

hostelpro

proyectos y proveedores de hostelería y restauración

ESPECIAL EQUIPAMIENTO DE HOSTELERÍA

ME SITGES TERRAMAR, BARCELONA

BARCELÓ PORTINATX, IBIZA

REPORTAJES

InteriHOTEL Barcelona

Buffets y proveedores de desayuno

Seguridad en hostelería



ARE
YOU
IN?



EL MAYOR EVENTO DE INNOVACIÓN HORECA



+20.000
Profesionales



+350
Expositores



3
Pabellones



+350
Expertos
internacionales



+120.000
Interacciones
de negocio



8
Summits por
perfil profesional

BIENVENIDO A LA NUEVA ERA DIGITAL HORECA

INTERIORISMO Y MOBILIARIO | ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS | EQUIPAMIENTO E INSTALACIONES
| MENAJE, TEXTILES Y PACKAGING | TECNOLOGÍA | OCIO | SOCIO-SANITARIO

Más Info:

M: exhibit@expohip.com

T: 917 942 830

HIP es un evento en colaboración de:

NEBEXT
NEXT BUSINESS EXHIBITIONS



IFEMA
Feria de
Madrid



Foto: Barceló Portinatx, Ibiza

SUMARIO



Foto: ME Sitges Terramar, Barcelona

Secciones /

Interiorismo 04

Soluciones Hoteleras 78

Novedades del Sector 79

Establecimientos del Canal 80

Proveedores del Canal 81

Agenda 82

Portada: ME Sitges Terramar,
Barcelona



PÁGINA 04. INTERIORISMO

Eliezer Tapetado: TADO INTERIORISMO



PÁGINA 16. PROYECTO HOTELERO

ME Sitges Terramar, Barcelona



PÁGINA 26. REPORTAJE

InteriHOTEL Barcelona



PÁGINA 42. ENTREVISTA

Álvaro Cotaina Sánchez,
Director Barceló Portinatx



PÁGINA 64. REPORTAJE

Seguridad en hostelería



PÁGINA 10. ENTREVISTA

Paloma Buj, Directora de Marketing &
Comunicación de Compañía del Trópico



PÁGINA 22. ENTREVISTA

René Hoeltschl,
Director de ME Sitges Terramar



PÁGINA 36. PROYECTO HOTELERO

Barceló Portinatx, Ibiza



PÁGINA 44. REPORTAJE

Buffets y proveedores de desayuno



editorial
**pro
tien
das**

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

P.V.P. del ejemplar: 15 euros

STAFF

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

Directora de Arte / Marisol Navalón
Directora de Publicidad / Carmen Sánchez
Departamento Comercial / Paloma Elices
y Sara Villa
Marketing y Comunicación / Teresa Font
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.

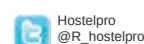




Foto: Eliezer Tapetado (Tado Interiorismo)

ENTREVISTA: Eliezer Tapetado TADO INTERIORISMO



“Un buen interiorista debe seguir su propio criterio sin perder de vista las necesidades de su cliente, además de tener una creatividad innata, conocimiento de las tendencias y sentir pasión por lo que hace”, con esta idea Eliezer Tapetado, funda Tado Interiorismo en 2006. Se trata de un estudio de decoración e interiorismo profesional, en el que se asesora a los clientes tanto en la distribución de sus espacios como en la elección del mobiliario y accesorios. Actualmente, ofrecen la modalidad ‘llave en mano’ en todos sus trabajos, de tal manera que proponen soluciones exclusivas en todo tipo de proyectos, independientemente de su magnitud. Conozcamos más acerca de su trabajo en la siguiente entrevista.

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

Con mi formación y una experiencia profesional de 15 años en el sector, en 2006 nace TADO INTERIORISMO para continuar desarrollándome profesionalmente.

Llegó un momento en el que mis inquietudes se abrieron paso para poner en práctica las tendencias e ideas que me iban surgiendo. Mi carácter autodidacta ha favorecido que mis conocimientos y aspiraciones estén en constante evolución, aportando a TADO INTERIORISMO vitalidad y frescura.

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

Siempre he tenido un sentido de la estética muy desarrollado. De pequeña diseñaba mi propia ropa, cuando dibujaba investigaba con distintas técnicas...

Algo que influyó en mi decisión de ser interiorista fue pasar largas temporadas con mis abuelos en la casa que ellos mismos construyeron. Los materiales que utilizaron fueron los de su entorno, lo que me transmitía mucha paz y me conectaba con el lugar. El buen hacer de los oficios del momento han conseguido que la casa llegase a nuestros días tal y como la crearon. Estas vivencias

Foto: Tado Interiorismo



"Ofrecemos asesoramiento y servicios junto un buen equipo de profesionales, que ayudan al cliente a enfrentarse al momento de la rehabilitación..."

hicieron que diese valor al trabajo bien hecho y que mi carrera de diseño de interiores fuera vocacional. Mi trabajo es mi mayor afición.

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

Para comenzar necesito tener una primera toma de contacto con el espacio y mantener una conversación amplia con el cliente para captar sus necesidades. Ambos factores son suficientes para poner el proyecto en marcha.

Ofrecemos asesoramiento y servicios junto un buen equipo de profesionales, que ayudan al cliente a enfrentarse al momento de la rehabilitación. Hacer un buen planteamiento de las superficies de uso, estudiar qué material es el adecuado y cómo incide la luz natural, hacen que el resultado provoque un fenómeno de emociones ya que las superficies de uso funcionan cómodamente y el entorno transmite sosiego. En definitiva, busco que los proyectos sean envolventes, que creen una buena atmósfera.

Foto: Tado Interiorismo



Foto: Tado Interiorismo

¿Qué requisitos y cualidades debe tener un buen interiorista y un buen proyecto de interiorismo?

Un buen interiorista debe seguir su propio criterio sin perder de vista las necesidades de su cliente, además de tener una creatividad innata, conocimiento de las tendencias y sentir pasión por lo que hace.

La capacidad de visión del espacio también tiene un papel importante, pero en un proyecto nada es casual, todo suma y a veces puede restar.

¿Hay algún proyecto tuyo que consideres tu preferido?

El siguiente, sólo miro hacia el futuro...

Recuerdo con especial cariño la última casa rural que realizamos, en un pueblo de Toledo.

El presupuesto era de bajo coste y recurrimos a materiales que estaban prácticamente desechados, como unos tablones antiguos de encofradores o unos bloques de granito olvidados en un solar. Además, restauramos las puertas y ventanas recuperadas de la demolición de una casa. Pero lo más divertido

Foto: Tado Interiorismo





Foto: Tado Interiorismo

fue, empedrar la ducha con los cantos rodados que recogimos en el río de la localidad.

En todos sus proyectos, tanto los favoritos como los menos, ¿qué elementos en común crees que tienen tus obras, si los tienen? ¿Consideras que hay un «estilo TADO»?

En nuestros proyectos prima que los espacios sean habitables y confortables, por supuesto sin perder de vista las necesidades y preferencias del cliente. Me apasiona mezclar piezas toscas, casi en bruto, con otras delicadas y hacer que destaquen sus esencias. El ingenio y la calidad están siempre presentes en nuestros proyectos, logrando resultados excepcionales.

Nuestra filosofía de interiorismo es atemporal. Aunque siempre existen tendencias que te influyen, nosotras la utilizamos como un lazo en un regalo, se dejan ver pero no resaltan, sino que armonizan. Seguimos las tendencias, pero nuestro objetivo es perdurar en el tiempo, por lo que siempre intentamos utilizar materiales orgánicos.

El estilo TADO es Tranquilidad, Armonía, Dedicación y Originalidad.

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?

Es primordial que haya conexión entre la parte exterior y la interior. En mis proyectos, cuido mucho este aspecto y por la importancia que le doy a lograr equilibrio entre ambas partes, consigo unos espacios cargados de historia que les hace únicos. Huyo de las estancias standard, me parecen aburridas. En mis viajes me llaman la atención aquellos edificios representativos aún sin rehabilitar, en los que me gustaría intervenir en su rehabilitación. Gracias a que en épocas pasadas estas construcciones se hacían con elementos de gran durabilidad, es fácil su recuperación.

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

La magia, la naturalidad y la sencillez que aportan los materiales nobles, crean un alojamiento más acogedor. Por ejemplo, en un baño bien resuelto, el equilibrio entre estos materiales y los colores adecuados, pueden producir un buen estado de ánimo en el viajero.

Por otra parte, encontrarte obras de arte de jóvenes artistas y si son lugareños mejor, transmite que el establecimiento está conectado con



Foto: Tado Interiorismo

su gente, ofreciéndonos una estancia cálida y hogareña.

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

Los avances tecnológicos son inevitables y nuestra labor es aprovechar todos sus beneficios. Esto implica aspectos como la durabilidad, la resistencia, la impermeabilidad, el confort...

Foto: Eliezer Tapetado (Tado Interiorismo)



Combinar estados de ánimo con la temperatura ideal en diferentes estancias. En un Smart Home de JUNG, vivir se convierte en una experiencia placentera.

Diversidad de Control



CONTROLADOR DE ESTANCIA COMPACTO KNX



Foto: Tado Interiorismo

Los nuevos revestimientos, la investigación en el campo textil, la domótica junto a la eficiencia en la iluminación, resultan elementos fundamentales para desarrollar un buen proyecto. Una de las ventajas que nos dan las nuevas tecnologías es que nos permiten hacer un espacio eficiente acústica y térmicamente.

Hoy en día la recuperación de elementos es más fácil gracias a la tecnología. Tado Interiorismo lo lleva a cabo siempre que es posible.

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

Foto: Tado Interiorismo



“Los avances tecnológicos son inevitables y nuestra labor es aprovechar todos sus beneficios. Esto implica aspectos como la durabilidad, la resistencia, la impermeabilidad, el confort...”

Poner a prueba la creatividad y los valores del interiorista.

En nuestro estudio se diseña teniendo como premisa la recuperación, restauración y conservación de elementos. Por ser nuevo, no es mejor. Un buen suelo de madera hay que conservarlo siempre y no retirarlo por estar deteriorado.

En uno de mis proyectos, recuperamos de unos almacenes tejidos de hilo abandonados, que al utilizarlos conseguimos una trama y un color produciendo una sintonía que conectaba el interior con el exterior.

