diseñado para facilitar el surgimiento de los edificios conectados donde el Internet de las cosas permite mejorar el valor de uso para todos los usuarios.

‘Eliot’ nace de la unión de la palabra Electricidad e IoT (siglas en inglés de Internet de las cosas). El término ‘dispositivos conectados’ o Internet de las cosas se utiliza para referirse a objetos a los que su conexión a internet dota de un valor añadido en términos de funcionamiento, información, uso o interacción con el entorno.

El crecimiento del mercado de dispositivos conectados está abriendo una nueva era en el sector de los edificios. Legrand tiene el convencimiento de que la expansión del Internet de las cosas conducirá al crecimiento de las denominadas soluciones ‘inteligentes’.

La multinacional logró en 2015 unas ventas de más de 300 millones de euros con su oferta de dispositivos conectados. Con el programa Eliot, Legrand acelera el desarrollo de sus soluciones conectadas para beneficiar tanto a los usuarios privados como a los profesionales. Cada año, la firma dedica un porcentaje de sus ventas a la investigación y al desarrollo, creando soluciones conectables que responden a diversas demandas sociales relacionadas con la eficiencia energética, la seguridad, el bienestar y la vida asistida independiente.

Jamones Beher elige suelos Altro para sus tiendas



Beher, o Bernardo Hernández, es una de las fábricas españolas de jamones más reconocidas y premiadas a nivel internacional. En las tiendas Beher se ofrece al consumidor la oportunidad de comprar y degustar directamente su amplia gama de productos ibéricos, además de otras piezas de carne “delicatessen” especialmente envasadas. Todos los locales mantienen un mismo estilo decorativo, elegante y funcional, tanto en la zona de tienda como en la de restauración-degustación.

Un ejemplo es el de su novena tienda, ubicada en pleno centro de Valencia e inaugurada en 2015, que ofrece un género de alta calidad en un espacio amplio, cómodo, moderno y seguro, para clientes y trabajadores. A ello contribuyen los pavimentos Altro, que al igual que en el resto de las tiendas Beher, han servido para cubrir los suelos de todo el local. En concreto, en la tienda de Valencia se han instalado 30 m² del modelo Altro Stronghold™ 30 / K30 color Midnight, en la



zona de corte de jamón y en la pequeña cocina, mientras en las zonas de tienda, bar, cafetería, escaleras y baños se han instalado un total de 240 m² de Altro Wood Safety™ color Vintage Cherry.

Q-Line de Q-railing resplandece con el estilo de Miami



El hotel de 5 estrellas Portals Hills Boutique Hotel, diseñado por ICAZAR Architects, es el resultado de la remodelación y ampliación de un hotel en Mallorca que ha recibido diversos premios internacionales. Sus resplandecientes fachadas blancas de superficie lisa, sus esquinas redondeadas y sus detalles del interior rezuman la arquitectura art decó, en particular el estilo Miami South Beach.

En el hotel Portals Hills, se ha utilizado el sistema de barandillas Q-line que comprende, esencialmente, postes de acero inoxidable 316 y pasamanos en horizontal con refinados rellenos de barra en acero. En algunos lugares incluso se han instalado barras curvas. Así, Q-railing garantizaba que, además de ofrecer un diseño de calidad y una instalación profesional, por parte de la empresa Calvia Balear, sus sistemas de barandillas cumplieran con todos los requisitos exigidos por las autoridades locales y nacionales.

De esta manera, la barandilla de balaústres Q-line de Q-railing convence con sus rellenos de barra. Los arquitectos y propietarios del hotel así lo atestiguan: la línea Q-line con rellenos de barra no solo ofrece la máxima transparencia, sino que también aporta un aspecto más elegante y decorativo de estilo art decó que cualquier otra barandilla de vidrio.

Iaso lanza su nueva web



IASO divulga su nueva web corporativa. Una estrategia digital que nace de la voluntad de presentar todas las soluciones que ofrece en protección solar, arquitectura textil y piscinas.



El principal objetivo del cambio es ofrecer la información de forma más accesible; estructurada para una óptima atención de todos sus mercados y sectores de interés. Al mismo tiempo, esta web quiere ser un medio de comunicación para dar a conocer a los usuarios todos los productos y proyectos, su progreso constante, las últimas noticias y las tres áreas de negocio que la constituyen.

La nueva plataforma está pensada para atender a profesionales y particulares. En el apartado “Ingeniería y Arquitectura Textil”, los profesionales del sector, encontrarán los proyectos realizados por el Departamento de Arquitectura de IASO. Con una navegación intuitiva, el usuario tiene acceso tanto a soluciones para espacios concretos como a soluciones de su sector de interés. Este nuevo soporte refuerza el contenido de cada proyecto y producto con la galería de imágenes, la descarga en PDF de la ficha técnica de los productos y la visualización de los catálogos online.

Con un diseño renovado, el nuevo formato digital pretende ser una herramienta más actual, útil y práctica. Presenta un diseño más visual y con la información precisa para lograr una navegación ágil y resolutiva.



SALÓN NÁUTICO
DE BARCELONA

CARAVANING

MOMAD-1001
BODAS

HOSTELCO

FÒRUM GASTRONÒMIC

NOVIEMBRE 2016

GASTRÓNOMA

FERIARTE

DICIEMBRE 2016

ALMONEDA
NAVIDAD

- En Madrid
- Del 14 al 18 de Diciembre
- 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

Datos Personales / Profesionales:

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

Forma de Pago:

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

Banco: _____

Titular: _____

Cuenta:

[illegible]

Firma / Sello: _____ Fecha: _____



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



NECTA



Soluciones
cerámicas
exclusivas

Favemanc
Sistemas de fachada ventilada

