

hostelpro

proyectos y proveedores de hostelería y restauración

ESPECIAL HOTELERÍA VACACIONAL

CLUBHOTEL RIU COSTA DEL SOL, TORREMOLINOS
AXELBEACH IBIZA

REPORTAJES

Software de gestión

Decoración en el hotel

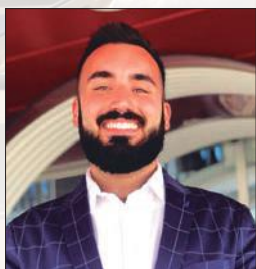
ENTREVISTAS



Manuel Vegas Lara
PRESIDENTE AEDH



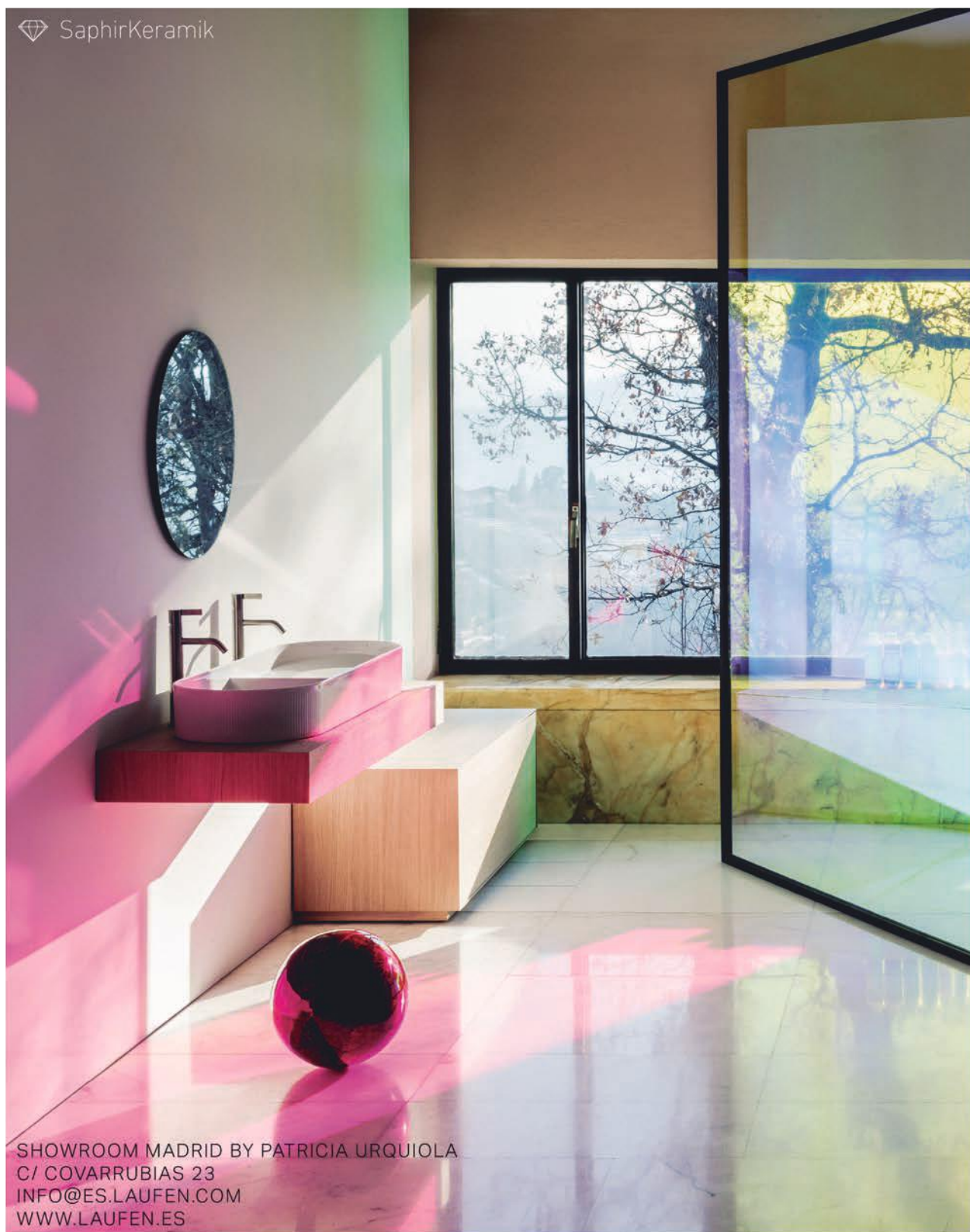
Rafael Ramírez
CLUBHOTEL RIU COSTA DEL SOL



Aleix Nadal Jiménez
AXELBEACH IBIZA

LAUFEN

◆ SaphirKeramik



SHOWROOM MADRID BY PATRICIA URQUIOLA
C/ COVARRUBIAS 23
INFO@ES.LAUFEN.COM
WWW.LAUFEN.ES

COLLECTION SONAR
Design by Patricia Urquiola



Foto: ClubHotel Riu Costa del Sol, Torremolinos

SUMARIO



Foto: AxelBeach Ibiza

Secciones /

Interiorismo 04

Soluciones Hoteleras 68

Novedades del Sector 70

Establecimientos del Canal 72

Proveedores del Canal 73

Agenda 74

Portada: AxelBeach Ibiza



PÁGINA 04. INTERIORISMO

Loli Moroño y Martina Casas: PFI Interiorismo



PÁGINA 10. ENTREVISTA

Manuel Vegas Lara, Presidente AEDH

PÁGINA 14. PROYECTO HOTELERO

ClubHotel Riu Costa del Sol, Torremolinos



PÁGINA 20. ENTREVISTA

Rafael Ramírez, Director ClubHotel Riu Costa del Sol, Torremolinos

PÁGINA 22. REPORTAJE

Software de gestión



PÁGINA 42. PROYECTO HOTELERO

AxelBeach Ibiza



PÁGINA 48. ENTREVISTA

Aleix Nadal Jiménez,
Director AxelBeach Ibiza



PÁGINA 52. REPORTAJE

Decoración en el hotel

editorial
**pro
tlen
das**

Editorial Protiendas, S.L.

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

STAFF

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

Directora de Arte / Marisol Navalón
Directora de Publicidad / Carmen Sánchez
Departamento Comercial / Paloma Elices
y Gema Cascales
Marketing y Comunicación / Teresa Font
Redes Sociales / Aivy Prendas
Soporte Informático / Dimanet Informática

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

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

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

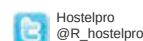




Foto: Loli Moroño y Martina Casas (PF1 Interiorismo)

ENTREVISTA:

Loli Moroño y Martina Casas

PF1 INTERIORISMO

PF1 Interiorismo es un estudio especializado en desarrollar proyectos integrales para el Contract Hotelero. "Tenemos una naturaleza inquieta y muy creativa y desde siempre hemos tenido claro que nos dedicaríamos a una profesión tan amplia, divertida y a la vez versátil como el interiorismo. Hace que estemos en continua evolución", con esta inquietud y pasión por la profesión Martina Casas y Loli Moroño fundaron PF1 Interiorismo. Recientemente galardonadas con el premio Hostelco 2018, por el proyecto Faro Isla Pancha, nos conceden una entrevista donde nos hablan de los entresijos de la profesión.

Explicarnos brevemente el desarrollo de su carrera profesional

La empresa surge de la pasión por la profesión y la experiencia en el entorno de la hotelería de dos mujeres: las interioristas Martina Casas y Loli Moroño. Tras varios años trabajando en distintas empresas de este ámbito, decidieron establecerse por su cuenta y fundar su propio estudio: PF1, que lideran como directora creativa (Loli) y directora técnica (Martina).

Además de sus fundadoras, el estudio lo integra un equipo de interioristas colegiadas que aportan, cada una de ellas, su experiencia y conocimiento para poder ofrecer a los clientes un servicio integral, en colaboración con una amplia red de partners que participan en cada proyecto.

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

Tenemos una naturaleza inquieta y muy creativa y desde siempre hemos tenido claro que nos dedicaríamos a una profesión tan amplia, divertida y a la vez versátil como el interiorismo. Hace que estemos en continua evolución.

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

Faro de Isla Pancha. Fotos: Iván Casal Nieto



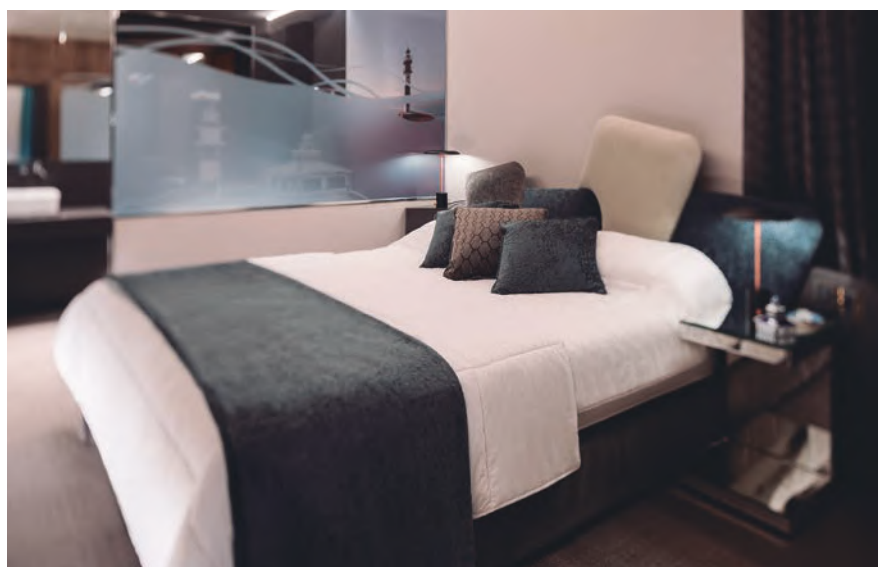
“La relación que establecemos desde PF1 Interiorismo con cada uno de nuestros clientes es cercana, flexible y de confianza...”

Cuando recibimos un nuevo encargo, el primer objetivo es escuchar a nuestro cliente, para ofrecerle una atención cuidada, analizando sus necesidades y las de su cliente, con el fin de dirigir nuestros proyectos de interiorismo a obtener la satisfacción de ambos. La relación que establecemos desde PF1 Interiorismo con cada uno de nuestros clientes es cercana, flexible y de confianza. Partimos de una experiencia previa en el Contract Hotelero y de un conocimiento del sector que nos permite desarrollar proyectos de diseño creativos, innovadores y rentables.

¿Cómo definirías tu estilo en los proyectos que realizas?

En PF1 Interiorismo realizamos proyectos muy diversos dado que nos adaptamos completamente al cliente objetivo del establecimiento.

No tenemos una línea de diseño única, apostamos por la diversidad, por eso PF1 Interiorismo lo conformamos un grupo de mentes despiertas, con personalidades propias y a su vez muy diversas, pero siempre desde la perspectiva de nuestra experiencia previa en hospitality.



Faro de Isla Pancha. Fotos: Iván Casal Nieto

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

Nuestro toque, sin duda, es la especialización, hemos realizado una arriesgada y diferenciadora apuesta. A pesar de que en nuestros comienzos pudiera provocar un vértigo increíble, el tiempo nos ha dado la razón, la especialización nos ha hecho más competitivos en este mercado.

Los hoteles son vuestro leitmotiv. ¿Qué os atrae de ellos?

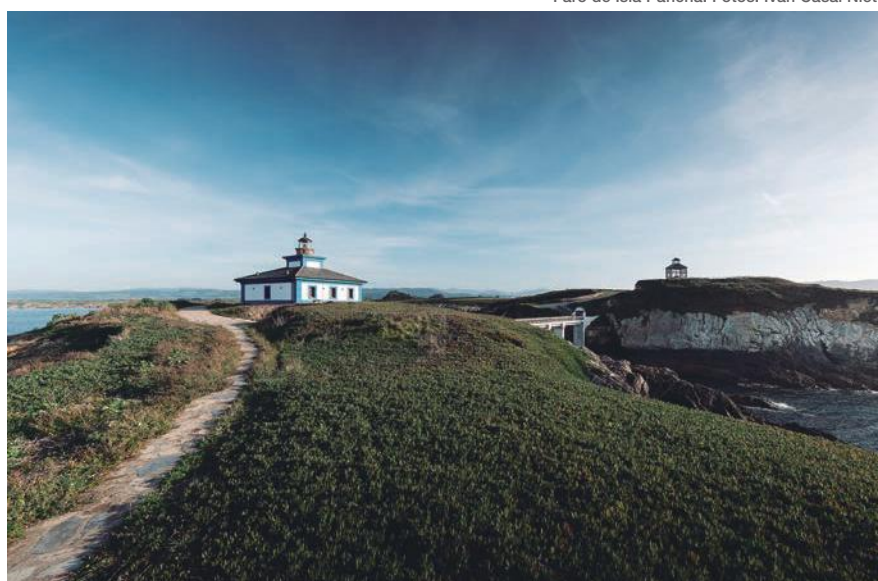
Como hemos comentado anteriormente, venimos de empresas

del sector y siendo sinceras nos fuimos dejando llevar. Con el tiempo nos ofrecieron otras oportunidades muy dispares, pero tomando conciencia nos hemos dado cuenta que era realmente lo que nos gusta, nos divierte y nos hace sentir plenas profesionalmente.

Tenemos la fortuna de hacer proyectos de estilos diferentes, jugar a ser serias o canallas, conservadoras o desenfadadas, en fin, nos lo pasamos fenomenal.

¿Qué papel juega el diseño en los establecimientos actuales?

Determinante, en estos tiempos que corren una imagen vale más que mil palabras y



Faro de Isla Pancha. Fotos: Iván Casal Nieto



Faro de Isla Pancha. Fotos: Iván Casal Nieto

muchas veces no hay segundas oportunidades para una primera impresión, con esto queremos decir que continuamente lanzamos información de nuestros establecimientos y la estética es una gran herramienta.

Sin palabras podemos comunicarnos con nuestros posibles clientes, situándonos en segmentos de población determinado y, lo que aún es mejor, dando a entender lo que pueden esperar de nuestras instalaciones si finalmente nos visitan.

Otro de los grandes poderes es transmitir estados de ánimo a través del color, de la iluminación y de otros factores determinantes en nuestros diseños.

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

No podemos hablar de un único elemento, cuando un proyecto decorativo funciona, suele ser un éxito de muchas pequeñas decisiones, además de un sinfín de factores ajenos al proyecto, pero también determinante. Como la visión del cliente, los intervinientes en la ejecución del proyecto y sin olvidar la historia que queremos contar.

“Otro de los grandes poderes es transmitir estados de ánimo a través del color, de la iluminación y de otros factores determinantes en nuestros diseños...”

Un diseño sin contenido no es nada, son simplemente objetos. Todo ello cobra sentido cuando le añadimos su alma.

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

Desde PF1 Interiorismo, nos gusta parar a reflexionar en todos esos factores que no se ven a simple vista pero se perciben, por ejemplo un buen acondicionamiento lumínico y acústico. También podemos fijarnos en aspectos como la domótica que nos facilita mucho la vida.

¿Cada cuánto tiempo se recomienda renovar la imagen de los espacios?

Hablar de fechas es muy poco fiable dado que es algo intangible.

No es igual un diseño atemporal, que un diseño de un hotel de tendencia.

Depende de los materiales, tonos, recursos usados, además de la inversión realizada.

Faro de Isla Pancha. Fotos: Iván Casal Nieto



VONDOM



WALL-STREET STOOL
by Eugeni Quitllet
& **FRAME TABLE**
by Ramón Esteve



Faro de Isla Pancha. Fotos: Iván Casal Nieto

En los foros del sector oscilan, antiguamente se hablaba de cada 20 años, luego se empezó a comentar cada 15 o 10 años. En el pasado Hostelco en algún foro escuchamos 8 años... Evidentemente no es exacto.

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

Cada vez somos más conscientes que tenemos que trabajar con materiales sostenibles y asegurarnos de que realmente lo sean y que

no queden en buenas intenciones. Evidentemente, en la medida de lo posible.

¿Qué ha supuesto para vosotros el premio Hostelco 2018 por el interiorismo del Faro de Isla Pancha?

Agradecimiento!!

Gracias a la organización de Hostelco, al jurado, a todos los proveedores y



profesionales que han intervenido en este proyecto.

Gracias a nuestro cliente, José Luis López Braña (Alojamiento turístico Isla Pancha), por hacernos participe del sueño que un día tuvo de vivir en la piel de un farero.

Destacar los dos proyectos finalistas Caro Hotel, Palacio Marqués de Caro, de Francesc Rifé, y Hoteles Santos Miramar, interiorismo a cargo de Aneta Mijatovic.

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

Actualmente estamos interviniendo en mayor o menor medida en 6 hoteles entre España y Portugal.

Faro de Isla Pancha. Fotos: Iván Casal Nieto



BLAISE MAUTIN
Parfumeur



GROUPE GM
AMENITIES EXCLUSIVOS

Madrid T. +34 914 310 614 | Porto T. +351 225 574 387
www.groupegm.es





Fotógrafo: Miguel Ángel Muñoz Romero

ENTREVISTA

Manuel Vegas Lara

Presidente AEDH



«Disponemos del mejor gabinete jurídico especializado en Turismo de España, una Bolsa de Empleo nacional e internacional muy fuerte, acuerdos con empresas que mejoran costes y calidades, seguros de accidente y hospitalización incluidos en la cuota y mucho más...»

Hace más de 46 años que se constituyó la Asociación Española de Directores de Hotel, con el objetivo de defender los intereses de los Directores de Hotel de España y potenciar la profesión. Desde la asociación son conscientes de la importancia del capital humano como elemento clave en el avance competitivo, considerando la formación el activo principal de todos los miembros. Por ello, Manuel Vegas, Presidente de AEDH desde 2016, asegura que desde la asociación se tiene "la obligación de actualizarnos tanto en tendencias gastronómicas hasta en todos y cada uno de los avances tecnológicos. Estamos hablando de un sector con tantas novedades diarias que es necesaria una asociación que les mantenga informados y que genere seminarios para mantener formados a sus profesionales". Conozcamos más acerca de sus objetivos y acciones que van a realizar.

Explíquenos brevemente cómo surge y qué recorrido tiene la AEDH.

La AEDH nace en 1972 y su recorrido es muy activo desde ese día hasta hoy. En sus inicios, se generó un Registro Oficial de Directores de Hotel, consolidándose así la figura del Director de Hotel como Directivo Alta Dirección.

En la actualidad, realizamos seminarios, encuentros y jornadas, aportando innovación y herramientas a los Directores para mejorar su gestión y resultados y además, como base fundacional, para defender la figura del Director del Hotel en todos los ámbitos.

Actualmente, ¿cuáles son las principales magnitudes que tiene la Asociación? (números de asociados, ámbitos, porcentajes de representación...)

Tenemos unos 1.200 asociados en tres niveles: Seniors (15%), Activos (75%) y Juveniles (10%). Tenemos representación en todas las Comunidades, siendo las más numerosas Madrid, Andalucía y Cataluña y estamos presentes en algunos órganos autonómicos de Mesas de Turismo, y colaboramos con Diputaciones y Ayuntamientos en la celebración de eventos turísticos.

¿Qué principales cometidos tiene actualmente la AEDH entre manos y

Fotógrafo: Miguel Ángel Muñoz Romero



hacia dónde va dirigida su actividad actual?

La formación en su más amplia expresión. Tenemos la obligación de actualizarnos tanto en tendencias gastronómicas hasta en todos y cada uno de los avances tecnológicos.

Estamos hablando de un sector con tantas novedades diarias que es necesaria una asociación que les mantenga informados y que genere seminarios para mantener formados a sus profesionales.

¿Por qué debería un director de hotel pertenecer a la AEDH? ¿Qué ventajas aporta ser miembro de la asociación?

Todo directivo de hotel debería formar parte de la AEDH por ser su asociación natural y porque ofrecemos la oportunidad de pertenecer a un colectivo profesional que defiende sus intereses y le permite confraternizar con otros Directores, intercambiar



Fotógrafo: Miguel Ángel Muñoz Romero

ideas y proyectos mutuos, y hacer networking con las empresas colaboradoras de la AEDH.

Disponemos del mejor gabinete jurídico especializado en Turismo de

España, una Bolsa de Empleo nacional e internacional muy fuerte, acuerdos con empresas que mejoran costes y calidades, seguros de accidente y hospitalización incluidos en la cuota y mucho más.



ezpeleta^e

Parasoles, mobiliario
y cojines de exterior

info@ezpeleta.com
tel. +34 986 293922
www.ezpeleta.com

GRUPO EZPELETA
SINCE 1935



PME lider'17

Consulte a su distribuidor

VILA



Fotógrafo: Miguel Ángel Muñoz Romero

El sector hotelero ha cambiado mucho en los últimos años. ¿Qué características debe reunir el director de hotel actual?

Debe poseer unos conocimientos sobre gastronomía y tecnología actualizados, además de estar abierto a nuevas tendencias y novedades.

El director de despacho ya no es viable, es necesario un poco de despacho y mucho de "campo". Es fundamental concienciar de la necesidad de asistir a seminarios, jornadas y ferias. Es imprescindible concienciar sobre que no se es más productivo por estar encerrado en el hotel.

¿Cuáles son los principales retos a los que se enfrentan actualmente el director y su equipo en un establecimiento hotelero?

Sobre todo las comparaciones y comentarios en Redes. Estamos hablando de satisfacer expectativas, sensaciones, deseos y para ello debemos estar preparados todo el equipo, desde Mantenimiento a Dirección, generar ese espíritu a nivel interno, estamos para satisfacer "emociones" y si no sabemos hacerlo, no tendremos mucho porvenir.

"Con formación y motivación interna, podemos lograr ofrecer el mejor servicio y la mayor calidad..."

¿Qué estructuras físicas y organizativas precisa un hotel para garantizar una calidad y un servicio adecuado?

No es necesario generar grandes estructuras físicas/organizativas; es necesario saber con qué mimbres contamos y saber hacer un buen cesto.

Con formación y motivación interna, podemos lograr ofrecer el mejor servicio y la mayor calidad que nos es posible.

Desde su punto de vista, ¿qué principales pasos debe dar el director de un hotel para optimizar el crecimiento de su hotel?

Para crecer en la fidelización de nuestros clientes, habría que volver un poco a los orígenes de los tiempos y regresar a una cultura basada en la hospitalidad y el humanizar.

Los clientes no son estadísticas; hay que hacer del hotel su casa y ofrecerle las sensaciones que encuentra entre su

familia y amigos. Calidez y humanidad son los ingredientes mágicos.

Seguramente así generaríamos más clientes directos con el consiguiente ahorro de comisiones.

¿Cree que la formación es la adecuada? ¿Qué materias deberían incluir los planes de estudio actuales para formar a profesionales eficientes y competitivos?

Echo mucho de menos que tanto en Grado como en los distintos Master, no haya profesionales hoteleros, son muy, muy escasos. Creo que el futuro profesional debe estar más cerca del sector.

Muchas universidades imparten clases magistrales con profesores de la propia universidad, pero que no están en contacto con la vida real turística; les falta mucha clase operativa profesional y, sobre todo, participativa. Tanto si hablamos de Dirección estratégica debe ser un profesional, como si hablamos de Redes o de Revenue, estaríamos ante la misma necesidad.

En la actualidad, ¿cuál es el mercado emergente?, ¿sigue estando el hotel español, por su calidad y servicio, por encima de los de la mayoría de países?

Por supuesto, disponemos del mejor profesional existente, es más hay muchas cadenas internacionales que indican en el perfil ideal de sus directores, que sean españoles, llevamos en vena el Turismo y la Hospitalidad.

Para terminar, ¿cuáles son las perspectivas del sector para el futuro?

Seguir generando emociones y satisfaciendo sueños, con aportación tecnológica, nunca robotizada, innovando servicios y sensaciones.

Por supuesto, una parte importante es mejorar la calidad medio ambiental del hotel, ser lo más respetuosos posible, ya que también formamos parte de la humanidad. Y, sobre todo, ser muy éticos, participar responsablemente de la sociedad que nos rodea.



Posibilidad de remate
con perfil de aluminio

Calzo exterior que evita el contacto
entre el vidrio y el aluminio

Calzo interior que fija el vidrio
y aporta estabilidad

Tornillo de acero inoxidable
calidad A4

Perfil de drenaje
mecanizado



Barandilla View Crystal

Seguridad invisible

DOS VERSIONES: VIEW CRYSTAL Y VIEW CRYSTAL PLUS

MÁXIMA SEGURIDAD

Resistencia de $\leq 3,0$ kN/m
Válido para las zonas A1, A2, B, C1, C2, D1, D2 y G del CTE

ESTÉTICA

Perfil en forma de U
Disponible en cualquier acabado

MÚLTIPLES OPCIONES

12 posibilidades de acristalamiento
Disponible perfil mecanizado o sin mecanizar



SISTEMAS DE ALUMINIO Y PVC PARA LA ARQUITECTURA

PROYECTO HOTELERO

ClubHotel Riu Costa del Sol, Torremolinos

NUEVOS ESPACIOS CONTEMPORÁNEOS



El nuevo complejo, situado en primera línea de mar, es el resultado de la unificación y la espectacular reforma completa de los hoteles Riu Belplaya y Riu Costa Lago. El resort ofrece 3 restaurantes, 6 bares, 5 piscinas, un parque acuático 'splash' y el servicio Todo Incluido 24 Horas de RIU. La renovación del ClubHotel Riu Costa del Sol forma parte del plan estratégico de RIU para aumentar la calidad de su oferta en Torremolinos, apostando por la reforma integral de todos sus hoteles. Además, este cuatro estrellas quiere ser el último grano de arena para incrementar el atractivo de esta localidad.