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

El mercado está en continua evolución y las necesidades han cambiado. Últimamente se nos han presentado nuevos proyectos, como locales comerciales, en los cuales nos están pidiendo transmitir una visión saludable. Para ello hemos creado

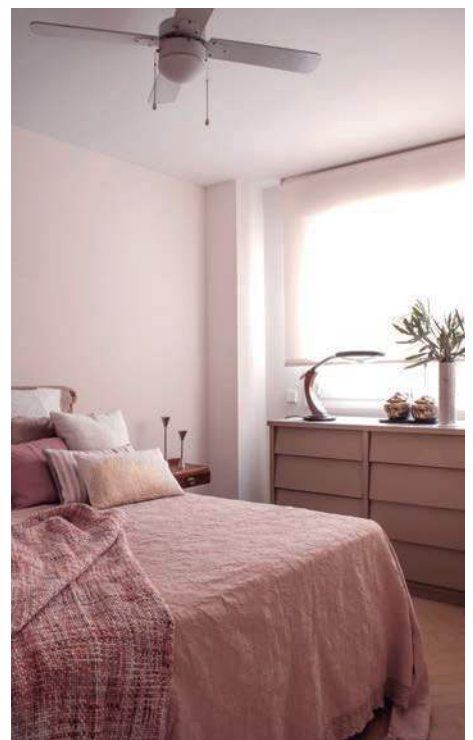


Foto: Tado Interiorismo

un entorno, en el que el cliente final tiene la sensación de estar comprando en origen.

Actualmente otro perfil de cliente que se dirige a Tado Interiorismo, busca la rehabilitación de una vivienda convencional. En estos casos, para conseguir un aprovechamiento óptimo del espacio, les invitamos a que tengan en cuenta sus rutinas diarias para conseguir un espacio acorde a su modo de vida.

Foto: Tado Interiorismo



**BOSCH**

Innovación para tu vida

Amplia gama para múltiples aplicaciones: oficinas, hoteles, centros de salud, locales comerciales, etc.



Obtenga una visión global.
Soluciones completas de climatización
con tecnología Bosch.

Bosch 5000 VRF

Los equipos Bosch 5000 VRF ofrecen alto rendimiento y fácil instalación a través de su completa gama: sistemas de recuperación de calor a tres tubos, Serie RDCI, sistemas de bomba de calor a dos tubos, Serie SDCI, y Mini VRF, Serie MDCI. Diferentes tipos de unidades interiores y controles individuales, centralizados o BMS. Obtenga una simulación de su proyecto con nuestro software de cálculo de instalaciones. **902 996 725**



Foto: Paloma Buj

ENTREVISTA

Paloma Buj

Directora de Marketing & Comunicación
de Compañía del Trópico

Compañía del Trópico

«Una cafetería o restaurante, hoy en día, debe suponer una verdadera experiencia para el comensal y nosotros, como grupo de restauración, lo buscamos con cada una de nuestras marcas, conservando la esencia que caracteriza a cada una...»

“Buscamos en todo momento dar personalidad y un sello propio a cada una de las enseñas con el objetivo de tener marcas reconocibles. Y para transmitirlo bien, tenemos que estar al día sobre cuáles son las nuevas necesidades de los clientes, las tendencias de consumo... sin olvidarnos de que el objetivo es transmitir la esencia de cada enseña”, con estas palabras Paloma Buj, Directora de Marketing & Comunicación de Compañía del Trópico, nos expone cuáles son los principios de la compañía de cara al cliente. Compañía del Trópico es una empresa que cuenta con algunas de las principales enseñas de restauración dentro de su portfolio, con las que buscan ofrecer el mejor servicio a los clientes para, de esta manera, seguir creciendo. Conozcamos más acerca de la compañía a lo largo de la siguiente entrevista.

¿Cuál ha sido la trayectoria de Compañía del Trópico desde sus comienzos?

Compañía del Trópico nace en 2014 fruto de la fusión que une Panaria, Charlotte Coffee Gastrobar, Café&Té y Café&Tapas. En los primeros años trabajamos para analizar en profundidad la información de todas las enseñas para buscar sinergias y perfilar al máximo la esencia de cada una de ellas. Pasada esa etapa, entramos en un periodo en el que realizamos un análisis profundo para optimizar al máximo el resto de categorías.

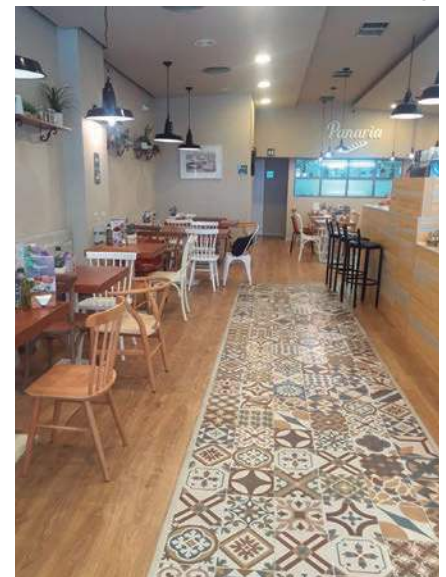
Actualmente, ¿cuáles son las principales magnitudes que tiene la empresa? (número de marcas, ámbitos, porcentajes de representación...)

Compañía del Trópico cuenta con las enseñas de Café&Tapas, Café&Té, Panaria, Uvepan, Atlántico, Charlotte. Además, este mismo año, el grupo se unía a Paco Roncero en la gestión del restaurante madrileño Estado Puro.

Compañía del Trópico es un grupo español de restauración organizada especializado en casual dining. La enseña con más presencia es Panaria, seguida de Café&Té, Café&Tapas y Charlotte.

¿Qué supone ser uno de los mayores grupos de restauración en España?

Foto: Panaria Vigo



“Compañía del Trópico es un grupo español de restauración organizada especializado en casual dining...”

Un orgullo además de una gran responsabilidad. Trabajamos para ofrecer el mejor servicio a nuestros clientes ya que es fundamental para continuar creciendo. Debemos estar al día de todas las tendencias que se impongan en los hábitos de consumo de los clientes.

Una cafetería o restaurante, hoy en día, debe suponer una verdadera experiencia para el comensal y nosotros, como grupo de restauración, lo buscamos con cada una de nuestras marcas, conservando la esencia que caracteriza a cada una.

El Grupo está formado por varias marcas, ¿qué representa cada una de ellas? ¿A qué sector va dirigido?



Foto: Café&Tapas Calle San Jacinto

Café&Tapas ofrece una selección de tapas de esencia española reinventadas, pero sin perder el sabor característico de nuestra gastronomía. También tiene una selección de platos internacionales siempre con un toque personal. Su cocina 'non stop' permite

que sus productos se puedan disfrutar desde primera hora de la mañana con desayunos y brunch hasta el momento de la cena y copas.

Panaria es un concepto de bakery especializado en el pan de autor que

MenuL@n®

SOFTWARE PARA HOSTELERÍA

L@ndín® SOFTWARE

OrderL@n®
TELECOMANDAS





Foto: Café&Tapas Génova

cuenta también con un amplio surtido de alta bollería y cocina saludable. Sus locales luminosos con una cuidada decoración, ofrecen un servicio cercano y premium.

Charlotte Coffee Gastrobar ofrece desayunos y brunch, una amplia gama de cafés y dulces, hasta copas para momentos como el aperitivo o afterwork. Dispone de numerosas propuestas y experiencias gastronómicas, en un mismo espacio, durante todo el año.

Foto: Café&Tapas Gran Vía



Café&Té ofrece una amplia variedad de cafés y tés acompañada de una carta preparada para satisfacer las necesidades del cliente en cualquier franja horaria, con opciones para desayunos y brunch, comidas, meriendas y cenas.

El proyecto Atlántico cuenta con dos espacios en Madrid y uno en Lisboa. Su seña de identidad son las materias primas de gran calidad con matices adquiridos de la gastronomía de diferentes partes del mundo.



Foto: Café&Tapas Porta de la mar

Atlántico Casa de Comidas está ubicado en el barrio de Salamanca y su disposición, con zona de barra y mesas altas, así como un comedor con mesas desnudas que recuperan las tradicionales casas de comidas. Atlántico Restaurante Taberna es un espacio más informal que mezcla tradición y modernidad en el que se combina una barra para tomar aperitivos, vinos o cócteles, con mesas bajas dispuestas para comidas.

Estado Puro es una reinterpretación de la gastronomía española desde la más alta cocina. Actualiza y refresca el concepto más popular y exportable de nuestra gastronomía, las tapas. También reinventa el concepto de bar, manteniendo su esencia.

¿Qué porcentaje de negocios propios y franquiciados tiene Compañía del Trópico?

Actualmente, en Compañía del Trópico tenemos 50-50 y esperamos mantener la actual proporción de local propio y local franquiciado en un futuro.

En la actualidad, ¿qué diría que es lo más importante a la hora de conseguir buenas cifras de negocio en un sector como el de la hostelería?

Ofrecer algo más que servicio de hostelería. Como he mencionado anteriormente, debemos ofrecer

SIEMENS

Ingenuity for life



DELTA style

Inconfundible y elegante

La serie DELTA style es el arquetipo moderno de la serie clásica, tanto por su estética como por sus funcionalidades, que van más allá de los cambios en la moda.

siemens.com/delta

una experiencia en cada uno de los servicios. Los locales tienen que entretener y para ello se sirven de un fuerte componente de marketing, imagen, servicio...

¿Qué elementos y valores esenciales componen la estrategia de marketing y comunicación de Compañía del Trópico?

Buscamos, en todo momento, dar personalidad y un sello propio a cada una de las enseñas con el objetivo de tener marcas reconocibles. Y para transmitirlo bien, tenemos que estar al día sobre cuáles son las nuevas necesidades de los clientes, las tendencias de consumo... y sin olvidarnos de que el objetivo es transmitir la esencia de cada enseña. Por ello, creamos estrategias para cada marca.

La restauración es un entorno tremendamente competitivo. ¿Cómo emplean las herramientas digitales para fidelizar y generar engagement los usuarios?

Contamos con un club de clientes, "enCompañía", en el que ofrecemos descuentos exclusivos y promociones para premiar la confianza de los clientes. Además, tiene una aplicación asociada para mejorar la comunicación con el cliente.

Foto: Café&té Conde Peñalver



Foto: Café&Tapas Local

Todas las campañas que ponemos en marcha tienen su repercusión en redes sociales, ya sea mediante hashtag, sorteos o concursos, etc. Colaboramos también con influencers ya que creemos que es una herramienta para reforzar nuestra presencia en redes sociales.

¿Cómo valora la situación actual del sector y su posible evolución para el futuro?

Vivimos un periodo de recuperación en el que muchos de los establecimientos que se estancaron durante la crisis están renovándose, tanto en interiorismo como en la digitalización de los servicios, así

como mejorando la experiencia del consumidor. En cuanto al sector, estamos viendo que las cadenas de restauración están fusionándose y creciendo para convertirse en grupos más fuertes. Por el momento, en España el 22% de la restauración está organizada y todo indica a que este porcentaje va a aumentar en los próximos años.