Foto: ClubHotel Riu Costa del Sol, Torremolinos



Foto: ClubHotel Riu Costa del Sol, Torremolinos

La cadena internacional RIU se fundó en Mallorca, España, en 1953 como pequeño negocio vacacional de la familia Riu, fundadora y actual propietaria en tercera generación. La compañía se centra en la hotelería vacacional y más del 70% de sus establecimientos ofrecen el reconocido servicio All inclusive by RIU.

Con la inauguración de su primer hotel de ciudad en 2010, RIU amplió su gama de productos con su propia línea de hoteles urbanos llamada Riu Plaza. Mientras, RIU

Hotels & Resorts cuenta con 95 hoteles en 19 países que reciben cada año a más de 4 millones de clientes y en los que trabajan un total de 26.867 empleados.

En este 2017, una de las últimas aperturas de la cadena Riu Hotels & Resorts ha sido la del ClubHotel Riu Costa del Sol.

Se trata de un renovado establecimiento que pretende operar nueve meses al año, puesto que este tipo de producto, más orientado al cliente familiar, está marcado

por la turoperación con estos tiempos de ventas. Y, surge como resultado de la reforma completa y unificación de los hoteles Riu Belplaya y Riu Costa Lago.

Siendo, uno de los puntos a favor de este hotel, su privilegiada ubicación, sobre el paseo marítimo de Torremolinos, a escasos metros de la playa.

En el diseño de la reforma se ha seguido un estilo contemporáneo y fresco, ofreciendo nuevos servicios, como

Fotos: ClubHotel Riu Costa del Sol, Torremolinos





conexión wifi gratuita en todo el hotel y programa Todo Incluido 24 Horas, haciendo que el establecimiento cuente con una categoría de 4 estrellas, y convirtiéndolo en la opción ideal para disfrutar de unas vacaciones en familia en el Sur de Málaga.



Fotos: ClubHotel Riu Costa del Sol, Torremolinos

El nuevo hotel está compuesto por 596 habitaciones que han sido completamente reformadas y equipadas con todas las comodidades, para poder satisfacer las distintas demandas de los huéspedes.

Estos espacios presentan ahora nuevo mobiliario y decoración en una gama de blanco, tierra y azul, tonos que crean espacios luminosos y acogedores. Los baños son de nueva construcción, con

Expositor digital interactivo para hoteles

Información 24/7

Showcases es una solución de cartelería digital, que puede instalarse en zonas comunes y en las habitaciones del hotel.

Es compatible con displays y televisores ya existentes.

El móvil del cliente, sin que sea necesario instalar ninguna App, se conecta al display y se convierte en mando a distancia para acceder a los contenidos y descargar la información, de forma que pueda ser utilizada posteriormente.

Fácil de instalar, personalizar y mantener.

Multidioma. El idioma del móvil se detecta automáticamente.



showcases

mshowcases.com | 91 8046105 | info@movilok.com



Foto: ClubHotel Riu Costa del Sol, Torremolinos

equipamiento moderno y cerámica en tonos naturales; y ofrecen ahora duchas estilo walk-in.

En la nueva distribución, el acceso al hotel se realiza a través de un amplio y luminoso edificio de recepción, en el cual se ubica el lobby bar 'Rebujito', desde donde una serie de paseos cubiertos guían al cliente hasta su habitación.

Igualmente, se ha desarrollado un diseño de establecimiento con el que se puede disfrutar de espacios en jardines y terrazas para, de esta manera, poder

aprovechar el excelente clima de la Costa del Sol, a la vez que se disfruta de una comida o un cóctel.

De esta manera, para poder garantizar espacios suficientes de sombra y, así, embellecer aún más las zonas ajardinadas, RIU ha cultivado decenas de palmeras nuevas, que se han sumado a las ya existentes.

Aparte de todo esto, en las instalaciones de este establecimiento podemos encontrar cuatro piscinas exteriores y una interior climatizada, además de un

"La renovación del ClubHotel Riu Costa del Sol entra dentro del plan estratégico de la cadena hotelera Riu Hotels & Resorts para aumentar la calidad de su oferta apostando por la reforma integral de todos sus hoteles..."

divertido y atractivo parque de juegos acuáticos para los más pequeños. De entre todos estos espacios, destaca la piscina principal, de más de 400 metros cuadrados, que está situada en primera línea de mar y rodeada de un atractivo solárium.

Por otro lado, la gastronomía de este hotel, ubicado en Málaga, ofrece una gran variedad y calidad en cada uno de sus restaurantes. De esta manera, los clientes podrán escoger para sus cenas entre el bufé de cocina internacional ofrecido en el restaurante principal 'Ajoblanco', o bien el restaurante italiano 'La Dolce Vita' o, por el contrario, el restaurante de cocina andaluza 'María Sardina'.

Asimismo, el ClubHotel Riu Costa del Sol ofrece también seis bares repartidos por todo el complejo, desde el lobby hasta la plaza, pasando por la piscina y el teatro, entre los que destaca, por su novedad, el Sports Bar.

De igual manera, para poder disfrutar de una estancia de ocio y descanso,

Fotos: ClubHotel Riu Costa del Sol, Torremolinos





Foto: ClubHotel Riu Costa del Sol, Torremolinos

el hotel cuenta además con una zona wellness con gimnasio, baño turco y spa con todo tipo de tratamientos de belleza y relajación; así como con un completo programa de animación diurna, programa

deportivo con RiuFit, y espectáculos y música en vivo por las noches.

La renovación del ClubHotel Riu Costa del Sol entra dentro del plan estratégico

de la cadena hotelera Riu Hotels & Resorts para aumentar la calidad de su oferta apostando por la reforma integral de todos sus hoteles.

Esta rehabilitación y transformación se suma a la ya llevada a cabo en los hoteles Riu Nautilus y Riu Monica, que fueron renovados en 2013 y 2016 respectivamente. Estos dos establecimientos de Torremolinos y Nerja seguirán operando durante todo el año ya que se orientan a un cliente más adulto, segmento que no está tan marcado por la temporalidad.

Actualmente RIU se ha convertido en la 29ª mayor cadena del mundo, la segunda en España por ingresos y la tercera por número de habitaciones.

Fotos: ClubHotel Riu Costa del Sol, Torremolinos



Foto: ClubHotel Riu Costa del Sol, Torremolinos



Rafael Ramírez

Director ClubHotel Riu Costa del Sol, Torremolinos



Rafael Ramírez. Director ClubHotel Riu Costa del Sol, Torremolinos

El hotel Riu Costa Lago, surge de la profunda reforma y unificación de los hoteles Riu Belplaya y Riu Costa Lago, ¿qué pasos se llevaron a cabo para conseguirlo? ¿Qué estrategias se siguieron?

La renovación del Hotel Riu Costa del Sol fue una reforma integral que se llevó a cabo desde el noviembre 2016 hasta el 28 de abril 2017. Esta reforma forma parte del plan estratégico de la cadena para aumentar la calidad de su oferta, apostando por la reforma integral de todos sus hoteles.

Tras esta reforma hemos unificado los hoteles Riu Belplaya y Riu Costa Lago en un solo complejo de 4 estrellas, con un estilo contemporáneo y fresco, nuevos servicios como conexión wifi gratuita en todo el hotel y programa Todo Incluido 24 Horas.

Hemos convertido este hotel en la opción ideal para disfrutar de unas vacaciones en familia en el sur de Málaga.

Actualmente, ¿con que principales magnitudes cuenta el hotel? (superficie,

número de habitaciones, empleados, ocupación...)

El hotel de 4 estrellas cuenta con 596 habitaciones y 1.232 camas. Gracias a su reforma integral y una inversión de 25 millones de euros hemos mejorado la calidad y hemos modernizado nuestra oferta. La ocupación del hotel varía según temporada entre el 80% y el 100%.

¿Qué tipo de características comparte con el resto de establecimientos de la enseña?

RIU es una empresa familiar que cuenta con más de 60 años de experiencia vacacional. En el Hotel Riu Costa del Sol seguimos la misma filosofía que en el resto de los establecimientos de RIU: atender al cliente con el corazón, ofrecerles un servicio personalizado, estar siempre atento y tratar a nuestros huéspedes bien para que se sientan como en su casa. Además, apostamos por un estricto compromiso con la calidad, tanto de las instalaciones como del servicio.

Después de esa gran renovación que se ha llevado a cabo, ¿qué magnitudes tiene el hotel?

Es un hotel prácticamente nuevo y moderno, con 596 habitaciones, zonas comunes, restaurantes y lobby completamente reformados, con nuevo mobiliario y decoración, además ahora cuenta con mayores espacios ajardinados y terrazas. Nuestros huéspedes pueden disfrutar de cinco piscinas, cuatro exteriores y una interior. La piscina principal mide más de 400 metros cuadrados y está situada en primera línea de mar. Para los niños se ha creado un parque de juegos acuáticos.

Por otro lado, ofrecemos 3 restaurantes, uno de cocina internacional, un

Foto: ClubHotel Riu Costa del Sol, Torremolinos



restaurante italiano y otro que ofrece especialidades de cocina andaluza. La oferta se completa por 6 bares y el servicio Todo Incluido 24 Horas de RIU. También contamos con una zona wellness con gimnasio, baño turco, un spa con diferentes tipos de tratamientos y una propuesta amplia de animación que incluye, el programa deportivo RiuFit para mantenerse en forma.

¿Qué acogida está teniendo el Chotel Riu Costa del Sol? Y, ¿qué previsiones tienen, con respecto al hotel, a corto y medio plazo?

La acogida está siendo estupenda, sobre todo ahora que empieza el buen tiempo y se acerca el verano. Las previsiones son muy positivas porque al cliente le gusta mucho la nueva imagen y los servicios del hotel. Ahora, teniendo un gran hotel, prácticamente nuevo, con mejores instalaciones y servicios de primera calidad que ofrece una multitud de restaurantes, bares, piscinas y una propuesta amplia de animación, esperamos atraer un cambio en el tipo de cliente y aumentar mucho el cliente familiar.

¿Cuál es el huésped ideal al que se dirige el establecimiento?

Principalmente apostamos mucho por el cliente familiar gracias a la oferta de Todo Incluido 24 Horas y a las nuevas instalaciones como el nuevo RiuLand, piscina infantil o el Splash Park.

No obstante, el turismo de "sol y playa" tiene unos clientes muy definidos, que saben lo que desean en todo momento, ¿qué servicios ofrecen para diferenciarse del resto de establecimientos?

Por un lado, nuestro principal objetivo es ofrecer unas instalaciones de primera con un producto de alta calidad y con tarifas muy accesibles. Para nuestros clientes, además, el servicio de RIU no es comparable con otros hoteles y nos lo demuestra la



Foto: ClubHotel Riu Costa del Sol, Torremolinos

clientela repetitiva. Por eso, para RIU el servicio es la seña de identidad. Cada día nos esforzamos para que siga siendo así, que nuestros clientes estén satisfechos, que disfruten y vuelvan a nuestros hoteles. Y para ello, nos servimos de un equipo que marca la diferencia.

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

Hemos creado espacios más amplios y luminosos con un mobiliario nuevo y decoración en una gama de blanco, tierra y azul, tonos que crean espacios luminosos y acogedores. Los baños son de nueva construcción, con equipamiento moderno y cerámica en tonos naturales. El nuevo diseño ofrece grandes espacios en jardines y terrazas para aprovechar el excelente clima de la Costa del Sol.

Por último, ¿qué percepciones debe transmitir el hotel Riu Costa de Sol? ¿Por qué deben regresar sus clientes?

La experiencia de unas vacaciones se compone de muchos elementos y al final todo suma o resta. Hay cosas que si están bien hechas no se perciben, pero que son esenciales como puede ser la limpieza y en esto en RIU somos extremadamente exigentes.

Otro factor determinante es la comida. Si falta variedad y calidad, esto se refleja directamente en las encuestas de satisfacción.

Pero lo más importante es el personal y el servicio que ofrecen. La atención al detalle, la amabilidad y la sonrisa, igual como la profesionalidad. Estoy muy orgulloso del equipo del Hotel Riu Costa de Sol que día a día despide a clientes satisfechos.

Foto: ClubHotel Riu Costa del Sol, Torremolinos





Foto: Barceló Hotels&Resorts

Software de gestión

El motor indispensable

La gestión de un establecimiento turístico requiere un control de los flujos de trabajo muy importante. Además, el número de trabajadores, clientes y opiniones en Internet obligan a revisar constantemente muchos aspectos que a veces no hay tiempo material de dominar. Es aquí cuando aparece el Software de gestión, una aplicación que ayuda a los trabajadores a gestionar las reservas, materiales, recursos humanos o servicios de mantenimiento, entre otras funciones. Siendo una de las principales ventajas de este software de gestión hotelera la conectividad directa con los canales de venta.

El turismo es uno de los grandes sectores económicos de nuestro país, y como tal está aprovechando con mayor intensidad los enormes avances tecnológicos que se suceden a ritmo vertiginoso en todo el mundo.

Un programa de gestión hotelera se convierte, a día de hoy, en un elemento fundamental para cubrir las necesidades diarias de cualquier establecimiento turístico que quiera estar a la vanguardia, ya que proporcionan automatización, agilización de procesos y centralización de la información, siendo la consecuencia

inmediata una clara mejora de la productividad. Gracias a esto, se optimizan y resuelven rápidamente las funciones operativas, administrativas o de mantenimiento.

En este momento, el software de gestión que se comercializa por parte de todas las empresas especializadas en su desarrollo, debe ser un sistema modular que permita adaptarse fácilmente a las muy diversas características y diferentes necesidades de cada uno de los negocios de hospedaje en los que está dividido el negocio hotelero.

Entre estos, podemos encontrar perfiles tan divergentes como hoteles independientes, integrados en cadena, urbanos, resorts vacacionales, rurales, balnearios, de gran capacidad, medianos o pequeños, de lujo o low cost. Para todos ellos tiene que haber una solución específica y a la vez global, y su tecnología tiene que permitir que el sistema esté tanto alojado en la ubicación física del hotel como de forma remota en servidores del proveedor del sistema. Por eso, todos los fabricantes de software “escuchan” la problemática de cada uno de sus clientes para dar así con una solución concreta a todos ellos.

Además, teniendo en cuenta la importancia del sector turístico para la economía de España, es interesante conocer y valorar aquellas opciones que lo hagan evolucionar, sobre todo de cara al cliente.

Por ejemplo, la utilización de un software que permita automatizar el proceso, hacerlo más ágil tanto para el hotel como para el cliente, ofrecerá todas las garantías y proporcionará una información más completa al usuario sobre muchos aspectos, tales como diferentes tipos de alojamientos, servicios extras, ubicación, actividades...

Asimismo, la automatización de procesos se ha convertido en un factor fundamental, permitiendo que operaciones como la generación, gestión y envío de facturas que habitualmente ocupan mucho tiempo, se realicen de manera cómoda, con un gran ahorro de costes y con la satisfacción del cliente, cuya reserva se gestionará de forma eficaz.



Foto: Noray

Gracias a todos estos beneficios, actualmente, el software de gestión se encuentra ampliamente extendido por el mundo empresarial, alcanzando cuotas cercanas al 100% en los mercados más avanzados y entre las cadenas hoteleras grandes y medianas de cualquier parte del planeta. Sin embargo, aún existe un amplio universo de establecimientos, generalmente los pequeños e independientes, que todavía son ajenos a una tecnología que ha probado su enorme utilidad, pero quizás aún con un precio elevado dado el contexto pasado donde se sufrió una grave crisis en la economía mundial y un acceso limitado a la financiación, aunque su contrapartida es una notable simplificación de las tareas.

No obstante, es inconcebible la pervivencia en un futuro próximo de hoteles sin estos sistemas o con ellos

ya obsoletos, fundamentalmente por las exigencias del cliente, que demanda información rápida y constante sobre tarifas, reservas, disponibilidad... y está atento, además, a las experiencias de otros usuarios, de las que a menudo depende su decisión definitiva de compra.

Los sistemas hoy

El desarrollo tecnológico va en línea con el nivel de desarrollo de todas las cosas que nos rodean, y éste va muy rápido. “En la mayoría de los casos, se trata de un desarrollo reactivo para poder adaptarse a la nueva casuística en la que se va viendo inmerso el sector y, en definitiva, las nuevas necesidades y posibilidades que la tecnología va poniendo a disposición de todos”, analiza Miriam Perera, Directora de Marketing de Noray. “En la última década se han producido multitud de avances en el

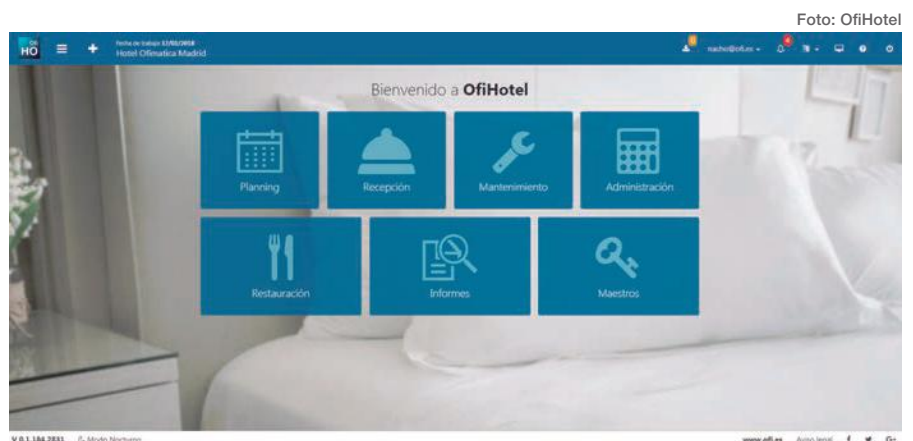


Foto: OfiHotel

SU INSTALACIÓN EN ESPAÑA

El sector hotelero Español cada vez es más consciente de que la única vía para poder competir es la implantación de soluciones de software centralizados.

La práctica totalidad de hoteles de más de 50 habitaciones cuenta con un software de gestión hotelera PMS, que se considera básico para la gestión y control del hotel y huéspedes. Un paso más son los software de gestión integrados, en los que en una misma aplicación y base de datos se encuentra el PMS y el ERP. De las cuales, el grado de aplicación está siendo cada vez más importante, ya que el hotelero lo tiene en cuenta. En relación a esto, es muy habitual que se busquen sistemas de channel manager que ayuden en la gestión del inventario del hotel, por ejemplo, herramientas de integración con los distintos canales online es lo más demandado hoy en día. A esto hay que añadir todo lo referente a la venta online de habitaciones: página web y motor de reservas del propio hotel, también de gran demanda.

Con todo esto, podemos indicar que, en general, el grado de aplicación de las tecnologías en el sector es bastante generalizado, en gran medida, por los cambios en los hábitos de compra de los clientes, el sector se ha visto obligado a evolucionar. Los hoteleros se han dado cuenta de que, gran parte de la población, contrata todos sus servicios a través de internet, y para esto necesitan apoyo tecnológico. Pero cabe destacar que las tecnologías 'on-premise' siguen siendo las más utilizadas pero en algunos casos vemos una tendencia al alza al interés por tecnologías en la nube. Además, se observa cómo acciones comunes en el mundo e-commerce se extrapolan al mundo hotelero.

sector, como más importantes podemos citar: la recepción de reservas de forma automática a través de los channel y motores de reservas, la adquisición electrónica de documentos de identidad

y la supresión de documentación firmada por los viajeros a través de sistemas biométricos de adquisición de firmas", enumera Ignacio Alonso, CEO de Green Software.

Foto: Redforts



Gracias a estos sistemas, "se evitan desviaciones o errores humanos, antes no se le prestaba tanta atención, pero hoy en día se controla todo en un hotel y un software te ayuda a evitar todos estos errores, ejemplo claro es disponer de un mismo sistema para envío de las consumiciones del bar a recepción", define Nacho García, Product Manager de OfiHotel.

Así pues, el software ha ido evolucionando con el sector turístico. "La necesidad de ser un sector más global ha hecho que se desarrollen herramientas que proporcionen a los hoteles una gran visibilidad en las redes, y que el cliente final pueda comprar su alojamiento a través de cualquier tipo de dispositivo y en cualquier momento del día", describe Ana Isabel Pérez, Departamento de I+D de Landín Informática. "Evidentemente, la otra causa de esta evolución es la mejora de la atención al cliente. Y mejora de la experiencia de estos", añade Nacho García. Y, José Alberto Terrasa, Product & Innovation Manager de Quonext, indica que como gran punto destacable está la integración del PMS con otros software dedicados a tareas muy especializadas. "Los PMS han pasado de ser una pieza única a ser la parte central de un ecosistema de software que operan entre ellos".

Además, "las obligaciones legales de diferentes estamentos han hecho que el hotelero implante un sistema o software de gestión para agilizar el sistema y no gastar tiempo en repetir mecanismos que se pueden solucionar con un simple click, como por ejemplo el envío de la ficha policial o envío de la estadística INE", especifican desde OfiHotel.

Asimismo, cabe destacar que durante los últimos años se ha invertido principalmente en estrategia de venta. En este sentido, "el hotelero dispone, a día de hoy, de una multitud de canales de venta (OTA) para diferentes segmentos de mercado y herramientas que les permite aglutinar todas ellas de forma un poco más sencilla (Channel Managers). Ello ha conducido a la proliferación de productos que automatizan el proceso de venta, tales como RMS y herramientas de inteligencia que ayudan al hotelero a tomar algunas decisiones", define Ricardo

Vargas, Responsable de la división Cloud de Tesipro. Igualmente, Nacho García asegura que en la actualidad los hoteles están viendo como indispensable en su gestión de reservas la conexión bidireccional (manejando disponibilidad y precios de alojamientos) con las diferentes OTAS o Channel Manager. Además, “por la demandada movilidad de los nuevos gestores y directores de hoteles, cada día la solicitud de software en cloud es mayor y aunque queda camino por recorrer, las herramientas en cloud ya han alcanzado un importante número de establecimientos en la actualidad, por ello todos los proveedores de software están creando nuevas versiones haciendo un importante esfuerzo en estas empresas”.

Por otro lado, Miriam Perera (Noray) asegura que los principales avances en la última década, en cuanto a los sistemas de gestión hoteleros, han venido condicionados por un gran avance que centraliza todo el resto: la nube. “Y que las grandes posibilidades que la nube ha dado, han permitido que nuevas



Foto: Millenium Soft

tecnologías como la explotación del Smart Data y su visualización a través de cuadros de mando (BI) en dispositivos móviles sea una realidad a día de hoy”. Del mismo modo, Frede Palmés, Responsable atención al cliente de Engissoft, expone que “la evolución de los sistemas en nuestro caso es la apuesta por un software de gestión hotelera en la nube. El hecho de estar en la nube permite que el software esté disponible en cualquier sitio y en cualquier momento. Todo ello favorece la utilización de apps para móviles y tablets y una mayor movilidad”.

Por otra parte, en lo que se refiere al control de los datos, otro gran cambio que no para de evolucionar es la mejora de la conectividad entre estos sistemas: “cada vez los PMS/ERP tienen una conexión mejor con otros elementos del ecosistema de gestión que permiten a los establecimientos hoteleros y cadenas tener una mayor coherencia y seguridad en sus datos, así como una consecuente mejora en la eficiencia y rapidez de sus procesos”, especifican desde Noray. En este sentido, “nos hemos preocupado por seguir desarrollando un PMS que cubra las nuevas necesidades del

MenuL@n® Software para Hostelería



OrderL@n® Telecomandas



HoteL@n® Software para Hoteles



HoteL@n Mobile

986 858 858
www.landin.es

L@ndín®
informática



Foto: Meliá Hotels International

sector, nuevos métodos de trabajo e integraciones certificadas con mayor número de empresas/terceros para garantizar la eficiencia operativa de nuestros clientes”, precisa Álvaro Gómez, Director Comercial de Sihot.

Así pues, “para adaptarse a esta realidad los proveedores de software están ofreciendo a los hoteleros sistemas que se adapten, con funciones avanzadas de automatización para los procesos de fijación de precios, de venta, y de planificación automática y sistemas que agilizan el checkin y checkout”, especifica Jan Korstanje CEO y co-fundador de Redforts.

La demanda del sector

En estos últimos años, se ha creado un tipo de necesidad que, corresponde con la forma en que se manejan ciertos sectores relacionados con la venta, que se ha ido cubriendo con herramientas web, pero la implantación y desarrollo de un sistema de gestión, se ha convertido en una necesidad fundamental ante los cambios que el mercado está experimentando. En este aspecto, las distintas empresas realizan grandes avances tecnológicos en sus productos. La inminente evolución tecnológica apunta a la necesidad de migrar las plataformas de gestión tradicionales a sistemas abiertos. Esto permitirá al hotelero acceder a una amplia gama de herramientas disponibles en el mercado, aptas para implementar en cualquier sistema, que le permitirán adaptarse con agilidad a los cambios y exigencias del sector, reducir los costes

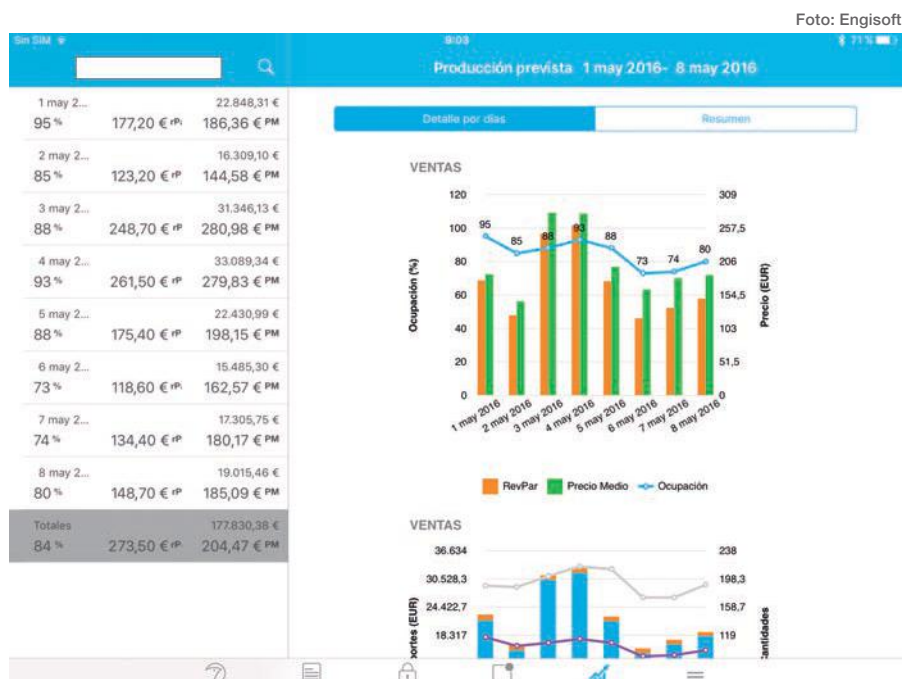
derivados de actualizaciones de software u ofrecer un mejor servicio a sus clientes, entre otros aspectos.

En este sentido, actualmente, el mercado demanda herramientas que les permita llegar a potenciales clientes, de forma más directa y ágil, reducir costes, ganar en eficiencia y seguridad. Afortunadamente, cada día son más las empresas que están siendo conscientes de la importancia de los software de gestión hotelera, para conseguir resultados sin pérdidas y que resulten rentables, con lo cual, son herramientas informáticas muy necesarias en este momento de la economía mundial y sobre todo de nuestro país, que tiene una importantísima industria turística, en la cual se deben de ofrecer servicios

de calidad a su justo precio y que sean rentables para la industria.

En la actualidad y gracias a las nuevas tecnologías que manejamos, surgen nuevas necesidades del sector al elegir un software de gestión. De esta manera, la principal necesidad de las instalaciones hoteleras es la de vender su oferta, “por ello es importante disponer de un PMS conectado con el channel y motor de reservas que el hotelero tenga contratados, de forma que se sincronice la disponibilidad entre los diferentes portales”, destacan desde Green Software. Por esta razón, “se busca un soporte 24/7. Un establecimiento hotelero abre las 24h del día y la gestión del día a día puede ser más complicado de lo que parece. Es indispensable estar cerca del hotelero cuando en cuanto lo necesite”, consideran desde Tesipro.

Además de las necesidades básicas solicitadas por el sector desde hace años como la gestión interna de reservas, gestión de check-in, check.out, facturación y gestión contable, “desde hace unos años el sector demanda una gestión unificada de las propias reservas directas, las reservas realizadas desde el motor de reservas y los diferentes canales online (OTAs), reduciendo y casi haciendo desaparecer las posibilidades de Overbooking”, analizan desde Ofihotel. Asimismo, Rodolfo Pérez, Sales Director de Codisys, describe que “el cliente del



sector de la restauración lo que busca a la hora de implantar soluciones de hardware y software es poder tener el control de la gestión de su negocio de forma ágil, además, el soporte en este sector es crítico y por ello los servicios de hotline y mantenimiento técnico en días festivos y fines de semana, con una cobertura alineada con el restaurante, crea confianza en el usuario al tener la certeza de que, por lo menos, se le va a orientar y asesorar y atender sus incidencias en tiempo y forma”.

En resumen, el hotelero centra su foco en las ventas. “Por ese motivo los principales factores son la conectividad con los Channel Managers y software de Revenue. Pero además de las ventas busca soluciones de gestión que aparte de proporcionar esta conectividad, gestione eficientemente el Front Office y sin descuidar el Back office”, describen desde Engisoft. Por ello, el sector demanda sobre todo, “agilidad, rapidez y sistemas que se adapten a la dinámica de la venta online, la elasticidad de los

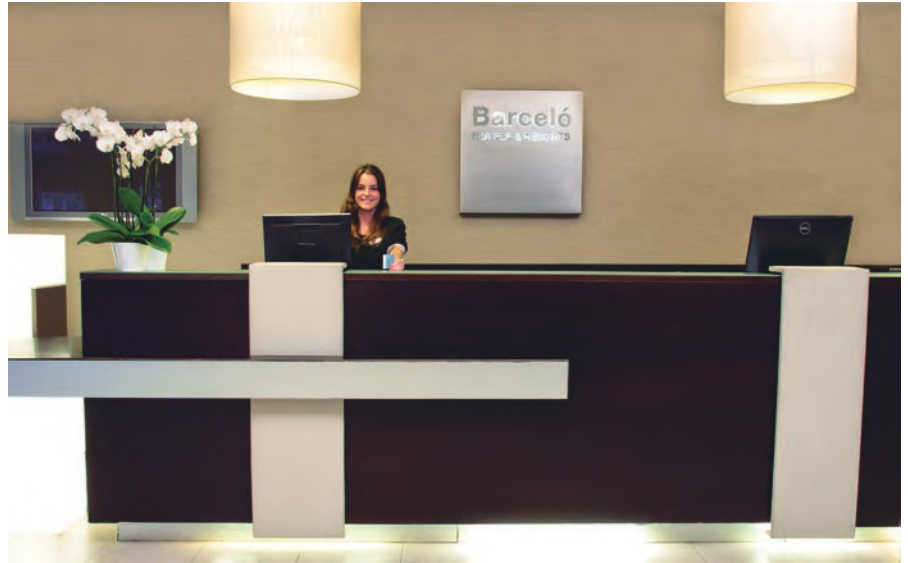


Foto: Barceló Hotels&Resorts

precios y la necesidad de crear alta ocupación. Con lo que son los Automatic Revenue Managers, Channel Managers Integrados, Sistemas de planificación automática y Sistemas de gestión de cobro, los más demandadas”, especifican desde Redforts.

Por otro lado, otra necesidad que hoy en día es indispensable es la movilidad en la gestión, es decir, poder trabajar cuándo y dónde quieras sobre tu propio software de gestión, esto está provocado por la profesionalización completa del sector y la realidad de que todo el mundo tenga

noray
HTL

¿Aún sientes que no tienes el control?

Ahora puedes tener tu hotel o cadena en la palma de la mano



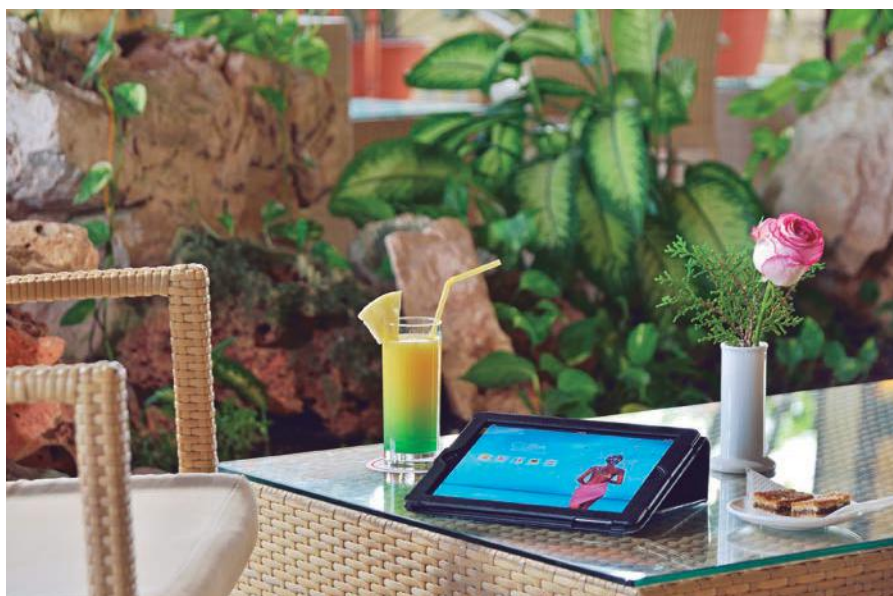


Foto: Meliá Hotels International

acceso a internet desde un dispositivo móvil (smartphone o Tablet). “Esto hace que se demande, de manera cada vez mayor, la necesidad de un software de gestión en cloud, como ocurre con OfiHotelcloud. Cabe destacar que esto último ha sido provocado por la mejora de las redes y comunicaciones, aunque todavía queda camino en caso de establecimientos rurales”, detalla Nacho García. En este apartado, añade además que se ha de destacar que están surgiendo otras necesidades ligadas a la mejora de la atención al cliente y a la experiencia del cliente en el hotel, la obtención del BIG DATA para poder personalizar lo máximo posible la experiencia del cliente en los establecimientos hoteleros y dando la posibilidad de ofrecer al usuario lo que de verdad le gusta.

Foto: Landin Informática



En relación a esto, desde Tesipro, aseguran que se está desarrollando una mayor proliferación de múltiples herramientas que automatizan procesos, desde la venta hasta el check-in/out del cliente final requiere de conectividad con la fuente de datos (PMS). “Elo empuja a los proveedores de este tipo de soluciones a convertirse en un cuello de botella. Aunque existen algunas soluciones ya paquetizadas, están demasiado orientadas a un segmento de mercado reducido y, al final, la especialización es un grado”.

Mientras tanto, desde Noray consideran que el interés global de las compañías hoteleras está centrado en dos pilares: “uno interno, que se trata de trabajar en la eficiencia de procesos, y otro externo, que tiene que ver con cómo maximizar los ingresos por reserva mediante: venta directa, venta cruzada y postventa (fidelización). Y para todos ellos, el control de los datos es elemental”. Por ejemplo, indica que para mejorar la venta cruzada, necesitan tener un CRM que les permita conocer más a sus clientes para ofertarles servicios adaptados a sus gustos y necesidades. “También podría servir para fidelizarlos, ya que podemos tener en cuenta datos que nos permitan sorprenderlos y generar el buscado ‘efecto wow’”.

Por último, el hotelero de hoy no se contenta con establecer de manera fija y estática los precios y temporadas

como se ha hecho siempre, “necesita controlar el 100% del entorno (precios de competencia, ocupación actual, eventos...) para establecer los precios correctos y así llegar siempre a un 100% de ocupación y tener el máximo de beneficio y rendimiento por cada habitación vendida. Para ello se han creado diferentes herramientas de Revenue (RMS), conectando Channel+PMS, aconsejando al hotelero qué precios establecer. Dando por todo ello mucha más importancia al departamento comercial, controlado también por estadísticas de Pickup”, describe Nacho García.

Tipos de software

Cualquier acción que lleve a cabo una empresa debe ir ligada a una estrategia planteada con anterioridad, ya que éste tipo de instalaciones requieren cierto estudio previo. Para elegir el producto adecuado, se debe conocer éste, el mercado y el entorno del cliente. Además, otro factor a tener en cuenta, y que debe estar muy bien considerado es el proceso de decisión de compra del sistema. No todos los productos se venden igual ni son para todas las situaciones. Los consumidores tienen establecidos ciertos procesos de decisión de compra que los departamentos comerciales y de marketing deben conocer y respetar.

“Hay proveedores de distinta naturaleza, creo que en este sector no se deben comercializar soluciones generales. Son proyectos complejos donde cada aspecto debe analizarse al detalle para confeccionar una solución a medida para cada cliente”, detalla Álvaro Gómez (Sihot). Para él es muy importante implicar, en cierta medida, a cada uno de los departamentos responsables de la gestión del establecimiento. “Actualmente nos encontramos un sector cada vez más diferenciado en la tipología de establecimiento hotelero y cada demanda de nuestros clientes es muy distinta. Es especialmente importante prestar mucha atención en la etapa pre-proyecto para diseñar entre el cliente y el proveedor de PMS las necesidades, métodos de trabajo y particularidades del proyecto, negocio”. En este sentido, existen distintos tipos de software que pueden ser elegidos por los distintos establecimientos:

Sistema de reservas: un buen hotel debe contar en su web con un software de reservas que permita hacer más rápido el proceso de check-in. Sin embargo, en muchos hoteles todavía es necesario para reservar una habitación contactar por un mail, con lo que el proceso de compra se vuelve más lento, retrasos en pagos, superposiciones entre clientes... De esta manera, una aplicación informática que cuente con TPV virtual integrado permitirá que los clientes reserven su habitación por internet, paguen la reserva en el acto y automáticamente la habitación se de de baja en la web, apuntándose directamente y en tiempo real en la facturación y contabilidad de la empresa.



Foto: Millenium Soft

Software TPV para hoteles: a diferencia de los convencionales, un hotel cuenta con unas necesidades específicas. Por ejemplo, diferenciar entre habitaciones individuales y dobles, conexión a internet, terrazas, régimen de alojamiento... Para tales casos, lo mejor es contar con un buen software de gestión para hoteles que pueda facilitar la tarea de los

empleados y, a la vez, hacer más rápidas las operaciones de compra.

Gestión restaurantes en hoteles: a diferencia de los clásicos restaurantes, en algunos establecimientos hoteleros existen varias salas que tienen distintas finalidades, como comidas, cafetería, celebración de eventos... Por esta razón,

es importante que cada sala cuente con el software adecuado para la gestión de los pedidos y la facturación, pero que pueda integrarse en la contabilidad del hotel, si el establecimiento pertenece al mismo.

Gestión específica: hay ocasiones en que los establecimientos hoteleros, aparte de servirse de un programa de gestión

Open your business



Greenhotel

Expertos en
soluciones de gestión
para el sector hotelero

Mejore su productividad con Green Hotel y complete la ocupación a través de los canales de distribución en Internet con Green Channel Manager. Más de 500 hoteles disfrutan ya de nuestras soluciones.

Green Hotel se integra con nuestras soluciones modulares:

Greenchannel

Greenpad

Greenspa

Greenrestaurant

Greenscan

Solicite una demo sin compromiso en: comercial@greensoft.es



Greensoftware
Hospitality Solutions

Avda. Rufo Rendueles 6, entlo. A
33203 · Gijón (Asturias) · España
T. +34 985 134 202 F. +34 985 134 326

✉ green@greensoft.es
🌐 www.greensoft.es



LA NUBE, EL ESPACIO INDISPENSABLE

Actualmente, nos encontramos ante una nueva generación en la experiencia del viaje, que consistirá más en una cuestión de profundidad y de detalle, que de amplitud de información para el viajero. Hablamos de un viaje más colaborativo, a través de la aplicación de tecnologías actuales y futuras, que permiten la interacción de las personas y la transmisión más fluida de la información. Las comunidades virtuales, Internet y los expertos conformarán un sistema de información más colaborativo que el modelo de comunicaciones que predomina en la actualidad.

En este aspecto, el uso de motores de búsqueda online más sofisticados que enlacen estas tres fuentes anteriores, permitirán al viajero comparar, en este caso, las diferentes referencias del producto hotelero. Y, como se indica en el reportaje, los objetivos prioritarios son el incremento de las ventas, sobre todo de la rentabilidad, por lo que las redes sociales son básicas para el "branding" de las compañías.

En este aspecto, la evolución tecnológica no deja fuera al sector hotelero. De hecho, "el sector hotelero siempre ha sido abanderado en innovación y las aplicaciones tecnológicas no son una excepción", indica Miriam Perera, Directora de Marketing de Noray. Evidentemente hay distintos tipos de perfiles, "unos se adaptan mejor y otros peor a este avance. Lo que sí podemos tomar como una conclusión es que todos los clientes saben que tarde o temprano, tendrán que evolucionar y adaptarse tecnológicamente al mercado en el que vivimos y las nuevas condiciones de gestión hotelera", destaca Álvaro Gómez, Director Comercial de Sihot.

El sector hotelero, más innovador, está comenzando a ver en el móvil una potente herramienta de fidelización, por lo que la tendencia es apostar por nuevos modelos de aplicaciones basadas en la "gamificación", que mejoran la experiencia del usuario y aumentan la percepción positiva de la marca, generando fidelización.

La Nube es, sin duda, una corriente comercial, que tendrá como consecuencia que muchos clientes migren ciertas soluciones de software a servidores externos. Los principales desarrolladores, enfocan su I+D+i en los nuevos sistemas basados en el Cloud Computing, que serán los nuevos términos de moda, el Cloud Computing y el Software como un servicio (SaaS). "La gestión en cloud y la mejora de la experiencia de los trabajadores se han convertido en una necesidad imperiosa del hotelero, por ello empresas con software consolidados y con una gran cartera de clientes como Ofimática se han adaptado y están adaptando para aunar todo esto en una sola herramienta", describe Nacho García, Product Manager de OfiHotel. "La nube ya está en todas las facetas de las soluciones de software modernas para el sector. Solo las grandes cadenas siguen con sistemas in situ, las demás empresas están moviendo todos sus sistemas a la nube tanto el PMS como el Channel Manager como los sistemas de marketing y comunicación. Realmente hoy en día no hay otra vía", corrobora Jan Korstanje, CEO y co-fundador de Redforts.

El Cloud Computing, es el término genérico para un concepto tecnológico que permite a las personas el acceso a servicios,

altamente escalables, en tiempo real a través de Internet. Pueden entenderse como "empresas de IT en la Nube", e incluso podría reemplazar la infraestructura IT interna del hotel. Además, los servicios, pueden incluir el uso de la infraestructura básica, hardware, almacenamiento de datos o plataformas de software. Se ofrece, además, de forma flexible y en función de las distintas necesidades de cada negocio.

El Software, como un servicio (SaaS), ofrece soluciones de software "en la Nube", que se abonan en una base de suscripción o pago por uso. En los sistemas actuales, las licencias de software tienen que ser compradas e instaladas en el servidor del hotel.

Hoy en día, gracias al mayor ancho de banda, es posible utilizar un software que está instalado en el Data Center del proveedor y pagar solo por su uso. El usuario, sólo tiene que tener un ordenador conectado a Internet para poder trabajar, con lo que es posible su acceso desde cualquier lugar y en cualquier momento.

En este sentido, "la mayor parte de las aplicaciones hoteleras ya tiene versión en la Nube y son visualizables a través de móviles y smartphones. De hecho, ya están con otros retos mucho más avanzados, como la automatización avanzada de procesos, la inteligencia artificial, machine learning, internet of things, etc.", detalla Miriam Perera, Directora de Marketing de Noray.

Así pues, indiscutiblemente, el futuro pasará por la Nube y el acceso a las soluciones a través de cualquier dispositivo móvil, que se puede adaptar a lo que necesita cada hotel en función de la temporada, el número de clientes y los picos estacionales; garantiza la seguridad de los sistemas y los datos, porque la empresa proveedora de los servicios cloud asume la responsabilidad y los costes de los servicios informáticos; las actualizaciones son continuas e instantáneas y facilitan la adopción de nuevas tecnologías y sistemas de gestión; y además, la Nube ayuda a ahorrar energía y espacio.

No obstante, en opinión de José Alberto Terrasa, Product & Innovation Manager de Quonext, la nube está costando implantarla, por lo menos en los hoteles vacacionales, "debido a la calidad de las conexiones de los establecimientos (a veces, en sitios recónditos, donde no llega la fibra). En cuanto a la movilidad, lleva mejor ritmo, ya que los huéspedes llevan en cada smartphone, un pequeño ordenador con el que pueden interactuar con el hotel".

Así pues, aunque el camino recorrido con el tema de la nube está muy avanzando en el sector hay una parte importante de hoteles que no se han decidido a cambiar a cloud, "A la necesidad del cambio a cloud se ha unido la creación y conexión del propio PMS con app para que el cliente pueda, desde su propio móvil, contratar o reservar servicio del hotel y así aumentar el Rev Par y mejorar la experiencia del cliente. Implementando además máquinas de Autocheckin o de gestor de servicios y reservas automáticas, reduciendo el coste en personal por parte del hotelero", especifica Nacho García.

genérico, tienen necesidades muy específicas que requieren de un programa informático que les permita gestionar, por ejemplo, el almacén, la contabilidad,

la facturación... Lejos de lo que pueda pensarse, el desarrollo de software no sólo es adecuado para grandes hoteles, sino también para el pequeño hotel que

quiere optimizar su negocio para que sus clientes queden satisfechos y poder hacer frente a la carga de trabajo mediante procesos automáticos.

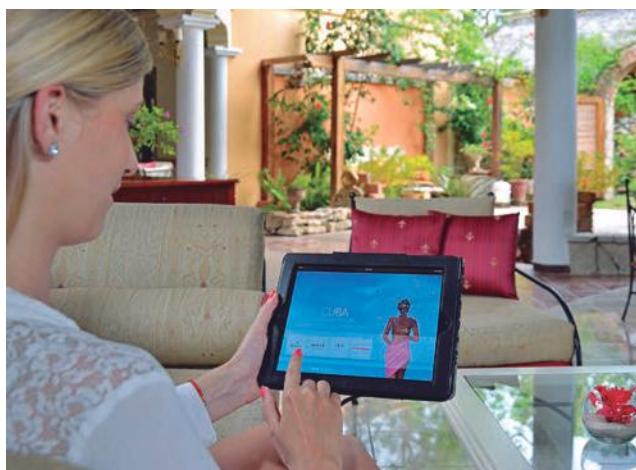
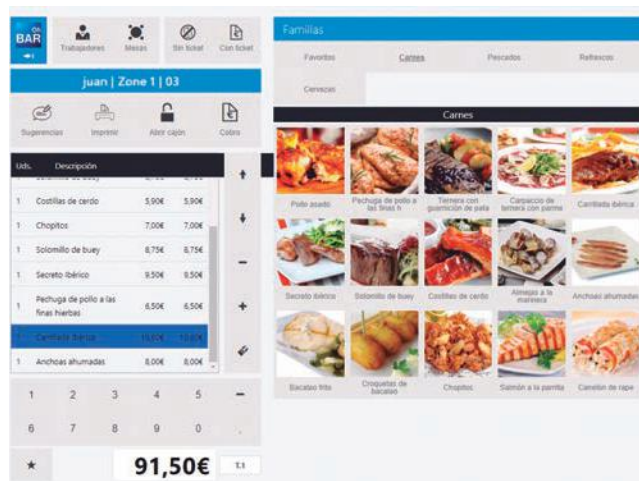


Foto: Meliá Hotels International

Con todo esto, podemos asegurar que en el mercado existen infinidad de productos que facilitan cada una de las tareas que se llevan a cabo en un hotel. "Hoy en día es indispensable contar con un PMS o con una solución en la nube con la que gestionar reservas, huéspedes, facturación, gobernanta, cocina, etc. Pero si además combinamos estas herramientas con un motor de reservas y un Channel Manager, se proporciona una solución completa que cubre la demanda actual de los establecimientos. Gracias a esta combinación, el hotelero puede gestionar desde un único lugar (el PMS) la disponibilidad en todos sus puntos de venta, además de tener centralizadas todas las reservas independientemente de su origen", especifica Ana Isabel Pérez (Landín Informática). "Estos sistemas son los únicos que permiten automatizar por completo la venta. Conjuntamente con los sistemas avanzados de (re)planificación de reservas y los sistemas de gestión automática de ingreso (Automatic revenue managers) se logra la más alta ocupación posible", asegura Jan Korstanje (Redforts).

Así pues, Ricardo Vargas (Tesipro) precisa que el software esencial, sin el que un hotelero no puede gestionar su día a día es el PMS (Property Management System), Motor de Reservas y POS. "Puesto que las propiedades además tienen que estar en comunicación directa con canales de venta como Booking,

Foto: OfiHotel



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



HOTELES

Husa
Santos
Attica21
Sercotel
Hotansa
Aranzazu
Acevi Hoteles
GSA Hoteles

Axel Hotels
Carris Hoteles
Hotusa Hotels
Derby Hotels
Hoteles Center
Barceló Hoteles
Majestic Hotel Group
y muchos más...

LUGARES

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

SIGH-ULYSES

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

Contacte con nosotros



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

Visite nuestra web

Tesipro 2.0
solutions

www.tesipro.com

Encontrará información al detalle de nuestros productos y servicios.