Por último, ¿cuáles son los retos de la compañía para cerrar el año?

Ampliar nuestro objetivo de aperturas que habíamos fijado en 2018. En un principio, habíamos previsto 21 nuevas aperturas, pero esperamos ampliar esta cifra.

Foto: Café&Tapas Calle San Jacinto



innovus[®]
Decorative Products

STUCCO | FUSION
Nuevas Texturas



www.sonaearauco.com

**SONAE
ARAUCO**
Taking wood further

PROYECTO HOTELERO

ME Sitges Terramar, Barcelona

MODERNIDAD Y DESCANSO





Situado en el vibrante paseo marítimo de Sitges, ME Sitges Terramar reinterpreta el lujo bajo una óptica mediterránea para ofrecer experiencias innovadoras que derrochan estilo. El espíritu de Beso Sitges, la decoración del estudio de arquitectura Lagranja Design y una atmósfera arty convierten el hotel en toda una experiencia sensorial.

Foto: ME Sitges Terramar



Fotos: ME Sitges Terramar



con piscina RADIO ME Sitges Rooftop Bar. Los momentos de descanso se alternan con una actividad frenética, lo que permite explorar todas las facetas de Sitges.

Uno de los aspectos más destacados del nuevo ME Sitges Terramar es su diseño. Con una decoración de líneas depuradas y un interiorismo de lo más sofisticado a cargo del estudio de arquitectura y diseño Lagranja Design.

Cuenta con fascinantes habitaciones y suites de diseño minimalista con

ME by Meliá es una marca lifestyle de hoteles con personalidad que están presentes en las principales capitales mundiales de la cultura y la moda. Fusiona innovación con pinceladas locales y un gusto por el diseño contemporáneo, la cocina internacional y la música para cautivar a su clientela.

Al capturar estos elementos, la filosofía ME añade un toque mucho más personal a la experiencia del viajero.

El último establecimiento de la marca en abrir sus puertas ha sido el ME Sitges Terramar, que disfruta de la primera temporada de verano tras su apertura el pasado mes de marzo.

Ubicado en pleno paseo marítimo de Sitges y a 30 minutos de Barcelona, el primer hotel de la marca ME by Meliá en la costa peninsular, ocupa un lugar privilegiado, ofreciendo espacios de lujo y una cocina de altura donde destaca el Restaurante Beso Sitges y la terraza



Fotos: ME Sitges Terramar



Fotos: ME Sitges Terramar

tecnología puntera, detalles inesperados e impresionantes vistas al mar. Es el perfecto equilibrio entre minimalismo,

tecnología de vanguardia y lujo. Los espacios modernos, preciosas terrazas y jardines invitan a disfrutar del momento y de una experiencia inolvidable.

Asimismo, los ecos e influjos mediterráneos quedan patentes a través de elementos ornamentales como los objetos de barro, las baldosas hidráulicas

Grosfillex
EXPERT

Ramatuelle, una serie completa de mobiliario exterior con un diseño intemporal y perdurable en el tiempo

***InteriHotel**
Marketplace&Talks

**Visítenos del
24 al 26 de Octubre
Forum-Stand E02**

www.grosfillex.com



Foto: ME Sitges Terramar

perfiles de viajero. Desde las AURA Room a las CHIC Suite con diseño minimalista y tecnología puntera, pasando por la Suite ME de 162 metros cuadrados y 260 metros de terraza privada.

Todas las habitaciones han sido diseñadas para ofrecer una experiencia de descanso y relax en la que todo fluye con naturalidad. En ellas se puede disfrutar de modernos espacios con preciosas terrazas y vista sobre los jardines o al mar. El perfecto equilibrio entre minimalismo, tecnología de vanguardia y lujo.

Por otro lado, a nivel gastronómico, ME Sitges Terramar ofrece un amplio abanico de propuestas diseñadas y dirigidas por Grupo B, que cuenta con restaurantes de éxito en Barcelona, Bilbao, Ibiza, Formentera, Sitges y Tulum.

Una mezcla de pasión gourmet y entretenimiento es el denominador común del Restaurante Beso Sitges, dividido en distintos espacios: Restaurante, Oyster Bar y piscina.

De esta manera, ubicado en el lobby, Oyster Bar nos da la bienvenida al universo Beso con bocados frescos de mar y una carta a base de ostras, cangrejo real, almejas Can Perleta, quesos y embutidos premium.

Por su parte, el Restaurante Beso Sitges, ofrece una cocina con especialidades mediterráneas que incluyen arroces, pescados y ensaladas, con platos tan suculentos como el tradicional Arroz con

y las piezas de mimbre, que logran contextualizar el espacio y dotarlo de un fuerte componente actual, pero sin perder de vista la tradición y los orígenes. Sus 213 habitaciones y suites, con vistas al mar y a la montaña, están definidas por los colores neutros y por el mobiliario cálido y orgánico, conectando el espíritu artístico con una experiencia de lujo contemporáneo a medida como la personalización de la música “favorita del cliente” a modo de bienvenida en la habitación.

En este sentido, las habitaciones y suites conectan con el estilo de vida

de los huéspedes para ofrecerles una experiencia de lujo contemporáneo a medida. Las líneas depuradas y los colores suaves crean una atmósfera sofisticada que captura la esencia del Mediterráneo.

El hotel domina desde sus habitaciones las magníficas playas con sus villas y el casco antiguo de la ciudad, celebrando una era nostálgica y atendiendo todas las necesidades del viajero moderno.

Al igual que en el resto de hoteles ME by Meliá, éste cuenta con distintos tipos de estancias adecuadas a los diferentes



Fotos: ME Sitges Terramar



Foto: ME Sitges Terramar

Bogavante, Pulpo del Cantábrico y los especiales Mejillones Beso Beach.

Además, en ME Sitges Terramar la conexión con el mar está en todos los detalles. Por ello, los visitantes podrán relajarse y desconectar en la piscina junto a la playa. Un espacio en el que poder disfrutar de camas balinesas frente al mar.

Igualmente, el cuidado físico y el apartado wellness también están muy presentes en el hotel. En este sentido, los clientes pueden disfrutar del gimnasio y de un completo spa, que incluye los tratamientos propuestos por BeEnergy Health & Beauty. Entre los que destacan los masajes holísticos hasta actividades relajantes en pareja basadas en la aromaterapia. Una completa experiencia a medida de cada huésped.

Otro de sus espacios destacados con los que cuenta el ME Sitges son las salas inteligentes equipadas con tecnología de última generación y adaptadas a cada necesidad y presupuesto. Espacios versátiles y sorprendentes que inspiran grandes momentos.

En resumen, ME Sitges Terramar supone todo un oasis diferenciador dentro de los hoteles ME by Meliá, fusionando su filosofía cercana a la cultura, con su herencia mediterránea y todo ello, manteniendo el perfil de lujo lifestyle que caracteriza a la marca.

Foto: ME Sitges Terramar



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



HOTELES

Husa
Santos
Attica21
Sercotel
Hotansa
Aránzazu
Acevi Hoteles
GSA Hoteles

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

LUGARES

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

René Hoeltschl

Director de ME Sitges Terramar



René Hoeltschl. Director de ME Sitges Terramar

ME Sitges Terramar reinterpreta el lujo bajo una óptica mediterránea para ofrecer experiencias innovadoras que derrochan estilo. Tras su apertura, ¿qué acogida está teniendo y qué previsiones tienen a corto y medio plazo?

La verdad es que el proyecto ha superado con creces nuestras expectativas. Hemos tenido una acogida muy positiva tanto a nivel de reservas de habitaciones como a visitantes de nuestros outlets de Restauración. Nuestra marca ME aporta, sin duda, un valor añadido al destino de Sitges.

¿Qué principales magnitudes tiene el hotel? (superficie, número de habitaciones, empleados, ocupación...) ¿Qué servicios ofrecen? Tenemos unos 17.000m² de superficie, 213 habitaciones y unos 180 empleados en temporada alta.

Disponemos de varios outlets de Restauración, todos ellos gestionados por el grupo Beso. En primer lugar, nuestro Restaurante Beso Sitges con una magníficas vistas sobre el mar, nuestro Oyster Bar en el Lobby, el

Radio Rooftop Bar en la octava planta con vistas de 360° sobre Sitges y el mediterráneo, nuestro Pool Bites en la piscina y el Beach Club Besito en la Playa.

Disponemos de varias salas de reunión de 2 hasta 400 personas y unos Jardines en la parte trasera para pasear.

El Hotel ofrece servicio de Spa con tres cabinas de masajes y tratamientos, pero sin zona de aguas. También tenemos abierto nuestro gimnasio durante las 24 horas del día.

Se ofrece dos clases de Yoga gratuitas cada día y disponemos de servicio de entrenador personal bajo petición.

Lo más destacable de nuestro servicio es el equipo de Aura, responsables de la personalización de todos nuestros servicios y de la arquitectura sensorial, la oferta musical y de todas las activaciones de arte, cultura y música en el Hotel. Gracias a su trabajo extraordinario ofrecemos un servicio muy innovador y experiencias inolvidables.

Se trata del primer hotel de la marca ME by Meliá en la costa peninsular en abrir sus puertas, ¿por qué se han decantado por esta ciudad como punto de desembarco?

Sitges desde siempre ha sido un punto referente para artistas, modernidad y lifestyle, por lo tanto, es el lugar perfecto para abrir un Hotel de la marca ME.

¿Cuál es el perfil del huésped ideal del ME Sitges Terramar?

Buscamos un huésped moderno, viajero, en busca de descubrir nuevas experiencias a amantes de la cultura, el arte y la música. Tenemos una segmentación muy internacional y de todas las edades. Con ello, se crea un

Foto: ME Sitges Terramar



COR VISION PLUS

LA GRANDEZA DEL MINIMALISMO



Nudo central: 25 mm

Capacidad de acristalamiento: **54 mm**



Grandes dimensiones: hasta **4 metros**
por hoja (ancho o alto)



Destacadas prestaciones térmicas y acústicas:
 $\geq 0,9 \text{ W/m}^2\text{K}$ / **-43 dB** / **A 4 - E 9A - V C3**



Apertura **motorizada** (700 kg máx/hoja) o
manual (400 kg máx/hoja)



Accesibilidad: posibilidad de embutir los marcos
inferiores, además de los superiores y laterales



Encuentros de hojas en **esquina y rincón a 90°**
sin parteluces



SISTEMAS DE ALUMINIO Y PVC PARA LA ARQUITECTURA



Foto: ME Sitges Terramar

mix muy interesante y un ambiente moderno, internacional y de calidad.

La decoración del establecimiento corre de la mano del estudio de arquitectura y diseño Lagranja Design. ¿Por qué estilo se han decantado? ¿a qué se ha debido esta elección? ¿Qué transmite esta decoración a los huéspedes y visitantes?