Tesipro
solutions

Software para hoteles



Foto: Redforts

Expedia, Airbnb, etc., acaba siendo interesante que las propiedades utilicen un Channel Manager para gestionar todos los canales en una misma plataforma, ya que les proporciona un ahorro de tiempo considerable. Luego, dependiendo de la envergadura del hotel y de la calidad de la gestión los hoteleros pueden decidir utilizar sistemas de revenue (RMS), gestión avanzada de clientes (CRM) y mucho más”.

No obstante, en opinión de Miriam Perera (Noray) el reto no está en buscar un software que resuelva necesidades concretas en momentos determinados: “el reto está en buscar sistemas completos (ERP en vez de PMS) que en sí mismos puedan solventar el mayor número de demandas, y que, si no fuera así, tengan la posibilidad de integrarse de una forma segura”.

Además, destaca que otro ejemplo de herramientas muy demandadas actualmente son los CRM, RMS, Channel Managers o Business Intelligence. En todos esos casos, “lo idóneo sería que formaran parte del propio software de gestión hotelero (ERP) en vez de ser herramientas separadas”. Igualmente, Luis Heredia Director General de Millenium Soft, propietario y comercializador de la marca OTHELLO®, concreta que se están extendiendo herramientas de RMS para comparar precios y detectar los movimientos reactivos de demanda para poder ser más Eficaces en la Gestión.

Por otro lado, dependiendo del modo y lugar de instalación, Nacho García (OfiHotel) especifica tres modalidades:

Servidor local: es el software clásico existente desde hace muchos años, que ha ido evolucionando, se trata de herramientas instaladas en un servidor en local del establecimiento, se basan en la gestión interna muy potente, están afianzados en el mercado, suelen ir acompañados de un excelente servicio de soporte postventa, son muy completos, conectados con módulos adicionales, como centralitas telefónicas, grabadores de llaves..., y aunque no están adaptados a la movilidad solicitada por el sector, los hoteleros siguen confiando mucho en él, ya que saben que la gestión está totalmente probada y no va a tener fallos ninguno si la red y mantenimiento de equipos es correcto.

Este tipo de software sigue avanzando conectándose con canales online o con los propios Channel Manager del mercado. Para este tipo de software no existe un tipo de hotel determinado ya que muchas cadenas u hoteles importantes siguen teniendo un gran sistema de hardware y siguen prefiriendo implementar su software en sus propios servidores. Evidentemente se unen a este tipo de software los que no tienen una red de internet estable.

Nube: son los nuevos software que están apareciendo en el mercado, la mayoría

realizados por empresas con poco años de experiencia que basan la gestión en las conexiones y las necesidades de movilidad de los hoteleros, estos software son en cloud, y están muy bien conectados bidireccionalmente con las diferentes OTAS, siendo el propio PMS el backoffice del Channel y del Booking engine pero con pocos recursos en el software de gestión. Muchos de estos suelen ir acompañados de un servicio de mantenimiento pobre y de precios medios-bajos.

Servidor + Nube: es una mezcla entre las dos anteriores que aúna la calidad de un gran PMS de gestión interna con un servicio de soporte profesional y de calidad, que esté alojado en cloud y tenga una conexión bidireccional con un Channel Manager y Booking Engine. Además, estas herramientas están ya integradas con nuevas tecnologías como el servicio pre-checkin, escaneo por cámara web de documentos de identificación, sistema de precios Revenue, gestión comercial Pick up..., estos son los que tendrán mayor acogida y evidentemente más futuro.

Características que deben cumplir

Para que un software de gestión hotelera cubra las principales necesidades de cualquier hotel, debe contar con una serie de detalles a cumplir. “La principal característica que un software de gestión para hoteles debe de tener, es una base tecnológica sólida y fiable, que no ponga en riesgo ni comprometa la información

Foto: OfiHotel



que se incluye en ellos. Además, debe de tener una propuesta de actualización constante, ya que hoy puedes adquirir un sistema maravilloso y mañana ya estar desactualizado”, analiza Miriam Perera.

Además, Ana Isabel Pérez indica que este tipo de software debe caracterizarse por ser ágil e intuitivo para que la recepción del cliente sea rápida. Asimismo, “es indispensable que disponga de un planning en el que se muestre el estado de cada habitación del hotel, de forma que con una mirada nos hagamos una idea de la ocupación en las fechas requeridas”. Siguiendo con esta tónica, Miriam Perera destaca como característica importante a detallar, la facilidad de uso, que sea un sistema intuitivo que facilite el trabajo diario, que incluya sistemas de ayuda al usuario o que esté adaptado su uso para dispositivos móviles.

De la misma opinión es José Alberto Terrasa que asegura que deben ser productos que sean muy fáciles de instalar y de usar, que no necesiten



Foto: Barceló Hotels&Resorts

una formación extensa. “Las apps, y también los juegos, han creado un nuevo lenguaje de interacción con los sistemas. Las aplicaciones deben cumplir estos criterios, ya que es lo que estamos

acostumbrados a usar en nuestro día a día”. “Ser preciso, ágil y didáctico según la variable a ponderar. Creo que cualquier establecimiento lo necesita, porque cada uno, según su tamaño, compite cada



OfiHotel

Software para
Hoteles - PMS



OfiHotelcloud

Software Cloud para
Hoteles - PMS

Reservas	Compras y almacén	Contabilidad
Channel Manager	Facturación	Producción
Motor de reservas	Estadística INE-XML	Parte de hospedería
Check-in	Gestión Pick-up	Gestión de eventos
Check-out	Gestión Revenue	Centralita telefónica
Escáner	Gestión de Gobernanta	Quiosco Autocheck in/out
Gestión TPV		

¡ NUEVO LANZAMIENTO !



Foto: Barceló Hotels&Resorts

vez con mejores herramientas sobre más factores”, corrobora Luis Heredia.

Igualmente, “como características básicas debería contar con una gestión de tarifas, clientes, huéspedes, habitaciones, reservas, control de limpieza, facturación, etc. Pero dependiendo del tipo de establecimiento estos requerimientos varían y mucho”, describe Ana Isabel Pérez.

Igualmente, en el aspecto de instalaciones, es muy importante actualmente tener los sistemas centralizados, evitando la redundancia innecesaria de bases de datos, servidores, aplicaciones... Incluso éste concepto podría ser aplicado a cadenas de hoteles, donde el tener un software de gestión centralizado podrá permitir, de manera muy sencilla, mecanismos que en otros casos serían muy costosos, como por ejemplo, tener una central de reservas, desvíos entre hoteles, consultas o reportes a nivel cadena de forma inmediata...

Por otro lado, también hay que tener muy presente que estos sistemas sean integrables entre ellos, “ya que podemos cometer el error de tener muchas aplicaciones pero sin una integración completa. Esto podría provocar islas inconexas de información. En ese sentido, para mejorar esta integración es indispensable seleccionar software en la nube”, detalla Frede Palmés.

“Gracias a la nube, los precios de los sistemas de gestión hoteleros se están democratizando, ya que se ha abierto la posibilidad de pagar de forma mensual por este tipo de sistemas o adquirirlos de forma modular. La consecuencia de esto es que pequeños establecimientos que tradicionalmente solamente adquirían PMS (recepción, reservas y poco más), están apostando por sistemas más completos”, añaden desde Noray.

No obstante, también tienen que estar integrados y conectados con el sistema central administrativo (el PMS) para asegurar una única fuente de información de: precios, disponibilidades, inventario, registro de clientes etc. “Es la única manera de conseguir un proceso fluido, simple y

“Cualquier establecimiento debería contar con estas herramientas, ya que, en mayor o menor medida, todos necesitan gestionar su empresa, independientemente de su categoría, dimensión o número de empleados...”

fiable. Obviamente es muy recomendable que todas estas piezas sean del mismo proveedor para así tener una claridad de responsabilidad para todo el conjunto de sistemas informáticos. No es por nada que hoy en día los sistemas de tipo “all-in-one” están conquistando el mercado porque ofrecen exactamente eso: la integración de los sistemas y la claridad en responsabilidad. Si hay un problema, se habla con una única empresa”, define Jan Korstanje.

En conclusión, es totalmente imprescindible la implantación de un software de gestión en establecimientos hoteleros. Dado el volumen de información que se maneja, es primordial tener todo informatizado. En este sentido, desde Landín Informática especifican que quizás algunos sistemas como el Channel Manager sean más fáciles de encajar en zonas más turísticas y en establecimientos de determinadas dimensiones. “Pero, bajo mi punto de vista, cualquier establecimiento debería contar con estas herramientas, ya que, en mayor o menor medida, todos necesitan gestionar su empresa, independientemente de su categoría, dimensión o número de empleados. Hoy

Foto: Engisoft

< Comedor

Mesa 3

< Lista precios

Primeros

Q. BUSCAR

Comensal 1	11,50 €	1 Cintas al Roquefort	8,00 €	1 Flan	3,50 €
Comensal 2	21,40 €	1 Espaguetis al pesto	6,50 €	1 Cordero a la plancha	9,90 €
Comensal 3	23,00 €	1 Helado al gusto	5,00 €	1 Macarrones con queso	7,00 €
Comensal 4	13,50 €	1 Risotto al azafrán	8,00 €	1 Suquet pescado	12,00 €
		1 Fruta del día	3,00 €	1 Macarrones con queso	7,00 €

en día, si el hotelero quiere ofrecer un buen servicio a sus huéspedes necesita tener el mayor control posible de su negocio, y es inviable sin la ayuda de un software de gestión en el que tenga toda la información necesaria almacenada para acceder a ella en cualquier momento”.

Ventajas para el establecimiento

Hoy en día, no se entiende un hotel sin un buen sistema de gestión que le permita simplificar los procesos de negocio, planificar recursos, reducir costes, agilizar la toma de decisiones e incrementar ingresos vendiendo sus servicios por todo el mundo. “Cada vez más, los sistemas de gestión necesitan comunicarse con otras tecnologías externas, utilizadas por los potenciales clientes de las instalaciones hoteleras y los propios empresarios: dispositivos móviles, aplicaciones de terceros, conexiones remotas, Channel Managers, sistemas BI, etc. Pero ¿ofrecen todos los software las mismas características?, ¿cuáles son las principales ventajas que



Foto: Barceló Hotels&Resorts

ofrecen para favorecer el desarrollo de los establecimientos hoteleros? “Creo que a día de hoy plantearse no tener un sistema de gestión hotelero es una verdadera locura. Hace mucho que

quedó atrás gestionar un establecimiento hotelero con hojas Excel y muchas dosis de intuición. La toma de decisiones tiene que ser consciente y consistente, basada en datos que solamente un sistema de



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

redforts.com

redforts
software as a service

Soluciones de
Gestión Hotelera



91 19 82 873
info@redforts.com



redforts
software as a service

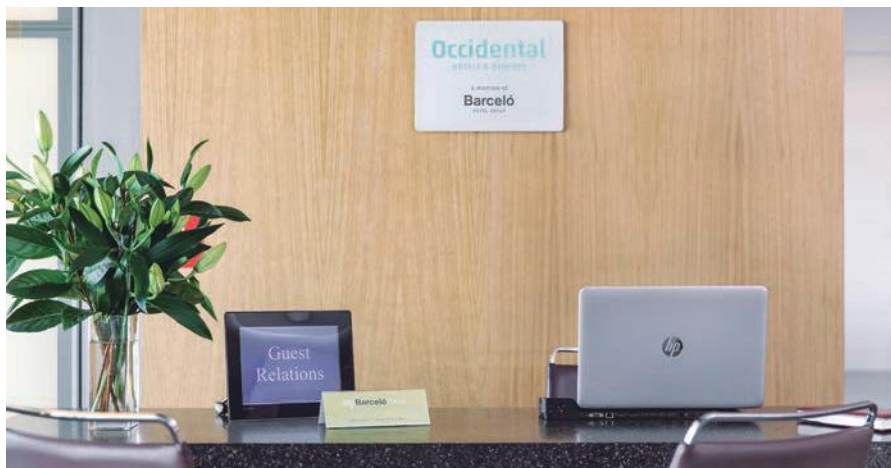


Foto: Barceló Hotels&Resorts

gestión hotelero puede proporcionarnos con seguridad. Obviamente, eso trae como consecuencia un evidente ahorro en costes, recursos, etc.”, define Miriam Perera (Noray).

Automatización de tarea: como, por ejemplo, la generación de facturas. También ofrecen a los clientes la posibilidad de realizar ellos mismos sus reservas a través de Internet. De ese modo, los recursos de la empresa podrán centrarse en aquellas actividades que en verdad aportan valor a los huéspedes. “La automatización que ofrece el channel manager integrado, supone la eliminación de una labor manual diaria importante que, obviamente, crea un ahorro de costes enorme”, detalla Jan Korstanje (Redforts).

Control exhaustivo de su negocio: “esto es extremadamente importante para poder conocer qué parte de su establecimiento es verdaderamente rentable y para poder configurar las diferentes tarifas y precios de no solo el alojamiento, sino de los diferentes servicios que ofrece en su hotel”, precisa Nacho García (Ofihotel). “Sin PMS muy probablemente no podrás saber fácilmente quién entra hoy al hotel y quién sale, es decir, a quién tengo que facturar. Pero aún peor, no tendré control de mi inventario de habitaciones y de aquellos que no era consciente que iban a entrar no sabré qué habitación asignarles”, analiza Ricardo Vargas (Tesipro). “El nivel de control que podemos llegar a tener del establecimiento se traduce en rentabilidad”, precisa Ana Isabel Pérez (Landín informática).

Incremento de los beneficios: “a través de la venta por canales online el establecimiento llegará a más sitios y por tanto las ventas aumentarán”, indica Nacho García. “Un sistema que planifica de la forma más compacta y que automáticamente, haciendo reajustes en la distribución de las reservas sobre el inventario de los alojamientos, asegura una ocupación más alta. Aunque esta labor lo podría hacer en teoría una persona, en la práctica le costaría demasiado tiempo. Con lo que no se puede hablar de ahorro de coste, sino simplemente de un incremento de ingreso”, detalla Jan Korstanje.

Optimización recurso: “la disponibilidad de los servicios y alojamientos sería mucho más fácil de gestionar y servicios como la limpieza se gestionaría de manera más óptima, desde el mismo PMS. La utilización de algoritmos

automáticos de fijación de precios, cupos y restricciones hace posible un aumento de la ocupación sin intervención humana. No solo un ahorro de costes sino también un incremento de ingresos por mejora de ocupación”, exponen desde Redforts.

Reducción del tiempo: un Channel Manager ahorrará tiempo del equipo de ventas, ya que no tendrá que gestionar, de forma individualizada, los precios/cierres de cada uno de los canales de venta, mientras que un Revenue Management System recomendará los mejores precios para los diferentes días con el objetivo de optimizar las ventas futuras. Además, Jan Korstanje añade que un CRM puede contribuir en la fidelización de los clientes. Además, cabe tener en cuenta la primera impresión siempre es la más importante. “El ser humano necesita menos de 9 segundos para opinar sobre una nueva persona. Por eso es SUPER importante que este primer encuentro en la recepción del hotel sea lo más agradable, eficaz y rápido posible. No estoy diciendo que pongamos máquinas para el checkin que creo que no es la solución. Sino que dotemos la recepción con sistemas para agilizar el proceso. Para ello es importante que el sistema PMS ofrezca un sistema de aviso de llegadas, una integración con lectores de DNIs y pasaportes, y primordial un sistema de asignación de alojamiento automático”.

Menor error humano: gracias a estos sistemas se minimiza la posibilidad de que una misma habitación sea alquilada a dos clientes distintos durante el mismo

Foto: Landín Informática



“La tecnología ofrece la oportunidad de mejorar el rendimiento y la productividad de los hoteles, y está al alcance de cualquier establecimiento...”

periodo de tiempo. “Evitar errores como los de olvidar cargar al cliente servicios que ha utilizado, como teléfono, parking, servicio de restauración... y que pueden perderse por error de los trabajadores. Evitaría problemas de overbooking”, exponen desde Ofihotel.

Gestión de cobro: se trata de un sistema que crea los informes de cobro de forma automática, ofreciendo el procesamiento manual o automático a través de transacciones bancarias. “Este sistema va a terminar con las pasarelas de pago en los motores de reservas. Lo que el hotelero quiere es poder cobrar sin poner barreras a sus ventas directas. Estos sistemas de cobro van a poder ofrecer cobrar de forma automática no solo las reservas directas sino todas las

The screenshot shows a software interface for a hotel's channel manager. It features a calendar view for the month of October 2013, with columns for different room types (e.g., DOBLE, SUEÑO) and rows for different dates. The interface includes various filters and a legend at the top, and a detailed pricing table at the bottom showing rates for different room types and dates.

Foto: Millenium Soft

reservas tanto indirectas como directas y todas de golpe de una manera similar a la domiciliación. Esto no solo supone un ahorro de costes de personal sino también una mejora de las conversiones de la venta directa”, analizan desde Redforts.

No obstante, José Alberto Terrasa (Quonext) considera que la tecnología como elemento diferenciador es importante, pero es algo temporal, o se está continuamente en la cresta de la ola (con el riesgo que ello comporta), o ya

no se convierte en ventaja competitiva. Obviamente, “la optimización de recursos, es algo importante, pero siempre que vaya enfocado a lo que debe ser la principal ventaja de la tecnología: la mejora de la calidad del servicio”.

En definitiva, y en término generales, la tecnología ofrece la oportunidad de mejorar el rendimiento y la productividad de los hoteles, y está al alcance de cualquier establecimiento, siempre que sus gestores cuenten con el apoyo y el conocimiento de profesionales

The screenshot shows the Sulcus website, which offers solutions for hotels, hostels, and restaurants. The main headline is "Te ayudamos a crecer" (We help you grow) with the subtitle "Soluciones para hoteles y restaurantes". The website features a navigation bar with links to Home, Soluciones Hoteles, Soluciones Hostels, Soluciones Restaurantes, Actualidad, and Contacto. Below the headline, there are four main sections: Soluciones para Hoteles, Soluciones para Hostels, Soluciones para Restaurantes, and Novedades. Each section includes a brief description of the services and a QR code. The website also features logos for Infor, ASSD, and Squirrel Systems.



Foto: Barceló Hotels&Resorts

experimentados, que no sólo permitirán optimizar la inversión en tecnología, sino que proporcionarán las herramientas más adecuadas para la gestión, la toma de decisiones y la consecución de los objetivos de negocio.

Una correcta implantación

El secreto para lograr una implementación ideal consiste en planificar el proceso, de forma que la empresa implementadora se organice y adapte al establecimiento hotelero que quiera ser implementado.

Confección del proyecto: este primer paso consiste en recopilar todos los datos necesarios y relativos a la estructura del hotel (características del establecimiento hotelero, de las habitaciones, regímenes de alojamiento, etc.). Esta primera etapa es esencial para poder pasar a la siguiente donde un técnico de la empresa suministradora adaptará el software de gestión hotelera a las necesidades del hotel. “Debe de realizarse una reflexión sobre el establecimiento: situación, capacidad, perfil del cliente tipo, servicios que se ofrecen, objetivos a conseguir..., y así hacer una buena elección de las herramientas que se deben contratar”, especifican desde Green Software. Por ello, es importante saber las necesidades que se desean cubrir mediante la implantación del software. “Debemos pararnos a pensar si son correctos nuestros procedimientos, cuáles son nuestras áreas de negocio críticas y qué

queremos obtener de este proceso”, añaden desde Noray.

Elección del software: una vez se han recopilado todos los datos necesarios, se podrá empezar a configurar el programa para que se adapte perfectamente a las características del hotel. “Lo más importante, para nosotros, es pensar en la importancia de introducir un software integrado. Hay clientes que creen que introducir un PMS y sus integraciones, es algo como bajarse una app e instalarla, y, obviamente, no lo es”, precisan desde Quonext. Por ello, indica que hay que contar con que actualmente no se instala un software, sino un ecosistema de software que puede implicar a distintos proveedores. Hay que asegurarse, muy bien, que todo es compatible y que funcionará correctamente. Además, desde Codisys indican que dependiendo del tamaño del negocio, habrá que tener en cuenta sus planes de expansión y crecimiento a nivel nacional, además de saber que si quiere llevar su formato de negocio a otros países pueda tener los mismos niveles de soporte y servicio que le den la tranquilidad de centrarse en la gestión y resultados de su negocio.

Posible inversión: “para el empresario supone una inversión, pero va a ser una inversión muy rentable porque le va a permitir aprovechar al máximo todos sus recursos. Una vez instalado el software, va a facilitar la labor de todos los empleados del establecimiento, y

esto se verá reflejado en un mejor trato a los huéspedes. Un cliente bien atendido va a regresar”, detallan desde Landín Informática.

Tipo de instalación: en este punto, hay diversas opiniones. Para Engisoft es importante revisar que la solución esté en la nube y que disponga de integraciones con el resto de aplicaciones del hotel. También es muy importante asegurar que disponga de una buena atención al cliente y que sepan realizar implantaciones eficientes y satisfactorias. Igualmente, desde Redforts consideran que hoy en día solo hay una solución válida: la de Cloud Service. Simplemente por sus costes de operación, su bajo riesgo y su mantenimiento nulo, es la mejor solución económica. “Obviamente se tiene que asegurar que también ofrezca las funcionalidades que necesita. Además no hay costes de instalación y tanto la formación, el soporte como la puesta a punto se puede hacer en remoto a unos costes muy bajos”.

Formación: para que el usuario pueda empezar a hacer uso de la herramienta ya parametrizada y de manera correcta, éste deberá recibir formación adecuada.

Mantenimiento y seguimiento: es importante que tras cualquier tipo de implementación se lleve a cabo un seguimiento con el fin de readaptarse a los cambios que surgen y de ellos nuevas necesidades.

Foto: Meliá Hotels International



La importancia del responsable de compras

Durante los pasados años de la crisis se produjo un parón en la inversión de estas herramientas, sin embargo, ahora esta tendencia ha cambiado. Los hoteleros han visto que para mejorar la rentabilidad y la eficacia de su negocio necesitan contar con sistemas de gestión que les permitan automatizar, optimizar y mejorar sus resultados. La habilidad de tomar buenas decisiones se basa siempre en la experiencia, la intuición y las cifras. Mientras que la experiencia y la intuición están al alcance del director del hotel, las cifras y todos los detalles del negocio sólo estarán disponibles si cuentan con un sistema de gestión que les facilite y agilice esta información. “Los responsables de compras de los diferentes establecimientos hoteleros valorarán la implantación de un software según sus propias necesidades y las propias del hotel”, determina Nacho García, de OfiHotel. Asimismo, Miriam Perera, de Noray, opina que normalmente los principales abanderados en iniciar un proceso de búsqueda de herramientas tecnológicas son los responsables de IT e innovación, “los directores generales o determinados mandos intermedios que no cuentan con un sistema actualizado y avanzado, por ejemplo, los directores de marketing; y en general, no suelen ser los responsables de compras”.

Por ejemplo, “hace unos años muchos hoteles y establecimientos hoteleros



Foto: Barceló Hotels&Resorts

no necesitaban de estas herramientas ya que en una recepción, un libro de reservas y un teléfono, gestionaban todas las reservas de su hotel, pero desde hace unos años esto ha cambiado muchísimo con la entrada de la venta por canales online, hoy el mercado es digital, el estilo de vida es digital y el hotel debe adaptarse y mejorar los procesos internos, incrementar la productividad y mejorar el control de estos, por ello muchos de esos hoteles, que no necesitaban de un software, ahora lo ven indispensable ya que estos canales online llegan a venderles hasta un 90% de su ocupación, esta ‘dependencia’ hace que sea mucho más necesario un software de gestión de hotel”, describe Nacho García.

En este sentido, se ha notado un gran cambio. “La evolución tecnológica provoca cambios en los hábitos de los clientes y esto hace que los negocios tengan que evolucionar con ellos o quedarse en el camino”, asegura Ana Isabel Pérez, de Ladín Informática. De esta manera, serán los responsables de compras uno de los principales beneficiados en la implantación de un software de gestión lo suficientemente potente. Por ejemplo, “elementos como una central de compras o un proceso bien sistematizado de solicitudes de productos y transferencias entre departamentos, puede suponer un avance muy significativo en un departamento de compras”, añade Miriam Perera.

Fotos: Barceló Hotels&Resorts





Foto: Barceló Hotels&Resorts

Además, hay que ser conscientes de que se está notando que la tecnología cada vez está siendo una necesidad más creciente en el sector de la restauración organizada. “Cuando hablamos de cadenas, ya sean propias o franquiciadas, tiene que existir un punto en común donde converja toda la información, para que posteriormente, el análisis de los datos sea lo suficientemente cualificado para poder tomar decisiones en consonancia con los mismos”, describe Rodolfo Pérez, de Codisys. Asimismo, Frede Palmés, de Engissoft, especifica que esta tecnología cada vez se analiza con más profundidad. “Un ejemplo claro es el tema del PCI compliance. Este estándar de seguridad de las operadoras de tarjetas (Visa; Amex) permite a las empresas, (en nuestro caso PMS) que cumplan sus requisitos poder custodiar la información de tarjetas de créditos de los clientes del hotel de forma segura. La seguridad de los datos que se gestionan es cada vez más relevante como también ha sido la aplicación de la RGPD. El software facilita el flujo de información de forma transversal, segura y debe ser suficientemente analizado por los responsables del hotel”. “Las exigencias de un consumidor cada vez más demandante, que busca experiencias nuevas, así como la necesidad de poder recoger toda esa información, son determinantes a la hora de elegir un software y unos servicios acorde. Por todo ello, si es cierto que esta evolución es positiva y, poco a poco, es algo que las empresas de restauración entienden que deben de ir incorporando

en sus negocios para seguir y conseguir sus objetivos”, continúa Rodolfo Pérez. Así pues, el software con el que trabaja cualquier hotel determina la ventaja competitiva respecto al resto compañeros del sector: “Garantiza la agilidad en gestión, trato al cliente, eficiencia en la distribución, operativa diaria y en definitiva su rentabilidad a medio/largo plazo. La elección con que PMS va a trabajar mi establecimiento hotelero es la decisión con mayor relevancia de un directivo durante la etapa que dure su gestión en la empresa sin ninguna duda”, describe Álvaro Gómez, de Sihot. Y, “en la actualidad los responsables de compras tienen claro que para realizar una gestión completa y ágil de su hotel es necesario contratar un software de gestión de hoteles”, determina Nacho García Ofihotel.

No obstante, en opinión de Ricardo Vargas, de Tesipro, el nuevo hotelero muchas veces no es consciente ni de la plataforma de gestión hasta prácticamente la apertura. “La sensación es que muchas veces se enfocan tanto en la experiencia de sus clientes (en la obra propiamente dicha) que olvidan (o mejor dicho, se minimiza) la importancia de la gestión de todas sus reservas en el día a día. Una vez abren se encuentran con el problema o las carencias de los software actuales y acaban contactando a expertos en el sector como nosotros”.

Sin embargo, a pesar de que el sector es consciente de la necesidad de contar con una solución software para su negocio,

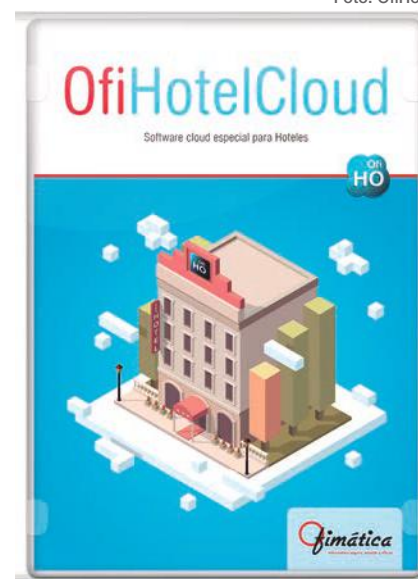
podría indicarse que aún falta camino por andar cuando se trata de conocer qué tipo de características debe tener la solución que cada empresa debe de adquirir. La oferta de soluciones software es un abanico muy amplio, tanto en precios como en funcionalidades que prestan cada una de las soluciones que existen en el mercado; y esto provoca, en ocasiones, dudas en los clientes en el momento de tener que tomar una decisión o apostar por una aplicación software para su negocio.

Evolución futura

El mercado vacacional sigue creciendo a nivel mundial a un 4% año tras año. “Es decir en 10 años será 50% más grande. Con lo que no hay duda que la demanda vaya a seguir creciendo. Los grandes retos en este caso no están a nivel macro sino a nivel micro: ¿Cómo se adapta cada establecimiento a la nueva realidad del mercado y cómo consigue ofrecer un producto de calidad, con un buen margen?”, precisa Jan Korstanje.

En este sentido, “los sistemas informáticos van a seguir siendo clave en conseguirlo. Tanto en el área de la calidad de atención como en el margen económico”, destaca. “El sector hotelero, igual que muchos otros, tendrá que adaptarse a la participación de nuevos actores en la industria alojativa, será un desafío para la empresa tradicional que tendrá que adaptarse a nuevas formas de hacer. Adaptación, conectividad

Foto: OfiHotel



y personalización serán las claves”, describe Ignacio Alonso, de Green Software.

Con esto, de cara al futuro las perspectivas son inmejorables. “Llevamos varios años en los que el sector está modernizándose y adoptando las nuevas tecnologías. Opino que el sector se está adaptando muy bien a las nuevas herramientas que están apareciendo y adoptando las necesidades que demandan los clientes”, añade Frede Palmés.

Además, Jan Korstanje asegura que la integración de los sistemas “all-in-one en cloud” disminuyen el tiempo dedicado a tareas laboriosas de manejo e introducción de datos, crean más tiempo para la atención al huésped, mejoran la ocupación, el margen y disminuyen el riesgo operacional y económico. “Y lo mejor de todo es que una vez implementada, se retro alimenta. Se mejora la atención, se mejora la satisfacción del cliente, se mejora el ranking en los portales, se genera más reservas, se genera más ingreso, se crea más margen, se puede invertir más en el mantenimiento, etc.”. En este sentido, respecto a la gestión, Nacho García considera que ésta va a ir dirigida a la gestión semiautomática de reservas y optimización de precios de forma automática, con herramientas de Revenue totalmente integradas con el PMS, redes sociales, competencias..., provocando así una ocupación casi del 100% y mejorando el rendimiento en las ventas de habitaciones.

Por otra vía, indica que “el sector se va a volcar especialmente a la mejora de la experiencia del cliente, dándole a éste un mayor y mejor acceso a diferentes servicios del hotel, por medio de apps, conexión, servicios por Smart TV..., por ejemplo, apoyado siempre por la conexión con diferentes redes sociales estudiando así las verdaderas necesidades y gustos de los clientes”.

Por otro lado, Álvaro Gómez indica que el sector se dirige hacia una integración y homogenización de los proveedores tecnológicos con los que cuentan los distintos establecimientos hoteleros. “Permanecerán en el mercado los proveedores que mejor se hayan adaptado al cambio, desarrollando un



Foto: Barceló Hotels&Resorts

producto más amplio y con mayor alcance entre los distintos departamentos. Será crítico la predisposición del proveedor a facilitar la integración con todos y cada uno de los agentes y empresas más relevantes del sector, garantizando una solución a medida para todos y cada uno de los clientes cada vez con mayor diferenciación en producto”. Asimismo, desde Noray destacan que el sector seguirá evolucionando igual o más rápidamente que ahora mismo y que seguirá teniendo que reinventarse. “La convivencia con los alquileres vacacionales, así como los nuevos contextos tecnológicos (por ejemplo, la robotización de los puestos de trabajo más operativos) harán que surjan nuevas soluciones tecnológicas y organizativas. El control de los datos seguirá en auge, siendo su dominio la principal fuente

de ventaja competitiva que tendrán los hoteleros próximamente, sobre todo, en relación a su uso como fuente de información en estrategias para la mejora de la experiencia del cliente”.

No obstante, José Alberto Terrasa, de Quonext, entiende que hay tecnologías, que aún no tienen espacio en la oferta actual, pero que evolucionarán. “La actual tecnología de los chatbots creemos que evolucionará a lo que se llama Zero-Click, o sea, la interacción del huésped a través del lenguaje natural. También Internet Of Things creará nuevos escenarios para la calidad del servicio y la eficiencia energética. Y por último, pensamos que el BigData irá acompañado de algoritmos de Machine Learning, creando plataformas de conocimiento que ayuden a las tomas de decisiones”.

Foto: Barceló Hotels&Resorts



PROYECTO HOTELERO

AxelBeach Ibiza

UN AMBIENTE DE DIVERSIDAD



Foto: AxelBeach Ibiza



Axel Hotels ha seguido su proyecto de expansión con este nuevo establecimiento en Ibiza. AxelBeach Ibiza se ubica con acceso directo a la playa, en Cala de Bou, en un entorno idílico dentro de la Bahía de San Antonio. Con un interiorismo de última tendencia y los detalles más exclusivos, los amplios y modernos apartamentos de los que disponen, cuentan con suite, salón, cocina totalmente equipada y terraza privada que harán que los huéspedes se sientan como en casa, disfrutando de las mejores puestas de Sol de Ibiza desde la impresionantes piscina del Sky Bar.



Foto: AxelBeach Ibiza

Axel Hotels busca posicionarse como el primer grupo empresarial de referencia mundial dirigido a la comunidad LGBTQ, ofreciendo una gama de servicios y calidad pensados, desarrollados y adecuados para dicho colectivo, siempre dentro de un ambiente de diversidad y respeto hacia la comunidad. Con esta visión, Juan Juliá, Presidente y Fundador de la Cadena, describe sus inicios de la siguiente manera: 'Todo empezó con un sueño, abrir un hotel orientado al mundo gay, mi mundo. Un espacio cosmopolita donde el confort, el servicio, la diversidad y el respeto fueran valorados. La construcción de Axel Hotel Barcelona, inaugurado en 2003, fue el inicio de un proyecto que en sus 15 años de existencia, se ha transformado en lo que actualmente es una cadena hotelera'.

En 2003, Axel Hotels abrió su primer hotel en Barcelona, el Axel Hotel Barcelona, y unos años más tarde, en el 2009, dio el salto internacional abriendo el Axel Hotel Berlín. El sueño siguió haciéndose realidad cuatro años después al abrir el primer hotel de segmento de sol y playa,

el AxelBeach Maspalomas en Gran Canaria, en Mayo de 2013, siguiendo con el TWO Hotel Barcelona by Axel, el segundo punto de encuentro Axel en la ciudad Condal, inaugurado en Julio de 2015.

Posteriormente, Axel Hotels ha seguido su proyecto de expansión con la apertura

del segundo en Berlín, el TWO Hotel Berlín by Axel, que abrió sus puertas en Enero 2017, y meses más tarde inaugurando el AxelBeach Ibiza en Mayo, seguido de la apertura de Axel Hotel Madrid en Agosto 2017.

Además, a lo largo de este año 2018 Axel Hotels llevará su gama de servicios

Foto: AxelBeach Ibiza



“En lo referente a su interiorismo, éste sigue las últimas tendencias con los detalles más exclusivos, en donde sus amplios y modernos apartamentos cuentan con suite, salón, cocina totalmente equipada...”

y tendencias a Estados Unidos con la apertura de AxelBeach Miami, ubicado en South Beach, previsto para finales de año.

El AxelBeach Ibiza, al igual que el resto de establecimientos de la enseña, es un hotel heterofriendly exclusivo para adultos, y que se ha situado en Cala de Bou frente a la playa de San Antonio.

Esto se convierte en una de las ventajas de alojarse en este establecimiento, ya que gracias a su situación justo encima de ella, cuenta con acceso directo a la playa, dentro del entorno de la Bahía de San Antonio. Del mismo modo, podrá



Foto: AxelBeach Ibiza

disfrutar de sus 2 piscinas al aire libre, un spa gratuito y gimnasio con vistas al mar.

En lo referente a su interiorismo, éste sigue las últimas tendencias con los detalles más exclusivos, en donde sus amplios

y modernos apartamentos cuentan con suite, salón, cocina totalmente equipada y terraza privada.

Estas modernas suites y apartamentos disponen de aire acondicionado, sofá

¿QUÉ DIFERENCIA UNA EMPRESA 5 ESTRELLAS DE OTRA EMPRESA 5 ESTRELLAS?

En Les Roches no sólo preparamos profesionales.

Formamos líderes capaces de marcar la diferencia en la empresa en la que trabajen, en el país donde residan, en el continente que elijan.

"Yo soy
la ★ que
marca la
diferencia"


**les
Roches**
GLOBAL HOSPITALITY EDUCATION

☆ Postgrado en
Dirección Hotelera Internacional

☆ Postgrado **Executive**
en **Dirección Hotelera Internacional**

☆ Postgrado en
Dirección de Marketing para el Turismo de Lujo

Centro Universitario Suizo

#3 en el mundo en empleabilidad (QS Ranking 2018)
5 ofertas laborales por alumno

lesroches.es



Fotos: AxelBeach Ibiza

cama y cocina con nevera, microondas y cafetera Bosch. También disponen de balcón o terraza con vistas al mar y Wi-fi gratuita. Los baños privados incluyen artículos de aseo gratuitos, secador de pelo, albornoz y zapatillas.

En este aspecto, los 89 exclusivos apartamentos de AxelBeach Ibiza cuentan con todo lo necesario para unas vacaciones inolvidables, diseño sofisticado y comodidad en un entorno idílico de aguas cristalinas con la mejor puesta de sol de la Isla. Todos los apartamentos están completamente equipados y decorados con las últimas

tendencias para que no falte de nada durante la estancia. Disponen de una o dos habitaciones, salón-comedor, baño con ducha y preciosas terrazas, cocina totalmente equipada con menaje, nevera, microondas y cafetera. Además, el apartamento cuenta además con sofá cama doble por si se desea recibir visita, TV LCD, aire acondicionado, caja fuerte y Wi-fi.

Asimismo, los huéspedes podrán disfrutar de las mejores puestas de Sol de Ibiza desde la impresionante piscina del Sky Bar o relajándose en la playa dejándose inundar de la experiencia Axel.

Fotos: AxelBeach Ibiza



“Los huéspedes pueden disfrutar de la magnífica piscina ubicada delante del mar y sus tumbonas con las mejores vistas de la bahía...”

Mientras tanto, por la noche, el Sky Bar se convierte en el lugar ideal para disfrutar del exclusivo ambiente ibicenco y de los cocktails más sugerentes, en el espacio Lounge & Chill Bar.

Axel Wellness: en esta zona se disfrutará del relax absoluto, desconectando cuerpo y mente con vistas al mar. En ella se ofrece un completo abanico de servicios Wellness para cuidarse durante la estancia. Además, cuenta con un Spa de cristal que permite aprovechar las grandes vistas del establecimiento al mar, con sauna, Hammam, Jacuzzi de acero con circuitos de masaje, Ducha de Aromaterapia, Cromoterapia, Lluvia, y una carta de Masajes y tratamientos personalizados a tu disposición.



Foto: AxelBeach Ibiza

Otto Zutz by AxelBeach: la fusión gastronómica y lúdica de OTTO ZUTZ creará una simbiosis única en la bahía de Sant Antonio. En el restaurante se podrá degustar la cocina mediterránea con

un toque de cocina de autor: arroces, pescados y mariscos, además de succulentos entrantes, carnes y postres, acompañado de la maravillosa puesta de sol y del idílico enclave de AxelBeach Ibiza.



Revistas Profesionales Información de Calidad

promateriales
de construcción y arquitectura actual

Información de Arquitectura y Materiales de Construcción

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



Promateriales Arquitectura Actual

www.facebook.com/promateriales.arquitecturaactual



Promateriales @Arquitectura_PM

www.twitter.com/Arquitectura_PM



Promateriales (Editorial Protiendas S.L.)

www.linkedin.com



hostelpro
proveedores de hostelería y restauración

Información de Hostelería y Restauración

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



Hostelpro @R_hostelpro

www.twitter.com/R_hostelpro

protiendas

Información de Electrodomésticos, Imagen y Sonido

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



Aleix Nadal Jiménez

Director AxelBeach Ibiza



Foto: Aleix Nadal Jiménez, Director AxelBeach Ibiza

Desde su apertura, ¿qué balance haría?

Pues podemos decir que el balance ha sido muy positivo desde que abrimos la pasada temporada, en la que se obtuvo una ocupación del 85% de mayo a octubre, lo cual son resultados muy satisfactorios para el primer año de apertura.

La respuesta de los clientes ha sido muy positiva también y la gran mayoría nos aseguraron en las encuestas de calidad que repetirían de nuevo la experiencia y recomendarían el hotel por tratarse de muy buen producto. De cara a esta nueva temporada en 2018, tenemos previsto incrementar nuestro ADR y quedarnos en torno a un 86% de ocupación.

¿Qué tipo de características comparte con el resto de establecimientos de la enseña?

Las principales características que compartimos con los demás

establecimientos de la cadena es que es un hotel heterofriendly, en el que los clientes pueden disfrutar al máximo de la filosofía Axel.

Al ser un AxelBeach, nuestra marca de sol y playa dentro del grupo Axel Hotels, la mayor parte de la estancia y de la experiencia del hotel tiene lugar al aire libre, principalmente en los espacios de la terraza Sky Bar en la que se encuentran diferentes espacios: el Restaurante, el Lounge Bar, la piscina, el solárium y la playa que la tenemos justo a pie de piscina, por lo que en este caso nuestros clientes tienen mucha más oportunidad de disfrutar de un día de diversión y relax en la piscina, bañarse en el mar, todo ello amenizado con nuestras sesiones de DJ y eventos de animación en los que se tiene la oportunidad de socializar y disfrutar del ambiente de la isla, que son precisamente los puntos fuertes de un Axel Hotel.

¿Qué principales diferencias tiene AxelBeach Ibiza con sus competidores de la zona?

Los detalles que nos hacen diferenciar de nuestra competencia son variados, pero básicamente es nuestro tipo de público, puesto que somos un hotel con filosofía heterofriendly, y por ello,

Foto: AxelBeach Ibiza



estamos enfocados en la comunidad LGBTI, aunque abiertos a todo el mundo que se sienta cómodo y apueste por la diversidad e inclusión como nosotros. Nuestra propuesta de ocio y servicios está enfocada hacia este colectivo y esto es precisamente lo que nos hace diferentes del resto.

Por otro lado, es necesario remarcar que Axel Hotels está totalmente enfocado a la excelencia de servicio a través de un trato personalizado y cercano al cliente. Tratamos de que todos los empleados se conviertan en los embajadores de la marca y en guías personalizados en el destino para nuestros huéspedes, recomendándoles todo tipo de actividades y lugares afines al colectivo que no pueden perderse.

¿Cómo desarrollan su política de fidelización de clientes en Axelbeach Ibiza?

Como bien hemos comentado en la anterior pregunta, los clientes se fidelizan principalmente por el hecho de vivir la experiencia Axel y tener todo el ambiente y diversión de la isla sin salir del hotel, disfrutar de un día de playa y piscina, comer al aire libre en la hamaca o bali bed, entrenar en el gimnasio, relajarse en el SPA, etc.

Todos los hoteles Axel cuentan con estos servicios comunes para garantizar la auténtica experiencia Axel, esto es lo que mantiene a nuestros clientes enormemente fidelizados a la marca en todo el mundo. Por supuesto además, el cariño y la atención de nuestros empleados provocan que la relación calidad-precio sume aún más a esa fidelización.

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

La decoración de nuestros apartamentos es sencilla y minimalista, pero aportando un toque elegante y exclusivo a cada una de las estancias. Con esto queremos transmitir que



Foto: AxelBeach Ibiza

menos, es más. Todos los apartamentos son muy amplios y luminosos, y tratamos de mantener el color blanco como absoluto protagonista de nuestro establecimiento, teniendo en cuenta que la isla es conocida como la isla blanca debido a su arquitectura de casas bajas del mismo tono, tratando de conservar el encanto mediterráneo y luminoso de la isla.

¿Qué principales espacios son los más destacados en el AxelBeach Ibiza?

El principal espacio a destacar en nuestro hotel es nuestro Skybar, el más popular en cualquiera de nuestros Axel Hotels, pues se trata del espacio idóneo

para disfrutar de la experiencia Axel más intensa y del buen clima de Ibiza.

Contamos con una magnífica terraza-lounge bar con zona piscina y solárium, que permite a todos los clientes relajarse y tomar el sol con vistas inmejorables desde las tumbonas y bali beds para broncearse con unas vistas de la bahía inmejorables delante del mar; desde ahí se puede acceder directamente a la playa ubicada debajo del hotel. Por la tarde, el Sky Bar se convierte en el lugar ideal para disfrutar del ambiente ibicenco y la mejor música de nuestros DJs con los cocktails más sugerentes, donde te encontrarás con la gente más cool y divertida de la isla.

Foto: AxelBeach Ibiza





Foto: AxelBeach Ibiza

Por otro lado, hay que destacar nuestro espacio Wellness el cual cuenta con un magnífico spa de cristal con sauna, hammam, jacuzzi de acero con circuitos de masaje, ducha de aromaterapia, cromoterapia, lluvia y una carta de masajes y tratamientos personalizados a la disposición de clientes, tanto alojados como externos. Además, dispone de un amplio gimnasio equipado con máquinas de fitness de última generación, desde el que se puede observar todo el ambiente del Sky Bar en primera línea desde sus cristalerías y entrenar con el mar de fondo. Además, disponemos de una magnífica terraza solárium exterior que permite a todos los clientes relajarse y tomar el sol con vistas inmejorables.

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

Axelbeach Ibiza cuenta con un total de 9.035 m² repartidos entre el parking en sótano, una planta baja y cinco plantas de apartamentos, en total 100 apartamentos suites, y zonas comunes para los clientes (gimnasio, spa, piscina con terraza y restaurante, además de los pasillos de acceso).

Esperamos que en ésta segunda temporada, rompamos records y superemos nuestros históricos, tal y como hemos mencionado en preguntas anteriores.

¿Qué percepción debe llevarse el visitante del AxelBeach Ibiza?, ¿por qué debe regresar?

Nuestros huéspedes deben salir del hotel confirmandonos que quieren volver a visitarnos muy pronto, ya sea a nuestro propio hotel como a cualquiera de los otros hoteles de la cadena, pues las experiencias que se viven en nuestro establecimiento son únicas e irrepetibles.

Axel Hotels es un referente de punto de encuentro entre huéspedes y público local en cada destino donde abrimos un hotel, y para ello tratamos de dejar huella en cada uno de los huéspedes, pues estos son los mejores embajadores

de la marca y lo que más valoran los futuros huéspedes. Nuestros clientes suelen repetir experiencia en, al menos, dos o tres de los diferentes Axel Hoteles en un año.

Finalmente, ¿qué planes de expansión y crecimiento tiene la compañía?

Axel Hotels se encuentra en pleno desarrollo de su proyecto de expansión internacional, mediante el cual la cadena persigue exportar el concepto Axel a las principales ciudades del mundo.

Siguiendo el ejemplo de los hoteles actuales, todos los futuros hoteles Axel están planteados desde la misma óptica: espacios de diseño ubicados en destinos vanguardistas y cosmopolitas, abiertos al mundo, gayfriendly y que apuestan por la diversidad y la integración, con una rica historia y un excepcional ambiente gay.

Los mercados donde Axel Hotels podría estar presente en un futuro son principalmente Estados Unidos y Europa, destacando nuestra próxima apertura a finales de año en Miami, y el próximo año 2019 abriendo dos activos en Valencia y San Sebastián, entre otros futuros destinos que se encuentran ahora mismo en fase de negociación.

Foto: AxelBeach Ibiza





Hotel perfectamente conectado

El ingenioso sistema Jung Multimedia permite conectar -sin molestos cables- cualquier aparato en salones, despachos y habitaciones del hotel: monitores LCD, equipos HiFi, proyectores, ordenador portátil, etc. También dispone de cargadores USB .



CONECTORES MULTIMEDIA



MECANISMOS USB



Foto: Apartmuelle

Decoración en el hotel

La guinda del pastel

Estamos en una época en el que los hoteles saben que la decoración de interiores de sus establecimientos se ha convertido en una baza que hará que la estancia de sus huéspedes sea totalmente inolvidable. El diseño de hoteles es un mundo apasionante con un sinfín de oportunidades, en el que el interiorista deberá tener en cuenta múltiples factores, haciendo que se consiga el efecto deseado sobre el usuario, pero sin olvidarse de la premisa indispensable de estos establecimientos, el disfrute de una experiencia completa y única.

La importancia de la decoración en los hoteles está posicionándose como elemento esencial a pasos agigantados. Los clientes, cada vez más habitualmente, escogen el hotel por sus imágenes, y en consecuencia por su

decoración, un valor añadido que las cadenas hoteleras están desarrollando en los últimos años, como punto a favor. Y más teniendo en cuenta que el diseño de hoteles ha sufrido un gran cambio y hoy están considerados no sólo lugares

de descanso, sino espacios en los que vivir experiencias únicas. “La decoración en el sector hotelero ha mejorado progresivamente, mientras que en unos 10 años atrás, los departamentos de diseño e imagen de las cadenas era residual y su inversión era mínima. Actualmente se ha convertido en uno de los departamentos más importantes y de los que más se invierte”, describe Alberto Rojas, Junior Manager Program del Grupo Rojas. Igualmente, Borja Jover, perteneciente al equipo de ventas y proyectos contract de Francisco Jover, asegura que la decoración en el hotel ha tomado una gran importancia durante estos últimos años. “Las cadenas hoteleras, asesoradas por importantes gabinetes de decoración surgidos en la última década, han conseguido que la decoración ocupe un papel vital y de manera sencilla en su identidad corporativa”. En este sentido, “los

cambios en la legislación para garantizar un menor riesgo de incendios, ha provocado cambios notorios en los materiales usados y en su forma de instalación”, determinan desde el Grupo La Madrid.