Desde La Granja Design se han decantado por un estilo de materiales

Foto: ME Sitges Terramar



naturales, sostenibles y de un diseño moderno y atractivo. Se ha utilizado mucho mimbre, madera y colores claros para dar al edificio un toque ligero, con mucha luz y mediterráneo, ideal para la ubicación y el estilo del Hotel ME Sitges Terramar.

¿Qué principales espacios son los más destacados en el ME Sitges Terramar?

Sin duda destacaría nuestro Radio Rooftop Bar con unas vistas maravillosas y el Vintage Studio, un espacio de Celebraciones, Banquetes y reuniones, original del 1933 y restaurado. Se ha

conservado el suelo original, cuelgan del techo unas espléndidas arañas de luces con caireles de cristal de la época y se ha restaurado la cenefa original.

¿Qué hace que este hotel sea exclusivo en comparación con otras opciones?

Sin duda, nuestra experiencia es muy diferente gracias a nuestro gran enfoque en el arte y la cultura. Tenemos exposiciones permanentes de arte, artistas trabajando en directo en sus obras de arte varias veces al mes y una oferta gastronómica muy completa que hace el ME Sitges Terramar una

Foto: ME Sitges Terramar



experiencia única, tanto para el huésped alojado como el visitante local.

El equipo de Aura se encarga de hacer estas experiencias personalizadas y únicas.

Y, por último, desde su apertura qué sensaciones transmite el Me Sitges Terramar a los usuarios que han pasado por el establecimiento? ¿Qué distingue este hotel de otras ofertas hoteleras urbanas de la zona?

Las sensaciones que se viven son sin duda únicas y dejan un recuerdo duradero en cualquier visitante. Nuestro objetivo es sorprender con cada detalle y servicio y conseguir así clientes fieles que repitan con nosotros. Nuestro Hotel se distingue de la competencia también por nuestra ubicación e instalaciones que ofrecen, por un lado una experiencia urbana,



Foto: ME Sitges Terramar

en la cual estamos muy preparados para todo tipo de eventos, reuniones, banquetes y clientes de negocios, el visitante individual que visita Sitges por su ambiente, cultura y eventos, por el

otro lado somos un Resort de playa con una ubicación inmejorable enfrente de la playa y nuestras instalaciones ofrecen la posibilidad de disfrutar de un Hotel vacacional con todos sus servicios.



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: InteriHOTEL

InteriHOTEL Barcelona

Un punto de reunión

***InteriHotel**
Marketplace&Talks

Del 24 al 26 de octubre el Centro de Convenciones Internacional (CCIB) acogerá la próxima edición de InteriHotel Barcelona. Un año más, cerca de 200 marcas especializadas en contract e interiorismo se darán cita para presentar sus propuestas de ambientes de diseño a todos los visitantes profesionales procedentes de empresas hoteleras, arquitectos, interioristas, decoradores y empresas de Project management que visiten el salón.

InteriHotel Barcelona, ha adquirido la condición de internacional, reconocimiento que ha sido otorgado por la Secretaría de Estado de Comercio, Industria y Competitividad: es un evento referente en el Sur de Europa sobre interiorismo de hoteles y el más importante en España en este sector, que recibe visitantes de 25 países, de los 5 continentes, y en el que participan un 20% de marcas internacionales.

Teniendo en cuenta esto, en el marco de InteriHotel tendrá lugar una misión internacional con grupos hoteleros y prescriptores de primer nivel, procedentes de mercados como México/Caribe, Emiratos Árabes, EEUU o Marruecos. Esta misión contempla distintas actividades entre las que destacan los Grupos de

“El formato de este evento, es único en España, en él se combinan reuniones cortas de visitantes con los expositores, junto con un show-room de habitaciones, zonas comunes y otros productos para interiorismo...”

trabajo con marcas interesadas en operar en estos mercados, Programas de conferencias con prescriptores internacionales, Reuniones Face to Face, Actividades de networking y comidas de trabajo...

Asimismo, en InteriHOTEL tendrá lugar un summit sobre contract-hospitality en el marco del proyecto SENTINEL, financiado por la Comisión Europea y liderado por CENFIM. El objetivo de la iniciativa es dar apoyo a las PYMES en el proceso de internacionalización en mercados emergentes fuera de Europa, en los que a medio plazo se generarán oportunidades de negocio, poniendo herramientas a disposición de las empresas asociadas al clúster. En el proyecto participan otros 3 clústeres europeos, con interés en estos mercados: Catalan Water Partnership (sector del agua), OÖ Energiesparverband, de Austria (energías renovables) y Fondazione Torino Wireless, de Italia (sector TIC).

Por otro lado, InteriHOTEL se ha convertido en un Marketplace enfocado hacia el equipamiento de interiores de hoteles, que se ha convertido en el mayor escaparate en España especializado en interiorismo de hoteles.

El formato de este evento, es único en España, en él se combinan reuniones cortas de visitantes con los expositores, junto con un show-room de habitaciones, zonas comunes y otros productos.

Asimismo, y como en ediciones anteriores, en esta ocasión InteriHOTEL sigue apostando por el diseño ya que, por una parte, las marcas presentan sus productos a modo showroom, generando ambientes de hotel en stands de diseño, y por otra parte, se ha creado, por primera vez, un área especial en la que tienen cabida aquellas marcas en las que



Foto: InteriHOTEL

el diseño original es uno de sus valores centrales, lo que hace que se convierta en un factor de diferenciación, configurando lo que será la nueva 'Design Area' de InteriHOTEL. Este espacio estará ubicado en la entrada del área de exposición junto a un meeting point con prescriptores y compradores internacionales.

Para poder tener presencia en este espacio se deben cumplir distintos requisitos entre los que destaca el ofrecer productos de diseño original y firmados por diseñadores que hayan participado en al menos 2 ferias de prestigio del sector "hábitat diseño" de ámbito internacional en países distintos al de

origen y haber recibido, en los últimos 5 años, un premio al diseño, otorgado por entidad u organismo con autoridad en el sector diseño.

De este modo, la apuesta de InteriHOTEL es ofrecer un showroom de máximo nivel. Por esta razón, entre los espacios de los que cuenta destaca la Exhibition Area, una zona en la que las marcas presentan ambientes de hotel (habitaciones, cafetería, restaurante, etc.), cubre la mayor parte de tipologías de productos que hay que tener en cuenta en un proyecto de interiorismo hotelero. En algunos de los stands colaboran diferentes marcas integrando sus productos en el ambiente

Foto: InteriHOTEL





Foto: InteriHOTEL

final y creando espacios completos y de alto valor para los visitantes.

Asimismo, las marcas especializadas en equipamiento para exterior, como mobiliario, iluminación, pavimentos, tarimas..., dispondrán de zonas específicas para mostrar sus productos. Serán zonas abiertas, de mayor tamaño que las anteriores y que se situarán en las zonas centrales entre pasillos, de forma que la puesta en escena de este tipo de equipamiento es mucho más adecuada para esta tipología de producto, facilitando una mayor visibilidad.

Foto: InteriHOTEL



Así pues, las Design Rooms, tendrán la misión de envolver a los visitantes dentro del mundo del diseño de autor, ya que se tratan de espacios comisariados por interioristas con experiencia en proyectos contract-hospitality en los que se recrean distintos espacios de hotel, contando con la colaboración de las marcas expositoras.

Y, no hay que olvidarse del Lounge Area, un espacio que ofrece un ambiente funcional, diseñado para propiciar relaciones profesionales de un modo más informal. El espacio está comisariado por El Colegio de Diseñadores de Interior

de Catalunya, y en él se exhibirá una propuesta conjunta para la decoración y equipamiento, cuyo objetivo es que los asistentes puedan relacionarse y tomar un café.

Otra de las zonas que aportan contenido de valor para prescriptores, propietarios de hotel y directores de proyectos de cadenas hoteleras es la Materials&Tech Area. Se trata de un espacio reservado exclusivamente a fabricantes y distribuidores de tecnología y materiales innovadores para el interiorismo hotelero. Las empresas participantes tendrán la posibilidad de realizar presentaciones de producto de 15 minutos dirigidas a prescriptores en un entorno habilitado junto a la misma área.

Por otro lado, en la Experience Area, los visitantes podrán encontrar un espacio donde experimentar, de primera mano, novedades tecnológicas, el diseño accesible y otras soluciones a los problemas a los que se enfrenta el usuario del siglo XXI en los hoteles. Allí se propone un interiorismo con aplicaciones innovadoras de productos, diseños y tecnologías para crear espacios de hotel más confortables y usables para el huésped.

Para el desarrollo de la Experience Area se contará con la colaboración de una entidad reconocida por promover la generación de espacios accesibles en hoteles. En esta zona se generarán dos espacios de hotel, una recepción y una habitación con baño, diseñados bajo criterios de "accesibilidad desapercibida" o diseño para todos.

La entidad que coordinará el proyecto se encargará de seleccionar y contactar con las empresas que proveerán los productos para la decoración del stand. Se tratará de un espacio singular que InteriHOTEL promocionará y destacará como una de las áreas interesantes del evento. En el espacio se aportarán también innovaciones tecnológicas en este aspecto aplicadas al equipamiento y el interiorismo de las instalaciones hoteleras.

Además, el evento completa sus servicios ofreciendo un programa completo de sesiones especializadas y conferencias



Foto: InteriHOTEL

aquellos jóvenes talentos que presentarán sus ideas de proyectos, bajo el nombre de Fresh talks.

InteriHotel pretende ser un espacio de conexiones e interacciones (marcas-hoteles-prescriptores), donde el interiorismo y el diseño son los protagonistas.

En esta edición 2018 la convocatoria tiene una previsión de participación de alrededor de 200 marcas especialistas en contract-hospitality. Además se prevé la asistencia de 4.000 profesionales procedentes de empresas hoteleras, arquitectos, interioristas, decoradores y empresas de Project management, que podrán informarse de los más de 1.200 proyectos de reforma y/o nueva construcción de hoteles

InteriHotel Barcelona se consolida con esta nueva edición como el evento de referencia tanto por su impacto en el sector como por el número de oportunidades de negocio generadas.

profesionales y se crean espacios de networking en los que los profesionales (proveedores, prescriptores y hoteleros) pueden intercambiar experiencias y generar contactos de calidad.