Asimismo, este auge se ha producido debido a la competitividad del sector, acompañado por los cambios del propio consumidor. Es decir, “la predisposición del consumidor a elegir un estilo de hotel de acuerdo a sus gustos o percepciones sin perder de vista el precio. Es por esta razón, que las cadenas hoteleras han adaptado sus hoteles conforme evoluciona el consumidor. Creo que dicho progreso ha ido de la mano con el consumidor y se han ido adaptando conjuntamente”, añade Alberto Rojas.

Gracias a todo esto, en la actualidad, en el sector de la decoración de establecimientos hoteleros es de vital importancia conseguir una perfecta coordinación entre el diseñador de interiores y el cliente que encarga el proyecto, ya que el interiorista debe plasmar en el diseño del hotel tanto la filosofía del negocio, mostrándolo en la atmósfera interior, de tal manera que se busca conseguir una total simbiosis entre diseño y funcionalidad. Ofreciendo a los huéspedes espacios que generen grandes expectativas, que les provoquen emociones... Así pues, actualmente, se tiene tan presente que es contemplado desde el inicio de un proyecto. “Antes se dejaba hasta el final, analizando primero otras prioridades constructivas. Hoy en día es un elemento imprescindible a la hora de prescribir un espacio”, indica Beatriz Gancedo, Directora de Marketing y Comunicación de Gancedo.

De este modo, un profesional interiorista trabaja los espacios cuidando desde el principio aspectos fundamentales como, la utilización de materiales cumpliendo las norma de instalaciones, accesos y barreras arquitectónicas, y otros aspectos como el confort, modernidad e innovación.

Pero para cumplir con todo ello, es imprescindible llevar a cabo, por parte del diseñador, un estudio pormenorizado de todas las partidas, poniendo especial atención en los espacios comunes



Foto: JOVER

como recepción, comedores, así como de la fachada y espacios exteriores si se dispone de ellos. “Hace ya algunos años que la tendencia a la hora de crear proyectos hoteleros es buscar aplicar la tendencia y el diseño a la marca hotelera. Por lo que a la hora de crear los proyectos hoteleros de mis clientes me marco ciertos puntos para conseguirlo: importancia en el diseño y tendencia, confort, siempre más importante que la función, tecnología, y crear zonas explícitas para que mi cliente hotelero desarrolle experiencias para el viajero”, describe Ornella Carrillo, CEO de Apartmuelle y experta en interiorismo de hoteles.

En este sentido, la hostelería en general, en su búsqueda de la optimización de recursos, apuesta, en primer lugar, por la funcionalidad en la decoración. “La decoración tiene que cumplir unos estándares técnicos exigidos por ley, muchas veces incompatibles con el proyecto. Por este motivo, el sector textil está en continua investigación y desarrollo de nuevas calidades, no solo en cuanto a diseño se refiere”, asegura Borja Jover.

Por otro lado, se están desarrollando nuevos conceptos en la creación de espacios hoteleros. “De un tiempo a esta parte, la diferenciación de los hoteles

Foto: Gresmanc





Foto: Grosfillex

ha venido marcada por la creación de entornos exclusivos donde el diseño tiene el papel protagonista. Y hablamos de diseño en todos los sentidos: diseño de los espacios, diseño del mobiliario, de los tejidos, de la iluminación y, por supuesto, diseño en los acabados de pavimentos y revestimientos”, describen desde Gresmanc.

Dentro de estos nuevos conceptos, los materiales han ido tomando gran importancia en los proyectos de decoración. “Hay que tener en cuenta que coordinar los materiales de decoración con las grandes exigencias de seguridad, es el reto de nuestro actual día a día. La adaptación de los materiales que visten las partes nobles y habitaciones a las necesidades de seguridad nos ha hecho avanzar a pasos agigantados a nivel de innovación. Hoy en día hemos conseguido desarrollar materiales ignífugos, absorbentes de la luz, del sonido, resistentes al desgaste, que aportan abrigo, color y calidez al mismo tiempo...”, analizan desde Francisco Jover.

Además, desde Gresmanc añaden que al concepto de diseño, se ha sumado otro factor mucho más relacionado con lo emocional que con lo meramente visual o estético. “Se trata de la intencionalidad de crear experiencias únicas en los huéspedes, no sólo a través de la calidez

de materiales e iluminación sino también a través de la incorporación de nuevos desarrollos y tecnologías que dotan a los espacios de un plus de atractivo para los clientes”.

Pero todos estos nuevos estilos y conceptos, se realizan teniendo siempre en cuenta los más estrictos ensayos en laboratorios y controles de calidad, que certifican los materiales. “Se trata de una labor que los decoradores han sabido interiorizar a la perfección. Y, gracias a ello, los fabricantes y editores hemos podido dar una respuesta certera, desarrollando excelentes tejidos y calidades impensables hace tan sólo 10 años”, determina Borja Jover.

Arquitectura y decoración

La elección del espacio y arquitectura en cualquier hotel, tiene un gran peso e influencia sobre el proyecto de decoración que se debería realizar en el interior del establecimiento. Es decir, “para cada lugar, se adecuaba mejor una decoración específica o proyecto que ayudará e inspirará al diseño y a la armonización del espacio junto al estilo o modelo arquitectónico influyente en el espacio”, precisa Albert Rojas, del Grupo Rojas.

En este sentido, el edificio es el punto de partida de cualquier hotel, y todo el

plan de negocio y el proyecto decorativo deberán adaptarse al mismo. “La imagen corporativa del hotel es la creación de una serie de elementos que sean reconocibles y familiares para los clientes en distintos establecimientos de una misma cadena. Esta familiaridad con estos elementos comunes pretende crear fidelidad por parte del cliente”, definen desde el Grupo La Madrid. En este sentido, Ornella Carrillo, de Apartmuelle, indica que procura respetar el espacio y arquitectura para el proyecto que le contratan. “Me gusta seguir vistiendo el espacio en el estilo creado siempre que el cliente lo quiera y si la cosa va de cambiar el estilo, respetando la arquitectura del espacio, hay que adaptarse, ahí está el reto del profesional”.

“Desde mi punto de vista, la imagen corporativa de un hotel o cadena es clave para la imagen de la marca. El estilo de cada cadena tiene intención de proyectar a sus posibles clientes, y determinará con un valor bastante elevado cierta confianza o percepción que va a encontrarse en el momento de la elección del hotel”, añade Albert Rojas. Además, asegura que cuando se entiende marca o imagen, se conoce como un conjunto de hechos tanto estéticos de la marca, como valores asociados a ella que permiten orientar de alguna forma u otra al posible cliente. “A mi entender, por ejemplo, una imagen corporativa cuidada y moderna, permitirá transmitir a sus

Foto: Gancedo





HOTELES



RESTAURANTES

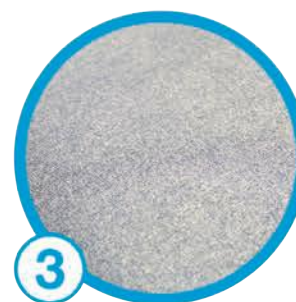


GRANDES EDIFICIOS



COLECTIVOS

TEJIDOS QUE SE LIMPIAN SOLO CON AGUA



Con **Aquaclean** incluso las manchas más difíciles pueden quitarse fácilmente **con agua**.



La mayoría de los repelentes de líquidos contienen **PFCs**. La fabricación con PFCs contamina el medio ambiente local (agua y aire). Juntos, podemos apoyar la fabricación verde a través del consumo responsable.

Para más información contacten con info@aquaclean.com REF:HPS



posibles clientes que van a encontrar sus hoteles cuidados y modernizados para su cómoda estancia". "Pensamos que el decorador adaptará los colores, los aspectos, las texturas y los coordinados a la idiosincrasia del hotel. Según sea la ubicación del mismo y la vocación de la cadena el decorador buscará adaptarlos al ambiente buscado y a los estándares homologados", determina Borja Jover, de Francisco Jover.

Así pues, se puede decir que tanto el espacio como el tipo de arquitectura son aspectos que inciden directamente sobre aspectos tan esenciales como: clientes potenciales, tipo de servicios a ofrecer, modelo de negocio, etc. "Estos factores deben haber sido definidos como parte de la estrategia de negocio del hotel por su influencia indudable tanto a nivel de actividad como a nivel de imagen corporativa", concretan desde Gresmanc.

Por ejemplo, "si el edificio posee un buen diseño, se escoge la luz más acorde, se realza la obra con luz natural y allí donde no llega, la luz artificial juega el papel principal. Todo dependerá de la arquitectura del continente", expone Miquel Luceño, Responsable de proyectos área Noreste de Sylvania. Igualmente, el contar con un espacio grande permite jugar con más diseños, colores y crear incluso ambientes diferentes. "En las habitaciones que son pequeñas una misma gama de colores

Foto: Barceló Hotels&Resorts



Foto: Apartmuelle

ayuda a dar una sensación de amplitud. Cada marca tiene su criterio decorativo, se tiende a la personalización del ambiente a crear un espacio donde el cliente viva una experiencia y ahí la decoración juega un papel muy importante", detalla Beatriz Gancedo, de Gancedo.

El proyecto de diseño

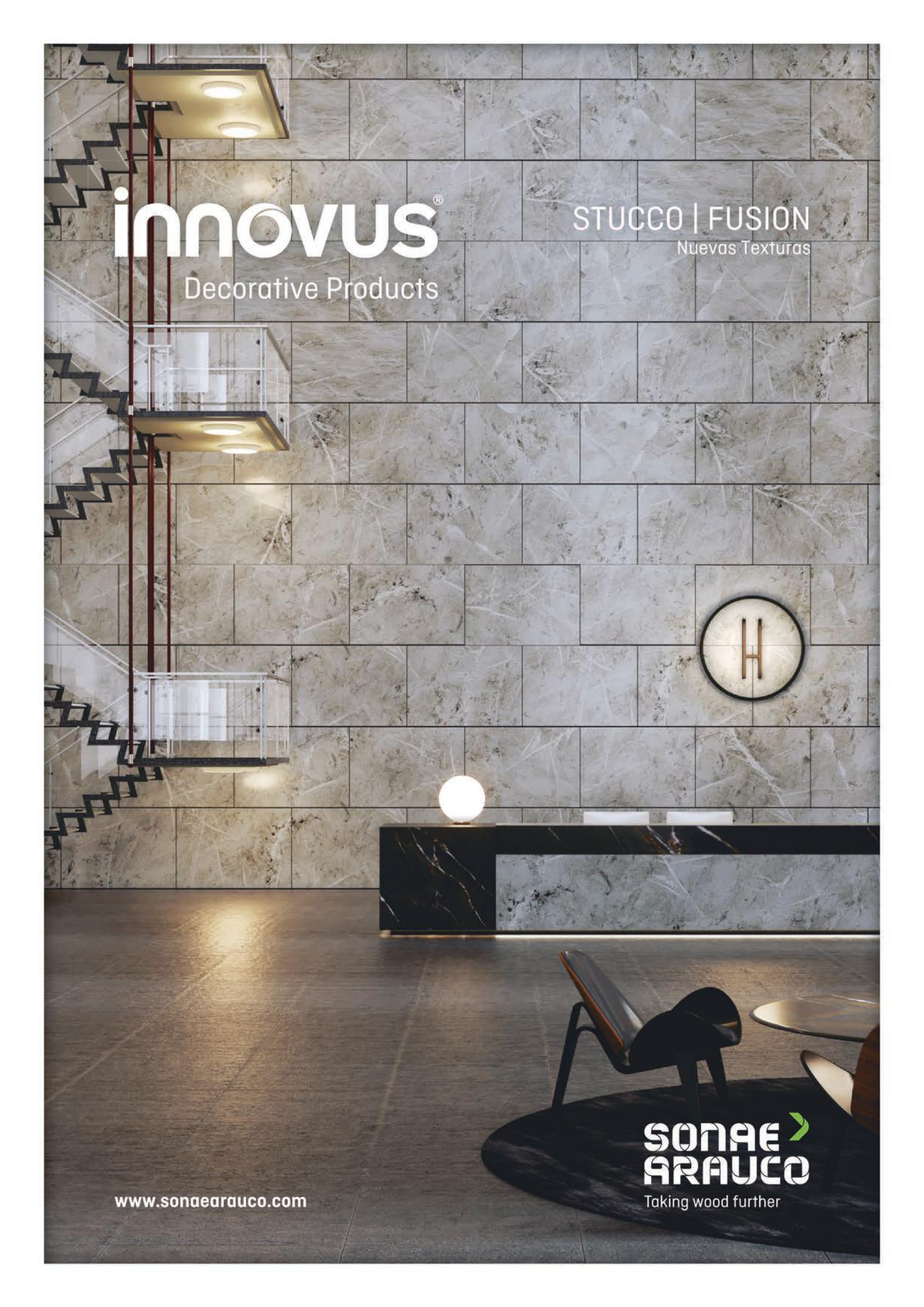
En el desarrollo de un proyecto de diseño de interiores para hoteles se debe tener en cuenta desde el concepto de búsqueda física del lugar de emplazamiento (en caso de un nuevo establecimiento), que determinará en gran parte la vocación hospitalaria del establecimiento, hasta la consecución final de la entrega del mismo para su explotación. "En todo ello influyen y participan una gran cantidad de profesionales: arquitectos, técnicos de ejecución y desarrollo, decoradores, confeccionistas e instaladores, que son las partes más dinámicas", especifican desde Francisco Jover. Además, añaden que el arte de combinar todas estas facetas y a las personas que las llevarán a cabo determinará el éxito final. "Es indudable que el proyecto general viene marcado por ese espíritu que queremos que impregne cada ambiente del hotel. La decoración será la que personalice la vida en su interior".

Estudio previo o Toma de datos: es el primer paso a llevar a cabo. "Lo principal es acordar con la propiedad la idea inicial que se pretende transmitir

en el establecimiento, hablando de las estimaciones económicas en las que puede oscilar el proyecto", describen desde el Grupo Rojas. "Como en cualquier tipo de proyecto, existe una fase inicial de estudio y análisis del proyecto en la que quedan establecidas las premisas del proyecto en cuanto a definición de clientes, definición de objetivos y estudio del terreno o instalaciones para definición de las necesidades", corroboran desde Gresmanc.

De esta manera, dentro del estudio hay que distinguir "entre las zonas comunes como el hall de entrada, la recepción, la cafetería, los salones, los ascensores o los pasillos y las habitaciones propiamente dichas, que es la zona privada de los clientes. En primer lugar se plantearán los elementos estructurales del edificio y de las distintas zonas, y en segundo lugar los elementos como revestimientos, mobiliario, lámparas o cortinas que en su conjunto conformarán el estilo decorativo del hotel", enumeran desde el Grupo La Madrid. "Hemos observado que, aunque somos de los últimos en acceder a las obras, cada vez se planifica mejor y con tiempo, lo que nos permite trabajar con más eficiencia", detallan desde Gancedo.

Concepto: una vez realizada la toma de datos, se definirá la idea de proyecto, que irá dando forma al proyecto y aparecerá plasmada en cada uno de los elementos que lo componen. Es en esa fase cuando se realiza la primera propuesta,

A modern interior space featuring a large wall of rectangular stone tiles with a light beige and grey marbled pattern. On the left, a staircase with dark steps and a white metal railing is visible. A long, dark wooden reception desk with a white stone top is positioned against the wall. A circular light fixture with a stylized 'H' logo is mounted on the wall. A spherical pendant light hangs above the desk. In the foreground, a modern black chair with a red seat is on a dark rug. The floor is made of large, light-colored tiles.

innovus[®]

Decorative Products

STUCCO | FUSION

Nuevas Texturas

www.sonaearauco.com

SONAE 
ARAUCO
Taking wood further

INTERIOR/ EXTERIOR

"A la hora de tratar el indoor y el outdoor, es preciso tener en cuenta la zona de relax y social teniendo en cuenta que el espacio exterior y el interior, son zonas de paso o actividad", describe Ornella Carrillo, CEO de Apartmuelle y experta en Interiorismo de Hoteles. No obstante, a pesar de que siempre hay que dejarse guiar por el estilo de cada establecimiento, lo importante es contar con un espacio que proporcione y transmita a los huéspedes los valores que se persiguen en el hotel. "Sería aconsejable encontrar un equilibrio y una armonía entre las características exteriores del edificio como la fachada, y el proyecto decorativo de los interiores. No es un tema menor, y sin duda, requiere una atención prioritaria por parte de los responsables del hotel", precisan desde el Grupo La Madrid.

Así, las principales diferencias entre la decoración interior y exterior son:

Exterior: la mayor diferencia es el uso de materiales. "Ya que en un ambiente exterior, debido a su exposición al sol y cambios de temperatura en los distintos momentos del día, no te permite jugar con tal diversidad de materiales", detalla Albert Rojas, Junior Manager Program del Grupo Rojas. Del mismo modo, desde Gresmanc, añaden que los entornos de exterior han de cumplir unas altas exigencias físicas marcadas por las normativas técnicas internacionales en cuanto a resistencias, durabilidad, etc. "El factor más exigido es el acabado antideslizante de los productos cerámicos para garantizar la seguridad de las

personas". Además, del antideslizamiento, añade que otra de las principales ventajas que aporta la cerámica en el exterior es la baja absorción y, por tanto, la alta resistencia a las manchas y la ausencia de mantenimiento. "Motivo por el cual, el gres porcelánico es el material más demandado para estos espacios".

Por otro lado, la decoración exterior deberá aportar practicidad y también adaptación directa a la imagen corporativa del hotel. "Deberá cumplir con las exigencias de exposición al exterior y los avatares del clima y la resistencia a situaciones extremas (resistencia al agua, sol, viento, manchas...). Deberá contar con protección que impida la aparición de manchas por enmohecimiento e utilización de productos cosméticos. Siempre deberá conservar el color incluso expuesto a todos estos 'incidentes'", enumera Borja Jover, perteneciente al equipo de ventas y proyectos contract de Francisco Jover.

Interior: por su parte, la interior deberá aportar comodidad, arropar las estancias, coordinarse con las partes comunes, los colores de las paredes, el piso, el mobiliario y el ambiente luminoso. "Contribuir al confort de la utilización de las estancias para el reposo y descanso", detalla Borja Jover. Sí que es verdad, "que la decoración interior esta mucho más avanzada porque no ofrecen tanta complicación de materiales y desgaste de ellos, por esa razón, las posibilidades son mucho más amplias. Mientras que en la exterior son más reducidas", indica Albert Rojas.

más conceptual, en la que se empiezan a definir características generales del espacio que se va a diseñar, referencias de proyectos similares ya ejecutados, sensaciones que se quieren transmitir, colores, texturas, croquis a mano...

Diseño: en este punto se empieza a trabajar en plano para poder entregar al cliente las primeras ideas de distribución, plantas, secciones e incluso perspectivas 3D en muchas ocasiones, todo ello completado con las texturas y materiales que se quiere utilizar para poder acercar al cliente lo máximo posible al resultado final. "Se plantea un posible diseño, junto con los respectivos renders que permitirán a la propiedad hacerse una idea más exacta de la propuesta realizada", indican desde el Grupo Rojas. Del mismo modo, desde Gresmanc exponen que, tras los pasos anteriores, llega la fase de diseño de los espacios en la que hay un primer trabajo sobre plano y después la puesta en marcha, la elección y la ejecución de todos los elementos involucrados: materiales de revestimiento, pavimentos, iluminación, etc.

Presupuestos: es importante llevar a cabo un presupuesto en el que se reflejará el coste total del proyecto. Se solicitan presupuestos a distintos proveedores y fabricantes para poder comparar y poder dar un precio real y competitivo. En relación a esto Albert Rojas determina que "tras la validación de la propiedad se

presentan los presupuestos pertinentes y se plantea las diferentes posibilidades de cambios y modificaciones en precios y materiales".

Elección de elementos: "cuando estos elementos están implantados llega una fase final en la que se remata



Foto: Gresmanc

con mobiliario, decoración, textil y todo tipo de complementos”, indican desde Gresmanc. Igualmente, en la parte de iluminación se pondrán en contacto con los equipos de decoración y arquitectura de los hoteles, “donde después de varias reuniones podemos empezar a preguntar sobre cuáles son sus necesidades, escuchando lo que el cliente quiere conseguir. Dependiendo de cuál es el resultado requerido y óptimo, pasamos a pruebas de luz o ‘moke ups’ de habitaciones piloto, donde realmente se ven los resultados que no solo en renders se aprecian, y al final viene la decisión de trabajar esa idea (donde hubo un inicio y un final)”, especifican desde Sylvania.

Proyecto de ejecución: una vez decidido todo, se realizan los planos del proyecto de ejecución, en el que se plasmarán las ideas finales y que servirán de guía para todos los oficios que vayan a trabajar en la obra. En estos planos aparecerá toda la información necesaria para que los trabajadores puedan llevar a cabo sus trabajos correctamente, una especie de dossier en el que se recopilará toda la información referente al proyecto.

Ejecución de la obra: una vez aceptado el proyecto, se estipulan unos términos de entrega, es decir, “el inicio y final de obra que se deberá cumplir. Y se llevará a cabo el proyecto final. En algunas ocasiones, antes de realizar la totalidad de la obra, la propiedad suele pedir habitaciones pilotos para tener una muestra física del resultado final”, expone Albert Rojas. En este apartado, es importante tener previsto un tiempo destinado únicamente a los remates de obra, imprevistos y desperfectos que se pueden dar durante cualquier obra.

Tendencias actuales

Como ya sabemos la moda es pasajera, y al igual que en el resto, en el sector de la decoración las tendencias van variando según los años, y suelen durar entre 3 ó 4 años. Aun así, la tendencia decorativa en un proyecto hotelero o una renovación de un hotel existente depende, fundamentalmente, de las características específicas del hotel en cuestión. Es decir, “variables como la categoría del hotel, si es un hotel urbano enfocado principalmente a una



Foto: Grupo Rojas

clientela de negocios o de turismo, o un hotel de playa o rural con una clientela principalmente turística, tendrán una incidencia en el planteamiento decorativo que se vaya a desarrollar”, precisan desde el Grupo La Madrid.

Por ejemplo, en lo referente a los textiles, Borja Jover indica que estos siempre van a partir de calidades muy resistentes al uso cotidiano y cumpliendo normativas ignífugas, sin importar modas ni tendencias. Sin embargo, “en decoración de interiores vemos dos tendencias diferenciadas: por un lado, los hoteles de ciudad que apuestan por motivos geométricos y tonos neutros, y por otro los costeros que apuestan por tonalidades más alegres”. Del mismo modo, Albert

Rojas, considera que en el caso del interior, las tendencias son variantes en el tiempo, “pero podemos apreciar cómo, actualmente, las combinaciones étnicas, plantas o junglas, geométricos y la combinaciones de materiales como el hierro con chapa y cada vez más las melaminas permiten crear espacios muy variados con una infinidad de colores y posibilidades de diseño muy grandes”.

No obstante, el exterior no cae en el olvido, y actualmente se hace mayor hincapié. “En España se vive mucho fuera, hace buen tiempo y esto nos permite crear espacios al aire libre. A nivel textil han surgido muchas novedades en tejidos de exterior (que a la vez son ignífugos) y también alfombras especiales

Foto: Grosfillex





Foto: Grupo Rojas

para instalar a la intemperie”, analiza Beatriz Gancedo. Por otro lado, desde el Grupo Rojas opinan que en el exterior se lleva un estilo más minimalista con la combinación de diferentes textiles que permiten crear, con un toque de color, diferentes ambientes. “Cada vez más, se les está dando una mayor importancia a la naturaleza y a la jardinería de los hoteles que permiten dar color y vida a los ambientes creados con el mobiliario”. Así pues, en cuanto a diseños, hay una variedad muy amplia; “sigue todavía la tendencia ‘tropical’, los dibujos geométricos, los diseños con colores vivos (por otra parte tonos como el mostaza, el azul petróleo, el rosa empolvado siguen teniéndose muy en cuenta) y los terciopelos en el interior”, especifican desde Gancedo.

Por otro lado, otra de las tendencias más en auge surge de la preocupación por la sostenibilidad, que está presente tanto en obra nueva como en la rehabilitación y la reforma de espacios existentes. “Se otorga una especial importancia a la elección de los materiales, a la procedencia de los mismos y a la utilidad de los mismos en los espacios en los que se integran”, exponen desde Gresmanc.

Pero lo principal, en opinión de Ornella Carrilo es buscar un sello de calidad, para nuestra estancia y nuestra experiencia, “con lo que añadir diseño y confort a los espacios hoteleros. Todo dentro del target al que está dirigido el hotel en

concreto”. “Es importantísimo cumplir las expectativas del huésped con los medios más sencillos y elegantes que tengamos a nuestro alcance. La decoración responde a la esperanza de un viajero que encontrará a su llegada lo que probablemente imaginó. Las tendencias influyen en ello con discretos toques de distinción que en su gran parte aportan los tejidos que arrojan las estancias”, determina Borja Jover.

Por todo ello, y para satisfacer a todos los usuarios, “actualmente existe en el mercado una gran diversidad de materiales, mobiliario, telas, lencería

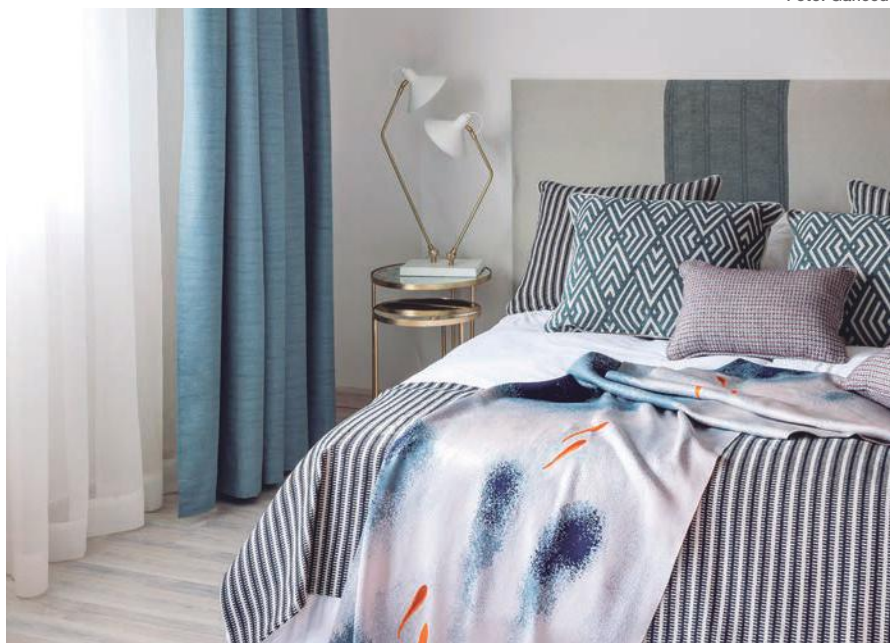
de cama y menaje, que permiten al decorador o responsable del proyecto darle al mismo un estilo decorativo muy acorde con el planteamiento que se haya elegido”, especifican desde el Grupo La Madrid.

Elementos destacados

Principalmente los apartados que más se suelen tener en cuenta en el diseño de interiores de un hotel son los suelos, paredes, mobiliario, iluminación, lencería y decoración del espacio.

Suelos: actualmente existen varias posibilidades que se adaptan, más o menos, según el espacio a considerar. Así pues, en lo que a las habitaciones se refiere, “la tendencia clara del hotelero es un parqué donde existen infinitas posibilidades de colores y texturados que se adaptan muy bien en todas las superficies y le ofrece una gran calidad y comodidad para el mantenimiento por parte del hotel. La otra posibilidad es el suelo cerámico, dicha opción es más utilizada en caso de los grandes resorts en América Latina por un tema de mantenimiento, limpieza y cuidado de las altas temperaturas y el tratamiento de los materiales”, enumera Albert Rojas (Grupo Rojas). No obstante, “la elección de los materiales puede venir dada por el estudio de arquitectura o por la propiedad pero, en cualquiera de los casos, la elección buscará mantener

Foto: Gancedo



la línea estética y también conseguir una correcta integración de espacios a través de las superficies verticales y horizontales”, detallan desde Gresmanc.

Paredes: la ubicación física del proyecto, la climatología del lugar, las horas de luz, etc., “son factores que intervienen directamente en la elección de los materiales de exterior para mejorar la eficacia y el rendimiento de las instalaciones. Por lo tanto, en lo que se refiere a espacios de exterior, el papel que juega esta elección es clave”, añaden desde Gresmanc. En este sentido, en opinión de Alberto Rojas, existen 3 variantes para los paramentos verticales: pintura, papel y panelados con textil. “Por parte de la pintura, simplemente se juega con las combinaciones de colores. Mientras, el mundo del papel en contract cada vez es más usual encontrarlo en los hoteles, incluso en zonas comunes. Gracias a una gran variedad de colores, diseños y texturas permite crear espacios infinitos con diferentes acabados y texturados, aun así, por si no fuera poco



Foto: JOVER

también existe la posibilidad de crear un propio diseño para hacer del espacio algo más único y exclusivo. Creo que cada vez más el sector va a tirar por esa variante y poco a poco los fabricantes irán adaptándose a un precio mucho más asequible al actual”.

Y, en relación a los panelados textiles, indica que es una opción más que existe, con la variante de que ofrece una insonorización acústica a la habitación que, según en qué casos, es una opción muy interesante para el hotelero. “La gran suerte de tener todas estas variantes, son



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: Sylvania

la infinidad de posibilidades de combinar dichos materiales, por ejemplo: papel con pintura, o pintura con panelado textil, o inclusive todos ellos”.

En la mayoría de ocasiones los responsables de compra de los hoteles suelen estar bien aconsejados por equipos técnicos que les pueden orientar sobre la conveniencia de unos materiales u otros en función del tipo de espacio y que aportarán un punto de vista profesional sobre durabilidad, facilidad de mantenimiento y otras características físicas. “Desde luego deben ser conscientes de que una buena elección de pavimentos y revestimientos

puede suponer un ahorro energético, reducción de costes de mantenimiento, además de una garantía de durabilidad por resistencia al tránsito o al choque térmico”, determinan desde Gresmanc.

Mobiliario: el mobiliario es un elemento clave para el espacio. “Su diseño, ergonomía y simplicidad juegan un papel muy importante para el lugar y cada vez más, la tendencia de ello es la combinación de diferentes materiales como luces, textiles y hierro, que nos ayudan a crear nuevas posibilidades en términos de diseño y distinción del proyecto hotelero”, analiza Albert Rojas. Además, añade que en el mobiliario tal y como lo conocemos existen 3 grandes ramas: chapa, melamina y macizo. “Hoy en día, los materiales más usuales son la chapa y melamina. Cada vez más, la tendencia es del uso de melamina, ya que permite una gran variedad de diseños a un precio mucho más económico. Es por esta razón, y por la facilidad de adaptarse en muchos entornos distintos que se ha convertido en tendencia en el mercado. En cambio, el macizo, es mucho más utilizado en sobres de mesas grandes, escaleras o zonas nobles/comunes, por su peculiaridad de vestimento en zonas mucho más abiertas”.

Textil: es una de las grandes partes que junto al mobiliario ayuda a acabar de vestir una habitación. El textil puede definir un espacio y modificar por completo la imagen. No se trata solo de un tema de estética, sino también técnico. “Unas alfombras o una cortina permiten insonorizar un espacio, amortiguar

los ruidos y crear una atmosfera más agradable. Lo mismo pasa con unos visillos o estores que consiguen crear un espacio de privacidad e intimidad”, puntualiza Beatriz Gancedo (Gancedo). De igual manera, desde el Grupo La Madrid, aseguran que los textiles en hostelería son un elemento fundamental para definir el estilo decorativo de las distintas zonas del hotel y tienen una importancia fundamental en las habitaciones para regular la luz. “Esta función es esencial para uno de los objetivos prioritarios del establecimiento: el buen descanso de los clientes”. “De ellos depende el ambiente final del proyecto, son los elementos de los que emana el alma de la decoración. Es donde el decorador y diseñador pueden plasmar su idea, encontrando el todo. Es la clave para lograr la coordinación de un proyecto imaginado hecho realidad”, especifica Borja Jover. No obstante, en su opinión, la partida de los textiles no siempre está tenida en cuenta desde el principio del proyecto, es la guinda de un pastel bien cocinado.

De esta manera, para adaptarse a todos los proyectos, cada vez es más usual la gran diversidad de colores, diseños y posibilidades en tela para distintas zonas del hotel. “La capacidad de adaptarse a las necesidades de diseños y comodidad para el hotel es clave para entender la evolución de esta industria”, expone Albert Rojas. “En los textiles podrán dominar colores, diseños, temas... Además, se pueden realizar a medida de las estancias, plantas con diferentes temáticas, y resolver el principio y final decorativo que materializa la idea concebida en mente. Los textiles aportarán el volumen necesario que podrá dominar en todo momento, apoyándose en diversos estilos de confección, que permitirán el control del volumen de las estancias, proporcionando al huésped todas las posibilidades”, corroboran desde Francisco Jover.

Por todo ello, los responsables de un proyecto hotelero son plenamente conscientes de la importancia de los textiles en todo el recinto, y en particular en las habitaciones. “Actualmente tejidos oscurecidos y black-outs son las telas más elegidas para las cortinas de las habitaciones. El precio se deberá



Foto: KA International

“La capacidad de adaptarse a las necesidades de diseños y comodidad para el hotel es clave para entender la evolución de esta industria...”

adaptar a los presupuestos que se hayan establecido, y según los mismos, se podrán usar materiales de mayor o menor calidad”, destacan desde el Grupo La Madrid.

Iluminación: es una parte crucial para englobar las demás partes del contract. “Una buena iluminación hace que el espacio, la decoración y todo resalte. Es algo que se nota si está bien hecho”, describe Miquel Luceño (Sylvania). “En dicha industria podemos encontrar una gran cantidad de empresas que crean sus diferentes gamas de productos más estándar y general. Aun así, existe la posibilidad de empresas que realizan el producto según proyecto, donde algunos de los interioristas están apostado ya



Foto: Apartmuelle

por ésta como un valor añadido a la distinción del proyecto”, expone Albert Rojas. Además, destaca que existe la iluminación un poco más técnica, muy importante en mobiliario como en cabezales, bajos de cama, estantes de baño o armarios. Inclusive, cada vez

más, el uso de sensores de luz para el ahorro energético y lumínico del hotelero.

No obstante, “dependiendo del establecimiento muchas veces se tiene como secundario, pero debería ser principal, porque sin iluminación todo

Grosfillex
EXPERT



www.grosfillex.com

GX WALL+

Nuevas Baldosas Click para Paredes.



Foto: Grupo Rojas

lo demás se apaga, se suele dejar para lo último y lo ideal sería que estuviera presente en el inicio de un proyecto”, opina Miquel Luceño. Y, en lo referente a la demanda, actualmente se busca diseño, tecnología y precio. Por ejemplo, “en la recepción, que es una de las zonas más emblemáticas de un hotel, es donde se utiliza iluminación de más alta gama, decorativa, es la primera impresión para el huésped, en el resto de zonas productos acordes con los requerimientos, tanto en precio, diseño y tecnología”, continúan destacando desde Sylvania.

Decoración del espacio: es el punto y final que necesita toda zona del hotel para conseguir un lugar más confortable y global. Esto permite llenar todos aquellos espacios más huérfanos para que puedan convertirse en lugares únicos y diferentes.

Todas las partes comentadas son, en conjunto, básicas para entender los componentes que forman el interior de todo hotel, ya sea de ciudad o playa. “Cada uno de estos elementos son fundamentales en el proyecto decorativo. La correcta armonía entre todos ellos es lo que dará la coherencia decorativa al conjunto”, concretan desde el Grupo La Madrid. En este sentido, “cada una de las partes no puede funcionar sin el conjunto de las otras, es por esto, que cada vez más empresas han entrado en el mundo del tema ‘llaves en mano’ y diseño, con el objetivo de facilitar al hotelero el conjunto

del espacio ya realizado y la comodidad de coordinación de la obra recae sobre una empresa”, especifican desde el Grupo Rojas.

El Diseño

De un tiempo a esta parte, el diseño, en sentido amplio, “se emplea para añadir valor a muchos elementos, por ejemplo, se habla de mobiliario de diseño, vajilla de diseño, tejidos de diseño...”, indican desde Gresmanc. En este sentido, según destacan desde el Grupo La Madrid, el diseño decorativo es lo que dará personalidad al recinto. “El enfoque decorativo elegido dependerá mucho de la propiedad y del responsable decorativo del proyecto, que es quien decidirá

las prioridades entre diseño, acabado, funcionalidad y comodidad”.

En realidad, “el valor que se quiere aportar con el concepto ‘diseño’ tiene que ver más con lo exclusivo o con lo que, sin ser exclusivo, ha sido especialmente seleccionado para ser integrado y completar un espacio que nos transmita una sensación de sumo cuidado por lo estético”, añaden desde Gresmanc.

Por otro lado, desde el Grupo Rojas consideran que los acabados cada vez están perdiendo más importancia y prevalece, sobre todo, el diseño y la comodidad. Eso no quiere decir, “que los acabados en este caso en el mobiliario no sean importantes, sino que normalmente se mira como un conjunto de ellos pensando de una forma más global. Es decir, en algunas situaciones no es importante la calidad de lacado, por ejemplo en negro, sino que en el conjunto vista bien. Al fin y al cabo, lo importante es el resultado final en global, como hemos comentado anteriormente, y no la perfección en la individualidad”.

No obstante, “el diseño, y con ello el diseñador, deberá resolver todos los aspectos de confort, climatización, sonoridad, ambientes cálidos y, en ocasiones, ambientes cambiantes”, determinan desde Francisco Jover.

El impulso de la rehabilitación

Está claro que en el mundo que vivimos, los hoteles de nueva creación

Foto: JOVER



son menores que las remodelaciones, por una cuestión de expansión de las cadenas hoteleras. Es por esta razón, “que la rehabilitación o reforma de los hoteles suele ser mayor que las de nueva creación. Aun así, últimamente hemos realizado diferentes hoteles de nueva creación para cadenas de gran prestigio en nuestro país”, define Albert Rojas (Grupo Rojas). “Siempre ha sido una parte fundamental dentro de nuestra cartera de pedidos. Lo que sí se ha apreciado es que, después de tantos años de ralentización, ésta ha ido cogiendo importancia debido a la reactivación de proyectos parados durante mucho tiempo”, añade Borja Jover (Francisco Jover).

Del mismo modo, Miquel Luceño (Sylvania) asegura que, actualmente, la mayoría de obras son reformas, no obra nueva, y ahí entran muchos actores, entre ellos propiedades, arquitectos, decoradores, instaladores, etc. “Y entre todos ellos las decisiones son las que determinan la elección de una iluminación y una gama, donde las prestaciones, lúmenes/watios, regulación, potencia concretas, ahorro, eficiencia, etc., determinará qué productos se definen”.

En este sentido, “una buena rehabilitación bien hecha puede competir perfectamente con una obra nueva. Se trata de trabajar el proyecto de rehabilitación, no sólo desde el interiorismo sino saber qué busca el cliente que tiene el hotel”, define Ornella Carrillo (Apartmuelle).



Foto: Barceló Hotels&Resorts

Referente al mercado nuevo, Albert Rojas opina que es más bien para zonas de Resorts como en el Caribe, donde el territorio no está tan explotado y eso permite la apertura de hoteles de nueva creación.

No obstante, el mercado nuevo y de reforma integral, es muy dinámico, muy creativo, más laborioso pero más atractivo. “Permite aportar ideas que son habitualmente bien recibidas por los decoradores y los responsables directos de la realización del proyecto, arquitectos y diseñadores. Digamos que te hace partícipe de la ilusión y desarrollo del equipo. Entrás en el conjunto de las pruebas, los pilotos, el desarrollo de todo

lo que conlleva una iniciativa nueva. Es muy bonito. El de reposición no es tan libre, en general implica adaptar los tejidos a los ambientes existentes. Es muy agradable pero no brinda tantas oportunidades de creación”, resume Borja Jover.

En los próximos años

El sector del turismo en España, y con ello los establecimientos hoteleros, tienen ante sí un gran futuro. Todas las expectativas anuncian un incremento de visitantes que está llegando a muchos millones anuales. Por ello, “debemos continuar con el desarrollo de todas las variables que en este sector vigorizan

Fotos: Barceló Hotels&Resorts



DETALLES A TENER EN CUENTA

La decoración de estos establecimientos, es fundamental para atraer clientes y, sobre todo, para conseguir que estos vuelvan. En el diseño se debe perseguir la elegancia, además de crear espacios acogedores y prácticos, contando con la comodidad por encima de todo. De esta manera, entre los apartados a tener en cuenta destacan entre los más esenciales:

El entorno: éste es un tema esencial y uno de los primeros a tener en cuenta ya que no se decorará igual una habitación para un albergue juvenil que una para viajes de negocio o por el contrario para familias y parejas. Por ello, antes de decantarse por un estilo u otro, será necesario pensar en el target de huéspedes que tiene el hotel. Por ejemplo, si el espacio se encuentra en medio de las montañas, y se busca el relax o desconexión, pueden decantarse por un estilo más rural.

Amplitud y luminosidad: son dos elementos que van de la mano. Una habitación amplia y luminosa es clave para que los huéspedes sientan un mayor bienestar en ella. Si por el contrario no podemos contar con una habitación con los metros necesarios, habrá que jugar con la iluminación para dar esa sensación de amplitud, sacando partido a los rincones y eligiendo colores que la hagan parecer lo más espaciosa posible.

Crear ambiente: relacionado con el punto anterior, la iluminación es un aspecto de la decoración que no debe ser pensado o diseñado por separado, debe ser integrado al concepto desde un primer momento. Por supuesto, la iluminación será específica según el lugar y el ambiente que se desee crear. Será importante aprovechar la luz natural al máximo, complementarla con puntos de luz artificial en el techo y con lámparas de pie y de mesa.

El color: se trata de un punto muy presente en las tendencias que aparecen en el ámbito de diseño de interiores. El manejo adecuado de los efectos y sensaciones que una adecuada paleta de colores puede proporcionar puede conducir al éxito de un proyecto de interiorismo. Cada color es capaz de provocar diferentes sensaciones y sentimientos en las personas. Normalmente ya se encuentra este color en la ropa de cama, en las toallas o en los cojines de la cama. Una buena técnica es usar el blanco como contraste de otra gama de colores. Por ejemplo, se pueden incluir colchas estampadas, cortinas y alfombras coloridas, incluso pintar o empapelar una pared ya sea con el color de temporada o con un mural personalizado.

Materiales: en decoración también es muy importante las formas y texturas, y algunos de los materiales que se utiliza para decorar serán los encargados de proveer estos detalles al proyecto, ya sea el suelo o la pared, el tipo de tela..., todo influirá en el aspecto final que tendrá cada estancia.

Armonía: el espacio debe seguir una armonía y ser coherente, de tal manera que el conjunto final no produzca un rechazo en el cliente. Se busca que, a lo largo de su estancia, se sientan en un sitio especial, en un lugar que se ha tenido en cuenta cada detalle.

Comodidad y funcionalidad: se tratan de espacios para vivir y descansar por lo que los elementos que en ellos se integran deben ser útiles para los usuarios, tanto si van a pasar una noche como para estancias más prolongadas.

Mobiliario: se debe tener en cuenta el tamaño, la cantidad y la circulación. El mobiliario debe ser proporcional al ambiente en el que se encuentra, y en la cantidad justa para que el espacio no se torne incómodo.

Circulación: poder circular libremente por el espacio es fundamental para que sea cómodo y seguro. Por esta razón, los muebles, las aberturas, las alfombras, los adornos..., todo debe ser del tamaño necesario, dejando el espacio suficiente como para que haya un tránsito fluido.

y crean riqueza, trabajo y bienestar”, precisan desde Francisco Jover. Del mismo modo, Beatriz Gancedo detalla que España es un país que está a la cabeza en el mundo del turismo y los hoteleros son muy conscientes de lo importante que es una buena imagen.

El sector del turismo moviliza innumerables sectores muy dinámicos y en los que trabajan muchos especialistas. Desde la arquitectura, decoración, técnicos del sector ambiental, sonido, depuración, alimentación, idiomas, recepcionistas, especialistas en ocio, animadores, y un gran etc. “Las administraciones deben cuidar y promocionar el sector sin escatimar esfuerzos en inversión, formación, seguridad y todo tipo de medidas que contribuyan a aumentar si cabe, la confianza de la que actualmente gozamos internacionalmente en el sector turístico”, continúa explicando Borja Jover. Por esta razón, las opciones de los hoteles para seguir ofreciendo calidad para sus clientes, pasa por la reforma continua de sus espacios sin dejar que pasen de moda. “El auge en nuestro país de diseñadores de interiores de renombre ayuda a la promulgación de ello y es allí donde entramos nosotros para su correcto mantenimiento”, define Albert Rojas.

El futuro, desde el punto de vista de Ornella Carrillo, estaría enfocado hacia el auténtico HOSPITALITY, “como su palabra bien dice, hacia la amabilidad con la que se recibe a alguien”.

Foto: KA International



No obstante, como ocurre en casi todos los sectores, el futuro se enfocará hacia una mayor profesionalización del mismo y una mayor competencia de mercado, “lo que les obligará a definir conceptos de negocio mejor resueltos, con una oferta más atractiva para los clientes y con un ajuste de márgenes notable, tanto para los establecimientos hoteleros como para sus proveedores. Las empresas que sepan resolver este reto de definir una oferta muy atractiva y coherente en cuanto a coste, tienen un futuro espléndido en el mercado español”, analizan desde el Grupo La Madrid.

Por otro lado, la sostenibilidad es el factor que está marcando y que va a marcar, de ahora en adelante, las tendencias en muchos y muy diversos campos. “En concreto, el sector de la construcción debe estar comprometido con la creación de entornos más saludables. En este sentido, Gresmanc sigue trabajando en el desarrollo de productos cerámicos antibacterianos”, exponen. Asimismo, se ha producido “el cambio al LED por motivos de eficiencia y de ahorro de consumo. Además, la tendencia de poder regular las luminarias y lámparas con sistemas de control inteligente, ya que proporciona un uso más responsable, proporciona ahorros e información útil sobre el uso del espacio”, detalla Miquel Luceño.

Mientras tanto, la parte de decoración textil “tiene una clara evolución hacia tejidos técnicos con aplicaciones que nos faciliten el mantenimiento y añadan valores como la confortabilidad



Foto: Grupo Rojas

y facilidad de uso”, define Borja Jover. “A nivel de evolución en los tejidos, es interesante observar cómo cada año aparecen nuevos productos y formas de confección. Las telas que se fabricaban en poliéster o Trevira al principio no tienen nada que ver con las actuales: la textura hoy en día es muy natural, los tejidos ya no brillan, no parecen plástico. Diseños como la curva perfecta en la confección de las cortinas, por ejemplo, aportan un toque de modernidad a la decoración y así mismo permite mostrar una cortina bien confeccionada, elegante y de corte contemporáneo”, especifica Beatriz Gancedo.

En relación a todo esto, Nicolás Feugier, Key Account Manager Grosfillex, indica

que “como fabricante cada vez los decoradores nos solicitan acabados exclusivos, ediciones limitadas, todo esto para garantizar una óptima ‘consumer experience’. Hoy es una realidad, el cliente final tiene el poder, el poder de compartir sus opiniones y sus experiencias. Más que nunca cuidar de sus clientes es una necesidad”.

En definitiva, “las perspectivas de futuro siempre van a ir atadas con la continua innovación como fabricantes para ofrecer al cliente la máxima calidad y diseño. En los próximos años veremos cómo el sector pivota hacia una mayor exclusividad en los proyectos para que cada hotel tenga su propia personalidad”, concluye Albert Rojas.

Foto: JOVER



Foto: Barceló Hotels&Resorts

■ El hotel Beau Rivage Palace incorpora a sus jardines en invierno Tubbo ■



El histórico hotel de lujo Beau Rivage Palace del Grupo Sandoz, situado a orillas del lago Lemán en Lausanne (Suiza) y con vistas a los Alpes y el lago Lemán, ha instalado una galería Tubbo de más de 16 m de largo para ofrecer durante este invierno diferentes experiencias en su jardín con vistas al lago y a las montañas durante el día y a las estrellas durante la noche. Se trata de una estructura tubular transparente con casi 50 m² útiles, de diseño elegante y muy resistente, fabricado en España por el Grupo

Capotex, donde los huéspedes podrán disfrutar de la restauración del hotel en los jardines frente al lago con total confort a pesar del riguroso clima suizo.

El hotel Beau Rivage Palace es toda una institución de la hostelería de lujo en Suiza desde 1861. En él se han alojado desde la familia real inglesa hasta celebridades como Coco Chanel y tuvo como director entre

1888 y 1912 nada menos que a Jacques Tschumi, el fundador de l'Ecole Hôtelière de Lausanne. Aunque con raíces clásicas, el hotel es fiel a su lema "la tradition en mouvement", y ofrece una gran variedad de exclusivas experiencias para que la estancia de sus huéspedes sea siempre memorable. Su última innovación es crear un espacio con vistas utilizable durante todo el año sin depender de las condiciones climáticas.

Este espacio Tubbo se ofrece a marcas y empresas para organizar fiestas y eventos. Durante este invierno será la firma de champagne Ruinart quien ofrezca aperitivos, comidas y cenas con sus caldos en este entorno, bajo el reclamo "con vistas al lago y los Alpes durante el día y a las estrellas durante la noche".

El hotel ha elegido Tubbo por sus condiciones de diseño y transparencia, capaz de integrarse en cualquier entorno, incluso en el imponente edificio de estilo Belle Epoque, por el confort que ofrece a los huéspedes para disfrutar las vistas en cualquier momento y por sus características técnicas, ya que no necesita obra ni anclajes al suelo, por lo que puede ser removido de los jardines en cualquier momento sin dejar huella.

Tubbo es una galería modular transparente desarrollada en España por el Grupo Capotex para facilitar a hoteles y restaurantes ofrecer experiencias y vistas outdoor con un confort indoor.