De esta manera, otras de las actividades programadas en la Knowledge Area ponen el foco en profesionales reconocidos con una destacada trayectoria a través de un completo programa de conferencias

y mesas de debate que cuentan con la participación de 40 ponentes. Con ellas se promueve compartir conocimiento y experiencias entre profesionales a partir de 12 sesiones, que abordarán temas actuales que afectan al sector, tales como estrategias de posicionamiento hotelero, casos de éxito, buenas prácticas en interiorismo hotelero y sesiones técnicas. Además, y como novedad en esta edición, InteriHotel ofrece un espacio para

LA EVOLUCIÓN DE LA LIMPIEZA Y LA DESINFECCIÓN

ECOCONPACK
Lavandería

HASTA 50%
DE AHORRO CONSUMO DE QUÍMICO

HASTA 45%
DE AHORRO COSTE ENERGÍA Y AGUA

HASTA 15%
DE AHORRO TIEMPO DE LAVADO

HASTA 95%
DE AHORRO GESTIÓN RESIDUOS

HASTA 55%
DE AHORRO COSTE TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO

PROQUIMIA
www.proquimia.com

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

ENTREVISTA: **Toni Zaragoza - Director de InteriHOTEL**



Foto: Toni Zaragoza - Director de InteriHOTEL

El próximo mes de octubre se va a celebrar una nueva edición de InteriHOTEL Barcelona. Para todos aquellos que aún desconozcan en qué consiste esta plataforma, ¿podría explicar qué es y con qué objetivos nace?

InteriHOTEL es el principal evento en España sobre interiorismo de hoteles. Es un Marketplace joven que nació en 2011 para cubrir la necesidad del sector, tanto del hotelero como el del hábitat-contract, de disponer de un punto de encuentro para los profesionales implicados en proyectos de reforma o nueva construcción de hoteles, siempre hablando en términos de equipamiento interior y outdoor. Antes de InteriHOTEL no existía un espacio específico y los profesionales tenían que recurrir a otros eventos multisectoriales o generalistas, lo cual genera ineficiencias debido a que, por lo limitada de la oferta, no satisfacen las necesidades de los responsables de proyectos de grupos hoteleros, hoteles independientes, así como de estudios de prescripción de proyectos hospitality.

No era lógico que los profesionales de este sector tan dinámico e importante para nuestra economía, no dispusieran de un importante meeting point anual en el que no solo visitar stands de marcas, sino que también actúe de polo de conocimiento sobre diseño de hoteles.

InteriHOTEL nace del impulso del sector hábitat, con el objetivo de convertirse en este punto de referencia en el Sur de Europa para interiorismo de hoteles. La entidad organizadora (CENFIM) es el clúster del equipamiento del hogar y el contract más activo de España, en términos de apoyo a las empresas que operan en el canal contract, entre otras muchas actividades y proyectos. CENFIM cuenta con más de 130 empresas asociadas de la mayoría de los subsectores del hábitat, lo cual demuestra el apoyo del sector a las actividades que impulsa la entidad.

¿Cuáles son las cifras de superficie de exposición y del número de expositores? ¿Cuáles son vuestras aspiraciones de cara a esta edición?

InteriHOTEL Barcelona 2018 contará con una superficie de exposición de 7.500 m², en un único pabellón y espera contar con la participación

directa de más de 150 marcas especialistas en contract-hospitality. Con la edición de Barcelona, InteriHOTEL cerrará el año celebrando 3 eventos (Mallorca, Madrid y Barcelona), con una participación total de más de 200 marcas y una superficie de exposición de casi 10.000 m², entre las 3 ediciones. Así pues, 2018 habrá sido el año con mayor participación de empresas en los diferentes eventos.

¿En qué se diferencia y destaca InteriHOTEL con respecto a otras ferias del sector?

Aunque aparentemente podría ser una feria del sector hábitat, InteriHOTEL es un evento altamente especializado en interiorismo de hoteles, el único en España. Los profesionales que lo visitan saben que aprovechan al máximo su tiempo, ya que allí encuentran exclusivamente productos y marcas para proyectos de interiorismo de estos establecimientos. Esto crea las condiciones para que los estudios de prescripción puedan también ponerse al día de las últimas tendencias aplicadas a espacios de hotel. Así pues, es una cita anual que los profesionales del sector no se pueden perder.

El área de exposición está diseñada para que el visitante recorra un showroom de espacios de hotel "piloto" (habitaciones, lobby, cafeterías, outdoor, baños...) lo cual facilita al profesional hotelero una experiencia inmersiva muy aproximada a la realidad. En este sentido, las marcas expositoras hacen un esfuerzo para presentar proyectos de decoración del máximo nivel.

Visitan InteriHOTEL propietarios de hoteles y responsables de diseño y de proyectos de grupos hoteleros, así como estudios de prescripción (arquitectos, interioristas y decoradores) y distribuidores. Este perfil tan segmentado es también uno de los hechos diferenciales respecto de otras ferias, tanto del sector hábitat como del sector de la hostelería.

El hecho de estar liderado y organizado por una entidad sin ánimo de lucro como CENFIM, garantiza la defensa de los intereses del sector, ya que el objetivo de InteriHOTEL es exclusivamente aportar valor al sector, generando oportunidades de negocio para las marcas participantes y contribuyendo a la mejora de la eficiencia en la contratación de nuevos proyectos al sector hotelero y al de la prescripción.

Además de lo anterior, es importante destacar que InteriHOTEL es un proyecto colaborativo que cuenta con el apoyo de colegios profesionales del sector de la prescripción, así como asociaciones hoteleras, de diseñadores y de empresas del sector hábitat. Así pues, empresas y entidades de estos sectores contribuyen en el desarrollo de las futuras ediciones.

Foto: InteriHOTEL





**Este es Iñaki Etxeguren,
Director Gerente de Ercilla Hoteles.**

Justo en el instante en el que se tomó esta fotografía, nosotros estábamos ultimando la reforma de las más de 300 habitaciones de su hotel de Bilbao.

No sabemos muy bien en qué estaba pensando Iñaki en ese momento. Si en qué regalarle a Joana porque se acercaba su cumpleaños, o en lo mucho que le gustaría volver a ver a su Athletic jugando la Champions.

Queremos que sepas lo que se siente dejándolo todo en nuestras manos. Porque perder el tiempo es estar preocupado por si esa inauguración va a salir tal y como habías imaginado. **Todo lo demás es ganarlo.**



Estamos aquí.

www.ganareltiempo.com

ENTREVISTA: Toni Zaragoza - Director de InteriHOTEL

¿Qué sectores dentro de la Feria, van a tener una mayor representación?

Desde sus orígenes, CENFIM ha buscado la colaboración de las empresas para presentarse ante el sector hotelero ofreciendo una solución integrada, esto se traduce en que existen stands en los que se encuentran colaborando diferentes marcas complementarias, que presentan propuestas de habitaciones de hotel completas o servicio “llave en mano”. Este es uno de los valores centrales de InteriHOTEL que se mantiene a lo largo del tiempo, desde la primera edición.

Además de lo anterior, en InteriHOTEL vamos a contar con stands de marcas principalmente de los sectores de mobiliario, iluminación, textiles, pavimentos y revestimientos, aunque también se contará con la participación demarcas de los sectores del baño, descanso, decoración, domótica e incluso materiales innovadores para proyectos contract.

¿Qué actividades paralelas se celebrarán en InteriHOTEL?

InteriHOTEL presenta un amplio programa de conferencias y mesas de debate, en el que participarán hasta un total de 40 ponentes. Se trata del evento que presenta la mayor y más completa propuesta de transmisión de conocimiento del sector contract-hospitality en España. En el evento se tratan tanto temas como la gestión estratégica del diseño como herramienta de marketing para conectar con el público objetivo del hotel, el posicionamiento hotelero y hasta proyectos de interiorismo explicados, a modo de case study, por los estudios de diseño de interiores que los han llevado a cabo.

El programa de conferencias de InteriHOTEL contará con la participación de, además de estudios nacionales como El Equipo Creativo, Tomás Alía y Manuel Torres Design, con ponentes internacionales.

Este año presentamos una novedad más. Se trata de un espacio fresco o Fresh Talks que consiste en cortas charlas en las que diseñadoras y diseñadores de interior noveles y estudiantes de último curso de diseño de interiores presentarán sus ideas de proyectos en un entorno profesional. Esta es una oportunidad única que estos jóvenes no pueden desaprovechar. También es un espacio ideal para que los estudios puedan conocer las nuevas ideas de este talento.

InteriHOTEL también se caracteriza por ser un entorno de networking, que conecta los 3 perfiles profesionales que tienen protagonismo en un proyecto de diseño de interior de un hotel: marca-prescriptor-hotel. Para facilitar estos contactos, tienen lugar el “Tapas&Contract”, un espacio informal que se celebra cada día al finalizar la última conferencia de la mañana y el “Networking Coffee” que se ofrece todas las mañanas puntualmente a las 10:00h. a los más madrugadores.

Además de lo anterior, este año InteriHOTEL convoca 3 premios. Como novedad, este año se



Foto: InteriHOTEL

premiará al mejor proyecto de interiorismo en un stand de InteriHOTEL. Con esto se quiere premiar a las marcas que hacen un esfuerzo en presentar una exposición de nivel para generar el máximo valor al visitante. Siguiendo con la tradición, se premiará la innovación en producto entre los presentados en el evento. Finalmente se ha convocado, como en años anteriores, un premio al mejor artículo de blog sobre interiorismo de hoteles. La ceremonia de entrega de los premios tendrá lugar el próximo 24 de octubre a las 18:30h. después del acto de inauguración oficial, en el mismo recinto en el que se celebra el evento.

¿Con qué apoyos y servicios cuenta el expositor?

InteriHOTEL se caracteriza por facilitar la colaboración entre las marcas expositoras. Muchas de éstas participan compartiendo el espacio de exposición con otras complementarias, lo cual va más allá del simple hecho de compartir costes de participación, ya que el valor que se aporta al visitante es mayor. Por ejemplo, una marca del sector de mobiliario puede participar en el mismo stand con otra del sector de la iluminación. Ambas marcas conviven en el mismo espacio, cada una de ellas mostrando sus productos, con la particularidad de que la integración de sus productos contribuye a la generación de un espacio con una decoración más completa.

Por otra parte, InteriHOTEL es evento internacional, reconocido oficialmente por los datos de participación, de visitantes y expositores de fuera de nuestras fronteras, presentados en las últimas ediciones ya que recibió visitantes de más de 25 países. Además de esto, en InteriHOTEL Barcelona 2018 tendrá lugar una misión internacional de grupos hoteleros y estudios de prescripción internacionales de primer nivel procedentes de Emiratos Árabes Unidos, México, Centro América, Marruecos, India y Reino Unido. Las actividades internacionales contribuyen al desarrollo de las marcas expositoras en el canal contract-hospitality fuera de nuestras fronteras.

Otro dato importante es la generación de oportunidades de negocio reales ya que la última edición más de 1.200 profesionales inscritos, declararon que el motivo de la visita era porque tenían un proyecto de reforma o nueva construcción de un establecimiento hotelero. Este dato es importante, no solo como valor para el expositor, sino como indicador del valor que se aporta al visitante ya que aquellos que van a ejecutar un proyecto de este tipo saben que InteriHOTEL es el lugar que han de visitar para encontrar la mayor oferta especializada.

¿Cómo deben plantearse los profesionales la visita a este nuevo evento?

El layout de InteriHOTEL está diseñado para, en función de su planificación, facilitar que el profesional pueda recorrer toda el área de exposición en



VONDOM

KES CHAIRS

by Oscar & Gabriele Buratti

& MARI-SOL TABLE

by Eugeni Quitllet



ENTREVISTA: Toni Zaragoza - Director de InteriHOTEL



Foto: InteriHOTEL

En un solo día, en especial para aquellos que visiten el evento solo para echar un vistazo y 1, 2 o hasta 3 días para aquellos que lo visiten con un proyecto o quieran conocer en profundidad toda la oferta ya que, en función de sus necesidades, necesitarán dedicar más tiempo para contactar con las marcas expositoras. En este segundo caso, InteriHOTEL facilita al visitante una plataforma para que este pueda solicitar citas a los expositores de su interés y así planificar su visita de la manera más eficiente, asegurándose de no tener que hacer colas para ser atendido en el stand.

Además de asistir a las conferencias, charlas y mesas de debate, el profesional no puede marcharse de InteriHOTEL sin haber visitado los espacios singulares: Lounge Area, Interior Designers Area y Experience Area.

El primero de ellos es un lobby de hotel, espacio comisariado por el Colegio de Diseñadores de Interior de Catalunya y decorado con la colaboración de diferentes marcas expositoras. La segunda de estas áreas son en realidad 3 espacios de hotel con diseño de autor, firmados por interioristas referentes en diseño de espacios hospitality que en esta edición son comisariados por los estudios de Egue y Seta, Ilmio Design y Morph Studio.

Finalmente, cabe destacar la Experience Area, espacio colaborativo en el que participan 3 marcas del sector, también singulares por ser centros de trabajo especial: L'Estoc (mobiliario), Teixidors (textil-hogar) y Ferrumplus (iluminación). El espacio está diseñado por la arquitecta Emma Pertegàs, resp. diseño de InteriHOTEL.

¿Qué expectativas tienen de número de expositores y de visitantes profesionales?

Como explicado anteriormente, InteriHOTEL prevé la participación de aproximadamente 150 marcas expositoras. En estos momentos todavía tenemos el periodo de solicitud de participación abierto y por tanto aún tienen cabida algunas marcas más.

Por lo que respecta al número de visitantes, esperamos recibir un número similar a la edición anterior, que fue de aproximadamente 4.000 profesionales. Hay que destacar que el formato de InteriHOTEL hace que este sea un evento muy profesional y no masificado, en el que el perfil tan selectivo del visitante permite que el expositor pueda dar una atención más personalizada que en una feria tradicional.

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

Las tendencias están apuntando hacia la microsegmentación, hacia nichos de mercado cada vez más pequeños hacia los que enfocar

las estrategias, con el objetivo de conseguir generar experiencias de usuario memorables. Decir que un hotel está dirigido al turismo familiar (o al de negocios) ya no es suficiente porque, ¿cómo son las familias a las que se van a dirigir los hoteles en el futuro? Mejor dicho, ¿cómo son hacia las que se enfocan ya algunos nuevos y rompedores modelos de hoteles? La clasificación clásica por criterios sociodemográficos está en desuso. Si tienes un hotel y pretendes dirigirte a quienes hacen turismo de negocios estás equivocado. Hay que segmentar todavía más, leyendo cuáles son los estilos de vida que encajan con los que viajan por negocio y enfocar tu establecimiento hacia nichos específicos en este segmento.

La tecnología juega un papel importante en las nuevas tendencias, vivimos en la sociedad de la información, la gente está hiperconectada, los dispositivos están hiperconectados, por tanto, ser ajeno a las necesidades del turista actual, es como tener tu hotel desconectado de la sociedad.

Turismo de experiencias, nuevos nichos de turistas, tecnología..., tienen que tener su reflejo en el interiorismo del hotel, convirtiéndose en la herramienta de marketing perfecta que conecta con los gustos y satisface las necesidades de estos nuevos nichos de mercado. Si haces bien los deberes, esto tendrá necesariamente una derivada en forma de retorno de la inversión.

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

InteriHOTEL tiene como misión conectar oferta y demanda en el canal contract-hospitality. Pero, aunque no somos expertos en turismo, no somos ajenos a la evidencia de que los sectores hotelero y turístico en España disfrutaron de una época dorada. En los últimos años se han batido todos los récords de turistas, gasto medio y ocupación. No obstante, esto no puede facilitar el letargo del sector hotelero, que tiene que estar al día, actualizando sus instalaciones para presentar al viajero un establecimiento a la última y nada desconectado de lo que demanda el usuario actual.

España disfruta de unos recursos históricos, culturales y naturales especiales que juegan un papel transcendental a la hora de generar flujos de turistas hacia nuestro país. No obstante, la competencia internacional se incrementa. Los conflictos en otros destinos turísticos que beneficiaron a España en los últimos años, se están empezando a disipar. Así pues, el futuro de este sector pasa por la calidad del servicio y la modernización de las infraestructuras e instalaciones, para conseguir atraer un turismo de calidad, con más poder adquisitivo, del mismo modo que lo están haciendo otros destinos turísticos maduros de nuestro alrededor.

Foto: InteriHOTEL



*InteriHotel

Marketplace&Talks

Registro
Online
Gratuito



Barcelona

24-26 Octubre 2018

CCIB

Centro de Convenciones Internacional de Barcelona

200

expositores

4000

profesionales

40

ponentes

1200

proyectos hoteleros

Soluciones para interiorismo de hoteles
Conferencias con casos de proyectos hospitality
Networking: marcas-prescriptores-hoteleros

Más información:

Telf.: +34 977 570 166

Mail: info@interihotel.com

www.interihotel.com

@InteriHotel

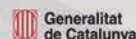
Organizan:

CENFIM

Home & Contract furnishings
cluster and innovation hub



Con el apoyo de:



ACCIÓ

PROYECTO HOTELERO

Barceló Portinatx, Ibiza

CARÁCTER EN CADA RINCÓN



Foto: Barceló Portinatx, Ibiza

Ubicado en el Norte de la isla, este hotel se convierte en el refugio perfecto para disfrutar de la tranquilidad de las calas y playas de Ibiza y conocer, de primera mano, su carácter y gastronomía ecléctica, fusión de las diferentes culturas internacionales que dieron vida a la isla en los años 70. Barceló Portinatx está inspirado en los encantos del Mediterráneo. Por ello, refleja su estilo boho-chic en la pureza del blanco de su fachada, contrastado tan solo por el color turquesa de sus aguas cristalinas.





Foto: Barceló Portinatx, Ibiza

De alma bohemia y espíritu libre, Ibiza es un destino que va más allá de su fama festiva indiscutible. La otra cara de la isla blanca une naturaleza, cultura y bienestar para imponer esa esencia boho-chic que aprecian sus habitantes y embauca a sus visitantes.

Y esto es lo que ha querido plasmar Barceló Hotel Group tras la reforma en 2016 del emblemático hotel familiar Occidental Ibiza (antiguo Barceló Pueblo Ibiza). Con esta acción, la Compañía ha decidido completar y diversificar su oferta en la isla pitiusa con un nuevo establecimiento sólo para adultos, comercializado bajo la marca Barceló. Un establecimiento que se ha convertido en su 'Adults Only' flagship, en un enclave idóneo para aquellos que quieran disfrutar, en un entorno privilegiado, de "la otra Ibiza", a través de un ocio activo y enriquecedor con el que dejarse cautivar por la auténtica esencia de la isla pitiusa.

Su ubicación cerca del pueblo ibicenco de San Juan y a tan solo 20 metros de la Cala Portinatx lo convierte en el refugio perfecto para disfrutar de la tranquilidad de

sus calas y playas y así poder conocer, de primera mano, su carácter y gastronomía ecléctica, fusión de las diferentes culturas internacionales que dieron vida a la isla en los años 70.

Barceló Portinatx, es un establecimiento que marca la diferencia gracias a su ambiente relajado frente al mar, lo que lo

posiciona como la alternativa estimulante de ocio, cultura y gastronomía con la que descubrir el otro universo de sensaciones que esconde la isla. Un escenario perfecto para una estancia relajada frente al mar y una oportunidad para que los amantes de los deportes practiquen todo tipo de actividades náuticas, senderismo o ciclismo.

Foto: Barceló Portinatx, Ibiza



“Barceló Portinatx, es un establecimiento que marca la diferencia gracias a su ambiente relajado frente al mar, lo que lo posiciona como la alternativa estimulante de ocio...”

El hotel está compuesto por un total de 134 habitaciones Superiores y Junior Suites, equipadas para disfrutar al máximo de unas vacaciones en la costa. Se tratan de espacios amplios y con todo lujo de comodidades, que han sido decoradas utilizando tonos luminosos ofreciendo un espacio que invite a los huéspedes al descanso. Además, todas ellas cuentan con una amplia terraza con vistas al mar, algunas de ellas con bañera de hidromasaje, donde poder disfrutar de servicios exclusivos como brunches, masajes en pareja o música en directo del Beach Club.

Saliendo de la intimidad de la habitación, los huéspedes podrán sumergirse en la



Foto: Barceló Portinatx, Ibiza

auténtica esencia de la isla por tierra y mar, a través de experiencias únicas y exclusivas, tales como visitar la isla vecina de Formentera en velero; saborear su gastronomía hippie en una velada zen frente al mar, o conocer las mejores calas en pádel surf.