■ La serie LS 990 de Jung, celebra su 50 aniversario muy presente es los establecimientos hoteleros ■

JUNG



Instalada en cientos de hoteles de todo el mundo

Minimalista y austero, orgánico y lúdico, el discreto diseño de la serie LS 990 se adapta armoniosamente a cualquier concepto arquitectónico o decorativo, por eso ha sido escogida en cientos de hoteles de todo el mundo. Jung ofrece además numerosas variaciones de colores y materiales, así como más de 200 funcionalidades, desde conexiones multimedia enchufes, o sistemas de intercomunicación.

Aparte del gran número de colores disponibles en plástico y metal, la serie LS 990 cuenta también con los 63 colores de la colección Les Couleurs® de Le Corbusier, uno de los arquitectos más influyentes del siglo XX. Jung es el único fabricante de interruptores del mundo que ofrece los tonos de Le Corbusier en una serie completa de mecanismos eléctricos.

Jung, el líder europeo en mecanismos eléctricos y automatización de viviendas y edificios, presentó al mercado la serie de mecanismos eléctricos LS 990 en 1968. Hoy, cinco décadas después, sigue gozando de una gran popularidad gracias a su elegancia atemporal.

La serie LS 990 se desarrolló a finales de los años 60, cuando la mayoría de interruptores del mercado eran de palanca. Fue Albrecht Jung, fundador de la empresa, quien acuñó el principio rector "Progreso como tradición", que hizo posible el impulso que dio origen al avance técnico que supuso el interruptor plano o de tecla. La inspiración creativa provino de las ideas de la Bauhaus, que requiere diseños sin adornos, prácticos y basados en formas claras y elementales, razón por la cual la LS 990 se reduce

a lo absolutamente esencial: la geométrica básica del cuadrado.

Los interruptores de la serie LS 990 tienen una tecla de 70 x 70 milímetros, con un marco a su alrededor de tan solo cinco milímetros. Con esta forma extremadamente minimalista, su superficie plana y fácil de usar, así como su diseño claro y conciso, el nuevo producto no solo cumplió los requisitos del diseño interior de la época, sino que también se convirtió en todo un estándar industrial para los interruptores eléctricos de pared.

ZERO, el desarrollo de un clásico

La serie LS ZERO es una actualización de la clásica LS 990, ya que adopta el diseño del interruptor plano y el de su marco estrecho, pero se diferencia en que pueden montarse totalmente enrasados con la superficie del soporte, ya sea este una pared de obra, paneles de yeso o incluso la madera de un mueble. El resultado es una transición suave y perfecta del interruptor, enchufe o mecanismo de que se trate. La serie LS ZERO ofrece asimismo un catálogo de mecanismos con más de 200 funcionalidades, desde aplicaciones convencionales hasta las más especializadas del hogar inteligente.





ALTRAN Corredera aérea, la solución para cubrir todo el espacio

Empresa: ALTRAN SOLUCION S.L // Teléfono: 961 136 153 // Web: <http://www.altransolutions.es/>

Altran acaba de lanzar al mercado su última patente, una corredera "Aérea" pensada exclusivamente para las cortinas confeccionadas con Onda Perfecta. Esta nueva Corredera Aérea, permite cubrir con el tejido de la cortina todo el espacio que ocupa un riel (tanto decorativo como técnico) con funcionamiento sistema cordón, apertura lateral y cuya confección de la cortina sea Onda Perfecta. La Corredera Aérea que Altran ha lanzado es un accesorio único; disponible en 2 medidas (5,5 cm y 8 cm); con 4 colores adaptados a los rieles Sintra, Coimbra y Obidos como son los colores Blanco, Acero, Negro y Bronce; fabricado en metal; diseñado especialmente para Cintas Acordeón y Onda Perfecta; y que consigue alargar el tejido de la cortina hasta el extremo real de los rieles a cordón con apertura lateral. La Corredera Aérea, Altran aporta una solución práctica y económica que consigue que las correderas sobrevuelen las tapas y tapones decorativos con los que se rematan los rieles y así mejorar la decoración de una estancia.



BALLIU Nueva colección de telas diseñadas por Lara Costafreda

Empresa: BALLIU EXPORT S.A. // Teléfono: 972 397 100 // Web: <http://www.balliuxport.com/>



Balliu Export lanza al mercado una colección exclusiva de telas para la tumbona EVA PRO diseñadas por la joven ilustradora Lara Costafreda, quien anteriormente ha diseñado para firmas como Hermès, Fendi, Chanel, Cartier, Carolina Herrera, Cordonée, Vogue y Marie Claire entre otras conocidas marcas. Lara Costafreda tiene una especial sensibilidad por lo natural y lo plasma a través de su trazo delicado consiguiendo de este modo transmitir belleza y naturalidad en sus trabajos. La colección de Lara Costafreda para EVA PRO está compuesta por 3 diseños de telas inspirados en motivos naturales presentes en la flora mediterránea. Flores, cactus y palmeras que aportan un toque de aire fresco al mundo del mobiliario exterior. Pensada para aquellos que deseen algo original, divertido y con

personalidad para su terraza.



GROUPE GM Lanza nueva línea de acogida

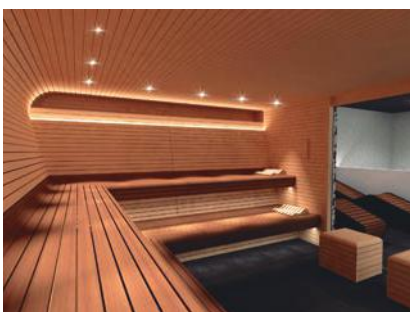
Empresa: GROUPE GM-PENÍNSULA IBÉRICA, S.A. // Teléfono: 914 310 614 // Web: <http://www.sfa.es/>

Groupe GM desarrolló con el perfumista creativo francés Blaise Mautin, una nueva línea de productos de acogida, que va a buscar inspiración a la alta perfumería francesa, notablemente exclusiva e individual. Con este paso, se consolidan las bases para una futura y muy sólida colaboración. Reconocido por crear bajo petición de sus clientes, los perfumes más exclusivos del mundo, esta nueva marca de amenities, de carácter lujoso y majestuoso, refleja el estilo y las fragancias exclusivas de Blaise Mautin. La línea, que ya está disponible para entrega, se presenta en cuatro generosos tubos de 50ml: gel de ducha, champú, acondicionador y loción corporal, en un azul puro, cautivante y moderno. Se complementa con dos jabones en caja de cartón, disponibles en 30 y 50g, y un jabón líquido y un gel mixto, ambos disponibles en un elegante dosificador de 300ml. La fragancia de esta nueva línea es vivaz, delicada pero poderosa. Combina bergamota de Calabria, petit grain, naranja dulce, un toque de ylang-ylang de Madagascar moldeado por un acuerdo de pétalos de rosa, jazmín y flor de naranjo. La base es templada por un soplo de tomillo, salvia y lavanda, acostados en una cama de vetiver creando así un aroma inolvidable. La intención es bien visible: proporcionar al huésped una experiencia olfativa rica y única.



INBECA WELLNESS EQUIPMENT Presenta la Sauna Zurich

Empresa: SAUNAS INBECA S.L. // Teléfono: 936 720 410 // Web: <http://www.imbeca.com/>



La práctica regular de la sauna aporta gran cantidad de beneficios para la salud. INBECA Wellness Equipment ha perfeccionado las mejores técnicas para conseguir una experiencia única al utilizar sus saunas. Distensión nerviosa, estimulación de la circulación sanguínea, oxigenación, limpieza de las toxinas de la piel y la mejora de la elasticidad del tejido muscular son sólo algunos de los beneficios de los que podrás disfrutar gracias a las saunas de INBECA Wellness Equipment. En su nueva línea, INBECA Wellness Equipment nos presenta a ZURICH, una sauna con revestimiento de madera que nos ofrece una gran estabilidad y garantiza un perfecto comportamiento de la madera a las altas temperaturas. Pensada tanto para uso particular como profesional, la sauna ZURICH nos proporciona gran versatilidad a la hora de crear una instalación. La sauna ZURICH está diseñada y construida siguiendo los más estrictos criterios de calidad en la selección de materiales, equipamiento, equipos de generación y control climático, lo que proporciona la máxima fiabilidad y funcionalidad, maximizando los beneficios terapéuticos propios de una sauna completa.

SFA SANITRIT SFA SANITRIT Sanicom 2, nueva bomba de evacuación de aguas

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

SFA Sanitrit ha renovado completamente SANICOM 2, la bomba de evacuación para aguas grises más potente de su catálogo, haciéndola más segura gracias al funcionamiento en alternancia de los motores y al nuevo sistema de alarma acústica y visual, que avisa en caso de funcionamiento anómalo. Está especialmente recomendada para aplicaciones de uso intensivo tanto en obra nueva como en rehabilitaciones de locales profesionales, restauración, oficinas, etc. Tiene una alta resistencia al agua caliente de hasta 90 °C, en cortos periodos, gracias a su exclusivo sistema de doble enfriamiento de los motores por aire y aceite. Además, dispone de un sistema de autolimpieza en cada ciclo, lo que asegura un perfecto mantenimiento frente a aguas muy jabonosas o de alto contenido en grasas o aceites. Dispone de dos potentes motores de 1.500 W cada uno, que funcionan alternativa o conjuntamente, según sea el caudal a evacuar, lo que asegura una mayor durabilidad y eficiencia del equipo. Puede elevar las aguas hasta once metros de altura en vertical o hasta a 110 metros de distancia en horizontal, con una pendiente mínima del 1%. Ambos motores funcionando simultáneamente entregan la máxima potencia de evacuación, que es un caudal de 16 m³/hora a cinco metros de altura. Con SANICOM 2, SFA Sanitrit ofrece una solución viable para instalar cocinas, aseos, lavaderos, etc. en aquellos lugares donde los desagües se encuentran muy alejados o situados por encima del nivel requerido para su instalación.



VAYOIL TEXTIL Pone en el mercado una nueva categoría textil, las batas

Empresa: VAYOIL TEXTIL S.A. // Teléfono: 961 366 520 // Web: <http://www.vayoiltextil.es/>



Esta nueva categoría de producto va dirigido a hoteles de 4 a 5 estrellas, target de la compañía, y ha presentado una completa colección elaborada en varios materiales; lino-algodón, algodón-poliéster y diferentes microfibras. Tanto cada uno de nosotros como los huéspedes de cada hotel, lo primero que hace cualquier cliente que viaje es acomodarse en la habitación y, precisamente las batas son las prendas que les permiten a los huéspedes disfrutar de esa sensación de comodidad, de ese sentirse como en casa. Además del éxito que tiene un producto como el albornoz, éste después de usarse está húmedo y ya no puede hacer la función de bata que mucha gente necesita y ha apostado por lanzar esta nueva categoría. En un momento en que la experiencia del huésped es el elemento central para cualquier hotel, este producto refuerza este planteamiento. En palabras de Luis Esteve, Gerente de Vayoil Textil: "Al igual que hace unos años desarrollamos un estudio sobre la composición ideal de una cama que llamamos 'arquitectura de la cama' con gran acogida entre nuestros clientes les proponemos ahora esta nueva categoría producto que estamos seguro va a ser todo un éxito".

VONDOM® VONDOM Presenta Vela Daybed by Ramon Esteve

Empresa: VONDOM S.L. // Teléfono: 962 398 486 // Web: <http://www.vondom.com/>



Daybed VELA es una cama de exterior que completa la colección VELA de Vondom. Su diseño sigue los criterios estéticos del resto de piezas que forman la serie. Esta pieza, se reclina de manera individual, tanto en la parte de la cabeza como la de los pies, está acolchada e incluye una cubitera en la parte central y una mesa auxiliar pensada para ofrecer el mayor confort que se espera de este producto. Tanto en su versión cuadrada como redonda, puede combinarse con la nueva capota retráctil. Este nuevo sistema, aporta una pincelada de romanticismo, que se complementa a la perfección con el carácter sobrio y atemporal de la colección. El sistema de iluminación opcional de la propia pieza nos ofrece la oportunidad de crear espacios únicos durante la noche gracias a su control Led remoto. La colección Vela está formada por mesas, sillas, butacas, sofás modulares, taburetes, barras, tumbonas, maceteros y lámparas. Todos estos elementos se pueden combinar entre sí, formando numerosas composiciones que conviven con cualquier espacio.

PROQUIMIA Presenta un nuevo servicio en la nube

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



La compañía Proquimia presenta el nuevo servicio en la nube My Proquimia, una extranet ubicada en la web de Proquimia creada para ser un canal de comunicación directo con los clientes que proporciona acceso de manera fácil, rápida y segura a toda su documentación personalizada, ofreciendo de este modo un servicio global que aporta múltiples beneficios: optimización del tiempo de trabajo, información actualizada, a tiempo real y compartida por los miembros de la empresa seleccionados y un fácil acceso (24 horas al día/ 7 días a la semana/ 365 días al año). Esta herramienta permite elaborar planes de higiene, acceder a las fichas técnicas y de seguridad de los productos utilizados, los informes técnicos, los análisis físico-químicos y las certificaciones y / o registros. También es posible integrar la telemetría para realizar el control y seguimiento on-line de los procesos existentes. Finalmente, incorpora una parte financiera que posibilita consultar los albaranes, facturas y el estado de cuentas. Proquimia, empresa especializada en el campo de la higiene y los tratamientos químicos industriales con más de 45 años en el mercado, reafirma con esta iniciativa su esfuerzo continuo para mejorar la experiencia de sus clientes con la compañía.

Barceló Hotel Group consolida su presencia en Galicia

Barceló HOTELS & RESORTS



Galicia sigue siendo un objetivo prioritario en la expansión de Barceló Hotel Group. Así, tras la adhesión en febrero del conocido hotel México de Vigo, el grupo mallorquín ha firmado un nuevo acuerdo para incorporar un establecimiento en Orense. El Barceló Orense, que cuenta con 90 habitaciones y está ubicado junto al casco histórico, ocupará el emblemático edificio del hasta ahora hotel San Martín, muy conocido por haber sido la primera gran torre gallega. El hotel abrirá sus puertas este verano una vez adaptado a los estándares de máximo nivel de la marca Barceló Hotels & Resorts, convirtiéndose en una de las mejores ofertas de alojamiento de la ciudad.

Según el director general de Desarrollo de Negocio, Jaime Buxó, “estamos muy satisfechos del acuerdo alcanzado con la propiedad y de ofrecer este nuevo Barceló en Orense, una excelente excusa para redescubrir esta preciosa ciudad y su entorno único en lo patrimonial y en lo termal. Al mismo tiempo seguimos creciendo en Galicia gracias a la propuesta de valor añadido que Barceló ofrece a propietarios independientes de hoteles”.

Be Live Hotels incorpora dos nuevos establecimientos en Varadero



Be Live Hotels, la división hotelera del grupo Globalia, prosigue con su estratégica expansión al reforzar su apuesta por Cuba incorporando a su red dos nuevos establecimientos en Varadero, con los que la cadena se afianza en la isla al pasar a gestionar un total de siete hoteles, dos en La Habana y cinco en Varadero.



Los dos nuevos establecimientos, el Be Live Experience Tuxpan y el Be Live Adults Only Los Cactus, ambos propiedad del grupo Cubanacan y de cuatro estrellas, se encuentran ubicados en una posición privilegiada al estar en la primera línea de la playa de Varadero.

Con el Be Live Adults Only Los Cactus la división hotelera inaugura en Cuba su segmento de “Solo para Adultos”, que ya está gestionando con notable éxito en otros destinos como Marrakech, Mallorca o Tenerife. Este hotel, bajo la modalidad del Todo Incluido, ofrece 270 suites repartidas en distintas villas y bloques habitacionales; y el relax y la discreción son claves en su gestión.

Por su parte el Be Live Experience Tuxpan, operado igualmente bajo la modalidad del Todo incluido, consta de 233 habitaciones y ofrece un servicio de máxima calidad en un ambiente que combina elementos de la identidad cubana.

El mundo de los sueños y del espectáculo inundan el nuevo Vincci Soho 4*



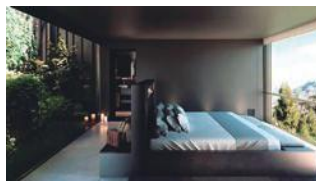
Situado en la Calle del Prado 18, en pleno Barrio de las Letras, Vincci Soho 4*, es un establecimiento que siempre ha estado muy vinculado al mundo del arte siendo partícipe de la zona que lo rodea. Ahora, el espíritu del barrio se adentra más que nunca en el establecimiento para permitir vivir esta ebullición artística sin salir del propio hotel. Vincci Hoteles ha renovado Vincci Soho 4* como parte de la apuesta de la cadena hotelera por ofrecer la máxima calidad a sus huéspedes, tanto en el servicio como en sus instalaciones y mantener una constante actualización de sus alojamientos acorde a las nuevas tendencias,



necesidades y formas de viajar. La renovación ha supuesto una inversión de 700.000 euros y forma parte del plan de inversión de 11,6 millones de euros diseñado por la cadena para la actualización de sus establecimientos en España en los próximos cinco años. En este mismo año 2018, la compañía prevé una inversión de cerca de 3,3 millones de euros, lo que supone un incremento del 200% respecto al año anterior.

La decoradora e interiorista Alejandra Pombo ha sido la encargada de crear un espacio en el que todo aquel que se adentra puede transportarse a otra dimensión, “un lugar imaginario y diferente a la realidad, donde cada persona puede evadirse”, asegura la interiorista.

VIVOOD Hotel inaugura este verano 10 villas de lujo con piscina privada



VIVOOD Hotel Paisaje contará este verano con 10 nuevas villas de lujo con piscina privada y vistas panorámicas al valle de Guadalest, que completan la oferta del hotel para ofrecer un total de 35 habitaciones exclusivas.

Las villas serán privadas e independientes las unas de las otras y contarán con un salón, terraza solárium, piscina-jacuzzi climatizada al aire libre, dormitorio con cama 2 x 2 metros y pantalla de cine en la habitación. Además, estarán equipadas con tecnología domótica para hacer la estancia aún más cómoda.

Para la construcción de esta tipología de alojamiento se ha apostado de nuevo por la arquitectura tan característica del hotel y por un diseño moderno, sobrio y elegante priorizando lo realmente importante: la exclusividad y comodidad del huésped y las vistas al paisaje.

Además de las villas de lujo, VIVOOD tendrá nuevas instalaciones orientadas a fomentar el máximo descanso y un estilo de vida saludable.

Mikiya Kobayashi diseña las nuevas colecciones de Aquaclean para Japón



Aquaclean se va abriendo camino por todo el mundo. Actualmente, su marca y sus productos ya tienen presencia en más de 60 países. Su último reto, introducir sus tejidos y su Tecnología Aquaclean® en Japón. Un mercado singular donde la confianza y la garantía del trabajo bien hecho son imprescindibles para conseguir el



éxito que desde Aquaclean se espera alcanzar.

Para lograrlo, Aquaclean ha contado con la colaboración del estudio de diseño de Mikiya Kobayashi,

un reconocido diseñador e interiorista japonés que ha creado, en exclusiva para el mercado nipón de Aquaclean, una colección donde se aúnan a la perfección la tradición con la modernidad de los colores y las texturas de oriente.

Una colección que se pretende lanzar en Japón en breve, para que los nipones puedan disfrutar también de unos tejidos de tendencia con la más innovadora de las tecnologías, para un sencillo mantenimiento y limpieza de las telas de nuestro sofá.

Para este proyecto, Aquaclean ha contado con la colaboración de VICCARBE, una marca de mobiliario a nivel internacional especialista en el sector contract y horeco, ubicada en Valencia.

Eurofred impulsa proyectos a medida de heladería y pastelería



Eurofred ha reforzado su servicio de proyectos integrales para heladerías y pastelerías, basado

tanto en el expertise y la experiencia de sus técnicos, como en su completo catálogo de productos, el más avanzado y amplio del

mercado. Este servicio permite a los clientes optimizar al máximo tanto las posibilidades arquitectónicas de cada establecimiento, como mejorar los procedimientos de trabajo y de atención al público, racionalizándoles y haciéndoles más productivos además de rentables.

Combinando innovación y tradición, Eurofred ha presentado la gama de heladería canalizable de ISA, que tiene como prioridad la óptima conservación y exposición del helado artesano y que destaca por sus diseños atractivos y elegantes.

Las vitrinas se pueden canalizar linealmente y en ángulo, lo que permite aprovechar mejor el espacio y ofrecen numerosas opciones de personalización tanto en colores, como en altura e iluminación, dando todo el protagonismo al helado artesano, gracias a la gran visibilidad y una tecnología que permite mantener la textura del helado y su atractivo.

Sonae Arauco acompaña las tendencias con Stucco y Fusion



Siempre atenta a las últimas tendencias del mercado, Sonae Arauco cuenta con dos acabados decorativos que forman

parte del porfolio de productos de la colección Innovus: el Stucco y el Fusion. En un mercado altamente dinámico y competitivo, el desarrollo de estas nuevas superficies responde a la necesidad de presentar nuevas propuestas decorativas con nuevas texturas, diferentes sensaciones de toque y renovadas posibilidades de aplicación.



El Stucco es la nueva textura con toque de cemento y cerámica inspirada en ambientes industriales, lofts urbanos y materiales de origen natural. Se traduce en una superficie estructurada, altamente táctil, con un nivel de brillo equilibrado que materializa el espíritu de tendencia de estructuras agrietadas y secas o de paisajes rocosos sin perder el confort del toque.

El Fusion, de textura cálida y natural, permite por su parte recrear la madera trabajada a mano y ambientes acogedores. En línea con los avances técnicos más sofisticados, el Fusion es una textura que se aplica en todo tipo de decorativos de madera, así como en otros materiales y colores.

Movilok mejora el acceso a Showcases en los hoteles



Movilok Showcases permite a los usuarios interactuar con las pantallas

informativas de los hoteles y obtener información valiosa a través de su móvil. La interacción con cualquiera de las pantallas se realiza bajo demanda del cliente, utilizando su móvil y sin necesidad de descargar previamente una aplicación (aunque exista una disponible para iOS y Android). Este sistema va un paso más allá de las soluciones de Digital Signage tradicionales al incorporar la bidireccionalidad como elemento novedoso.

Con solo introducir un código numérico, escanear un código QR, conectarse mediante beacons o NFC, el móvil se convierte en interfaz y vínculo entre el usuario y la pantalla actuando como un mando a distancia con el que poder filtrar y seleccionar contenidos.

El objetivo principal de este proyecto es redefinir el uso del Digital Signage al convertir los escaparates turísticos convencionales en puntos informativos interactivos accesibles desde cualquier teléfono



móvil y enriquecidos con contenidos extraídos automáticamente mediante el análisis e interpretación de fotos públicas colgadas en redes sociales por otros turistas que hayan visitado esas mismas regiones.

JORNADAS PROARQUITECTURA



MADRID • BARCELONA • SEVILLA • MÁLAGA • PALMA • TENERIFE • VALENCIA • A CORUÑA • BILBAO

EVENTOS QUE TE DIFERENCIAN

GRUPO **EVETSON**
EMPOWERING PEOPLE

info@grupoevetson.com

www.grupoevetson.com
918 261 092

Síguenos en redes sociales:

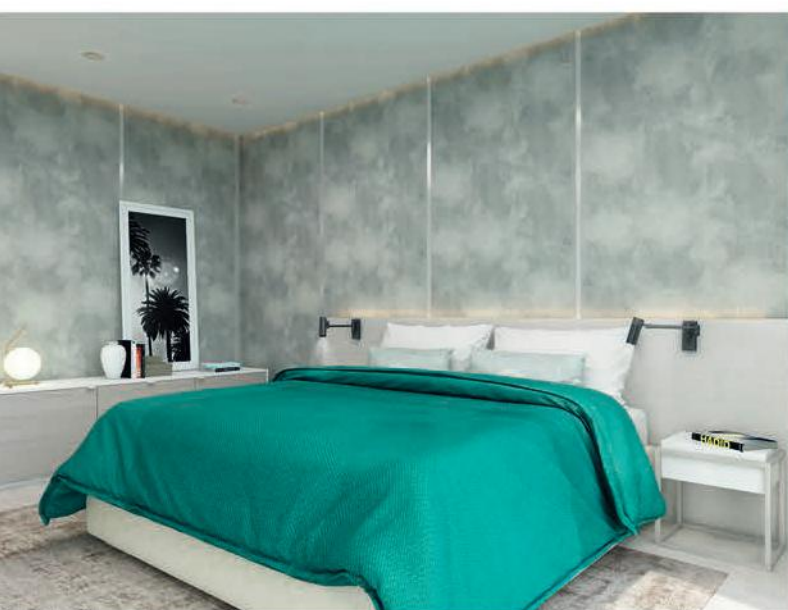




Proyectos con diseño

laminados
by Escayescos

Aire fresco para la renovación de tu hotel



- *Techos laminados con perfil visto y oculto*
- *Paredes laminadas*

**Descubre nuestros
productos en...**
laminados.escayescos.com

Fabricado en
ESPAÑA



Fabricantes desde el año 1969
Líderes en España

Ctra. de Badajoz-Granada, km 363, 23660 Alcaudete - Jaén - España
Telf: +34 953 561 165 | Fax: +34 953 708 752
ventas@escayescos.com

laminados.escayescos.com | www.escayescos.com