Por otro lado, el establecimiento pone a disposición de sus clientes un amplio solarium, dos piscinas, un espacio Wellness exterior, una terraza con vistas panorámicas al mar y un Beach Club a pie de playa. En definitiva, un establecimiento diseñado siguiendo las últimas tendencias



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

redforts.com

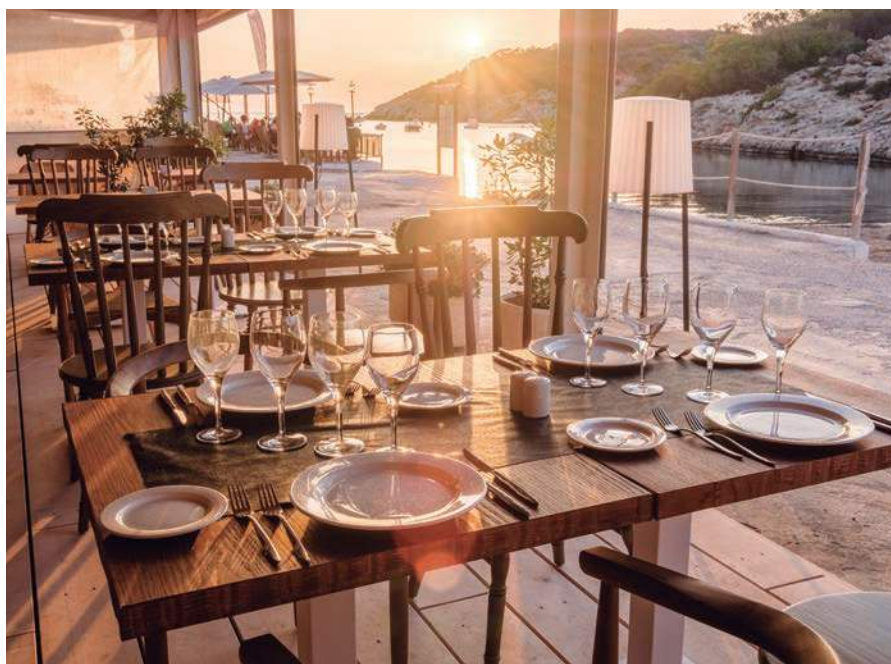
redforts
software as a service

Soluciones de
Gestión Hotelera



91 19 82 873
info@redforts.com

 **redforts**
software as a service



Fotos: Barceló Portinatx, Ibiza

en decoración, gastronomía y ocio, a través de las cuales se han creado experiencias a la altura de los huéspedes más exigentes que buscan sumergirse activamente en uno de los destinos nacionales más fascinantes.

En este sentido, el espacio Wellness exterior invita a disfrutar de los mejores tratamientos de belleza y bienestar con los que conseguir una piel bonita y un bronceado saludable para disfrutar al máximo de la temperatura cálida y reconfortante que ofrece el sol

“Se trata del lugar perfecto donde disfrutar de un ambiente tranquilo y apacible y apreciar el entorno y la cultura de una tierra viva e irresistiblemente bohemia...”

mediterráneo o liberar tensiones a través de sus duchas de sensaciones y masajes reparadores.

Mientras tanto el Beach Club del hotel se convierte en el punto de encuentro de

huéspedes y gente local donde estimular la mente y dejarse cautivar por magníficas puestas de sol frente al mar, con la mejor música como telón de fondo.

Se trata del lugar perfecto donde disfrutar de un ambiente tranquilo y apacible y apreciar el entorno y la cultura de una tierra viva e irresistiblemente bohemia.

Estéticamente Barceló Portinatx se ha inspirado en los encantos del Mediterráneo. De esta manera, refleja su estilo boho-chic en la pureza del blanco de su fachada, contrastado tan solo por el color turquesa de sus aguas cristalinas. Su diseño interior combina este carácter ibicenco con detalles en mimbre, madera y formas étnicas que transmiten calidez y bienestar en cada rincón del hotel.

En relación a esto, el director del establecimiento asegura que el Barceló Portinatx nace con la vocación de recuperar la esencia de la Ibiza tranquila y paradisíaca en la que predomina el color blanco y los tonos marinos, las estructuras horizontales, y un ambiente alegre pero relajado, que es el que aún se respira en el pueblo de Portinatx, repleto de mercadillos y pequeños locales que animan su atractiva, aunque sosegada, vida nocturna.

Barceló Hotel Group, la división hotelera del Grupo Barceló, es la 3ª cadena

Fotos: Barceló Portinatx, Ibiza





Fotos: Barceló Portinatx, Ibiza



de España y la 42ª más grande del mundo. Actualmente cuenta con más de 245 hoteles urbanos y vacacionales

de 4 y 5 estrellas, y más de 54.000 habitaciones, distribuidos en 22 países y comercializadas bajo 4 marcas: Royal

Hideaway Luxury Hotels & Resorts, Barceló Hotels & Resorts, Occidental Hotels & Resorts y Allegro Hotels.



Sofás~cama para hotel

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



Álvaro Cotaina Sánchez

Director Barceló Portinatx

Barceló
HOTEL GROUP



Foto: Álvaro Cotaina Sánchez, Director Barceló Portinatx

Barceló Portinatx está inspirado en los encantos del Mediterráneo. Refleja su estilo boho-chic en la pureza del blanco de su fachada contrastado tan solo por el color turquesa de sus aguas cristalinas. Tras su apertura, ¿qué acogida está teniendo y qué previsiones tienen a corto y medio plazo?

La acogida está siendo espectacular, a decir verdad. Nuestros clientes perciben nuestra experiencia como una renovación de energías y esto está siendo contrastado por muchos comentarios positivos que nos están realizando, tanto a nivel interno como en online.

Nuestro objetivo, tanto a corto como a medio plazo, es transformar al cliente; queremos que su paso por nuestro hotel

les cambie, les haga más felices y que tengan la sensación de que no quieren abandonarnos nunca. Para ello, estamos poniendo en marcha una serie de experiencias, tanto a nivel interno, en el mismo hotel, como colaboraciones con

empresas externas que nos ayuden a crear una experiencia global inolvidable.

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

La superficie del hotel es de 7.000 m², abarcando toda la colina frente a la Cala de Portinatx. El hotel está formado por 3 bloques/edificios principales que engloban 134 habitaciones, 61 de ellas Jr. Suites, además de las dos piscinas, restaurantes, zona Wellness, etc.

Actualmente, la plantilla del hotel está formada por unos 82 empleados.

Los servicios ofrecidos por el hotel incluyen masajes y tratamientos, camas balinesas, coctelería, restauración, música en vivo, clases de yoga...

Se trata del último "Adults Only" de la cadena en abrir sus puertas, ¿por qué se apuesta por este segmento del sector? ¿Está teniendo este tipo de establecimiento mejor comportamiento que el resto? ¿Por qué?

Cada vez más, la gente busca espacios donde poder desconectar y descansar, donde poder disfrutar de una relajante

Foto: Barceló Portinatx, Ibiza



estancia en pareja o con amigos, sin niños. Este tipo de establecimiento destina todos los recursos en ofrecer un servicio diseñado exclusivamente hacia las necesidades de los adultos, por lo que se aprovecha para centrar la gastronomía, decoración, amenización, y otros servicios en la satisfacción de estos clientes.

La razón por la que este tipo de establecimiento está teniendo mejor comportamiento que el resto es debido a esta creciente necesidad de evadirse en un espacio de relajación y diversión exclusivamente dedicada para adultos.

La decoración del establecimiento combina el carácter ibicenco con detalles en mimbre, madera y formas étnicas, ¿a qué se ha debido esta elección? ¿Qué transmite esta decoración a los huéspedes y visitantes?

Esta elección es para ir en línea con la tendencia de la isla, incluyendo los espacios abiertos, blancos y colores neutros, ya que es lo que el público va buscando, un ambiente que transmita calma y relajación.

¿Qué principales espacios son los más destacados en el Barceló Portinatx?

El hall de la recepción, las dos piscinas con vistas al mar, el Pool Bar 'El Faro', el restaurante Noray, en primera línea de playa, el área de Wellness, y las habitaciones y sus amplias terrazas. Además, disponemos de nuestras habitaciones Deluxe, que incluyen bañera hidromasaje en la terraza de la habitación, creando un espacio mágico donde poder compartir momentos únicos.

Otro aspecto diferencial es el hecho de que todas nuestras habitaciones disponen de una ducha exterior en la terraza, que da la posibilidad al cliente de refrescarse mientras está tomando el sol en su asiento-hamaca, disfrutando de las impresionantes vistas que ofrece el entorno.



Foto: Barceló Portinatx, Ibiza

¿Qué hace que este hotel sea exclusivo en comparación con otras opciones?

El alto nivel de servicios que ofrecemos, así como la calidad y amplitud de las habitaciones y el resto de las instalaciones. Cabe destacar el equipo profesional implicado en el proyecto, que se desviven cada día por hacer felices a nuestros clientes que, al final, ese es el objetivo común, que todo el mundo que pase por nuestro hotel se vaya con la sensación de haber pasado unos días inolvidables.

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

Principalmente parejas, entre los 35-60 años. También suelen venir grupos de amigos para pasar unos días por la isla.

Y, por último, desde su apertura qué sensaciones transmite el Barceló Portinatx a los usuarios que han pasado por el establecimiento? ¿Qué distingue este hotel de otras ofertas hoteleras urbanas de la zona?

Barceló Portinatx representa, para los usuarios que han pasado por el establecimiento, un oasis de tranquilidad para descansar y recargar energías.

Nuestro producto y nuestra localización ofrecen una serie de experiencias de alto nivel, y da la posibilidad a nuestro cliente de disfrutar de la "otra Ibiza", sin dejar de lado todo lo que puede ofrecer la isla, ya que está a pocos minutos de todos los puntos de interés nocturnos.

Foto: Barceló Portinatx, Ibiza





Foto: Onnera Group

Buffets y proveedores de desayuno

El desayuno a otro nivel

Actualmente, los distintos establecimientos de hostelería del siglo XXI han tenido que afrontar un cambio en el tipo de cliente que ha desarrollado una nueva forma de comer, siendo el único objetivo la satisfacción del mismo. Para conseguirlo, una manera adecuada es ofrecer a los usuarios un perfecto servicio buffet. Se trata de un sistema muy habitual en hostelería y que empieza a tener mayor presencia en restauración, especialmente para el desayuno. Un perfecto buffet de desayuno puede ser la mejor carta de presentación de un establecimiento que busque darse a conocer.

El buffet es esa metodología en la que el restaurante ofrece una gran variedad de platos y el cliente puede acceder a ellos y servírselos él mismo, sin la intervención de un camarero.

El tipo y la configuración de este servicio dependerán, en gran medida, de las características, necesidades y servicios que ofrecerá el propio establecimiento.

No obstante, sin olvidarse del apartado técnico y funcional, el aspecto estético juega un papel protagonista en la configuración del buffet y self service dentro de un restaurante hotelero. Esto se debe a que en el buffet es necesario conseguir un impacto visual muy potente para seducir al cliente en ese 'escaparate

INOXFERA

Buffet, show-cooking, free-flow, autoservicio...
La experiencia del comensal debe ser única.



Hotel GF Victoria, Adeje, Tenerife.

PASIÓN POR LOS ESPACIOS

www.inoxfera.com

gastronómico' en que se convierten ciertos lineales fríos y sosos.

El perfecto buffet

El perfecto buffet es aquel que cumple las necesidades para las cuales está destinado, “que no es ni más ni menos que el de atraer al consumidor con un simple vistazo”, determina Elena Ramos Santos, Responsable de Marketing y Publicidad de Comercial JR. Del mismo modo, José Manuel Conde, Director de Desarrollo de Negocio de Onnera Group, asegura que “el buen buffet es aquel que procura un alto grado de satisfacción a los clientes, y que a su vez para el establecimiento hostelero se ajusta a sus costes y recursos”.

En este sentido, cabe destacar que una de las principales atracciones de los buffets en restaurantes y hoteles, “es poder ofrecer a los huéspedes una mayor oferta gastronómica del establecimiento, siendo ésta una de las preferencias del turismo en auge”, especifica Joan Ros, Director de Compras de Serhs Projects. Por ello, añade que es imprescindible que el buffet disponga de todas las secciones para poder ofrecer toda la oferta gastronómica y adecuarlas a diseños modernos pero a la vez funcionales que permitan el perfecto flujo de personas y productos.

Así pues, “el perfecto buffet es aquel que está diseñado y construido pensando en dar la máxima calidad e higiene en los alimentos al comensal, consiguiendo además el mejor ratio económico para el hostelero”, concreta Patxi de Juan, Jefe de Ventas Cocina Industrial de Flores Valles. En este aspecto, “el objetivo ha de ser establecer una mesa de buffet sencilla para que los clientes se sirvan sus propios platos de comida. Al principio de la línea de alimentos colocar los platos, cubiertos y servilletas, agrupar los alimentos en plato principal, guarniciones, ensaladas y postres y, por último, las bebidas, vasos y copa”, describe Susana Fernández, Administración de Ventas de García de Pou.

De este modo, este tipo de instalaciones “debe tratarse como un circuito que se componga de distintos tramos, para evitar aglomeraciones y para permitir



Foto: Álvarez

accesos directos. La distribución de las estaciones debe cumplir con el equilibrio perfecto entre un servicio rápido, cómodo y tranquilo para el cliente y eficaz operativamente para el personal del establecimiento”, detalla Eva Lorente, Directora de Marketing de Álvarez.

Con todo ello, desde Serhs Projects, destacan que las secciones con las que cuentan los buffets para dar un correcto servicio al cliente son la zona de fríos de primeros platos (ensaladas, etc.), para continuar con la sección de primeros platos calientes y zona para sopas. A continuación, los muebles calientes para los segundos platos, para mantener toda la comida a temperatura. Además, hay que pensar unos puntos determinados para el pan y para los muebles de desayunos. Mientras

tanto, desde Rational Ibérica añaden que para conseguir el buffet perfecto nunca puede faltar un buen café, zumo de naranja natural y una oferta de productos calientes recién hechos. Por lo tanto, “encontraremos una zona de platos calientes donde entrarían huevos revueltos, salchichas, tortillas... En la zona de fríos estarían embutidos, yogures y fruta cortada, también frutas recién exprimidas”.

Por otro lado, “la zona destinada a la preparación de los alimentos al instante (show cooking) es la zona que ha cogido más protagonismo, por lo que es importante tener un buen show cooking en el comedor. El buffet destinado a los postres es uno de los más vistosos, por lo que es importante la exposición del producto en el mismo”, añade Joan Ros.

Foto: Grup Serhs



Café
DE CULTIVO
SOSTENIBLE

Nestlé

EXIGE EL MEJOR CAFÉ.



“¿Qué café debería ofrecer a mis clientes?”

No es una pregunta fácil, lo sabemos. Por eso en Medalla de Oro Brasilia llevamos años trabajando para que responderla sea mucho más sencillo. Y lo hemos hecho. Con la experiencia del mayor grupo de torrefacción y distribución de café del país y la garantía internacional de Nestlé. Pero, sobre todo, con toda nuestra pasión por el trabajo bien hecho; controlando hasta el mínimo detalle para ofrecer el mejor servicio y una calidad constante en cada taza que prepares. Y, por supuesto, todo nuestro café es de cultivo sostenible. Fomentamos las buenas prácticas en el cultivo del café promoviendo una agricultura responsable y sostenible.

Solo así podíamos conseguir que la próxima vez que te preguntes “¿qué café debería ofrecer a mis clientes?” la respuesta sea evidente: “el mejor”.

productosdelcafe.com



*Exige
el mejor
café.*



Foto: illycaffè

En definitiva, “el perfecto buffet tiene que ofrecer una gran variedad de productos naturales, tanto calientes como fríos. Esto ofrece al cliente la posibilidad de disfrutar cada día de un desayuno completo y diferente”, determina Jose Pascual, Director de Marketing de Zummo. Además, “los alimentos estarán colocados en secciones de acuerdo a sus características (p.e. temperatura) y con un orden a priori instintivamente lógico. Por otra parte, los productos asociados se colocarán al lado o en zonas cercanas”, expone Eva Lorente.

Así pues, “a partir de estas secciones básicas y en función del establecimiento se pueden ampliar, reforzar, hacer zonas especializadas, incrementar el servicio más personalizado, crear espacios de cocina en directo tanto de platos calientes como fríos, etc.”, define José Manuel Conde. “También tendrá relevancia la ubicación del establecimiento, ciudad, playa, etc., y si está tematizado o no. Dependiendo de estos enfoques, el diseño del buffet variará. Este equipo de cocina exige un estudio muy profundo, porque además al estar dentro del comedor debe convivir con la decoración de éste”, añade Patxi de Juan.

No obstante, los criterios con que tienen que construirse y poder dar servicio son similares en todos ellos y difieren en función del tipo de producto que suministran. “Todos ellos tienen que posibilitar una buena visibilidad del producto, que las condiciones de

conservación, manipulación y servicio sean correctas y de fácil acceso a los alimentos. A partir de estos criterios básicos cada establecimiento crea un entorno de servicio propio y orientado a que los clientes perciban una correcta contraprestación a coste de su estancia”, exponen desde Onnera Group.

Sin embargo, aparte de los alimentos y de los sistemas técnicos, no debemos olvidar la parte estética, los buffets apuestan por presentaciones personalizadas y frescas, su autenticidad se combina en un rompecabezas perfecto para los sentidos. Hablamos de la creación de un perfecto escenario gastronómico. “Adquirir una temática y poder combinar los diferentes materiales (metal, madera, porcelana, vidrio...), creando varias alturas con alzadores de metal o madera,

etc.”, describe Véronique Claude, Directora de Guerrero Claude.

Desayuno-Comida

En opinión de Eva Lorente (Álvarez), en la actualidad las estaciones de los buffets pueden ser polivalentes, adecuándose a todo tipo de comidas y servicios. Además, “si es necesario ampliar alguna de ellas, es posible hacerlo a través de productos de sobremesa (independientes a las placas) refrigerados o de mantenimiento de calor”.

De esta manera, en todos los buffets, se va a disponer de los espacios al servicio de la comida. “Será en el proyecto donde determinaremos los servicios y variedades que el establecimiento va a ofrecer a sus clientes, es en este momento donde nosotros proyectaremos el buffet acorde al servicio que el hotel va a ofrecer a sus clientes, por tanto, una correcta distribución y espacios adecuados es uno de los puntos más importantes a tener en cuenta”, describe Joan Ros (Serhs Projects).

No obstante, existen algunas diferencias entre los buffets enfocados a comidas, tipo cenas y almuerzos, y los dedicados a desayunos:

Comidas: “Las diferencias básicas en los buffets dependiendo de las comidas se basan principalmente en la temperatura de consumo por parte de los clientes, así nos encontramos con productos que se consumen a temperatura ambiente, otros fríos y otros calientes. Por ello, cada

Foto: García de Pou



ONDA



PERFECTA PARA CUALQUIER LOCALIZACIÓN

AMPLÍA LA OFERTA DE BEBIDAS CREMOSAS A BASE DE LECHE FRESCA.
EMULSIONA LECHE FRÍA Y/O CALIENTE Y PREPARA LECHE CALIENTE

Office Coffee Service

SaGa Coffee Ibérica, S.A.

Sant Ferran, 34-36 - 08940 Cornellà de Llob., Barcelona - Spain — Tel: +34 93 474 00 17 - Fax: +34 93 474 04 34
saga.sagaiberica@sagacoffee.com - www.saecoprofessional.es

buffet debe estar preparado para poder exponer y conservar en temperaturas de consumos correctas”, describe José Manuel Conde (Onnera Group). Del mismo modo, Joan Ros especifica que “la comida que serviremos ya sea la normal que va a ofrecer el establecimiento o las especiales como comidas exóticas (de países extranjeros, monográficos, etc.), comida ecológica, alergias, veganos, etc., deberá estar expuesta en los puntos calientes o fríos dependiendo del producto, por lo que el buffet tendrá que disponer de puntos adecuados para el mantenimiento de la comida expuesta, sin haber diferencia entre exposición y comida de uno u otro buffet”.

Desayuno: “referente al desayuno, también Lunch o Aperitivo, es indispensable que el buffet le ofrezca al restaurador la facilidad para hacer una exposición de determinada cantidad de productos en forma fraccionada, de tal manera que sus clientes puedan probarlos todos”, expone Elena Ramos (Comercial JR).

En este sentido, desde Onnera Group especifican que, en cualquier buffet de desayuno, “se deberían disponer zonas para zumos y bebidas; zonas para cafés, leche e infusiones; zonas para yogures, mantequillas y mermeladas; zonas para panes, bollería y cereales; zonas para frutas naturales; zonas para fiambres, embutidos, quesos y conservas; zona para vegetales y ensaladas, zonas de platos calientes (huevos, beicon,

Foto: Zummo



Foto: Welbilt Iberia

salchichas, alubias, etc.) y un show-cooking caliente”. Asimismo, “en un buffet desayuno es imprescindible la combinación de platos sencillos y evitar en lo posible la mano de obra con dispensadores buffet y dispensadores de condimentos, bandejas y cúpulas acrílicas”, define Susana Fernández (García de Pou).

Del mismo modo, desde Serhs Projects añaden que para un buffet de desayuno es necesario tener un buen espacio para que los productos estén bien expuestos y tengan suficiente maniobrabilidad. “Debemos destacar, en estos muebles, la incorporación de las máquinas dispensadoras de café y zumos, con las tazas y copas para servirse. Así, no debe faltar el espacio para el servicio de líquidos, para las tostadoras y un buen espacio neutro para variedad de exposición de otros productos y para la manipulación de los alimentos por parte del usuario”.

En relación a este tema, indican que ya que este mueble se utiliza únicamente por la mañana, Serhs Projects lo propone de manera que las máquinas propias de este servicio queden cerradas, dejando libre el espacio para exposición de otros productos para los servicios de almuerzo y cena.

Y, además de todos los elementos que se encuentran en el buffet, “es fundamental los elementos de vajilla y cubertería que

se encuentran en la mesa esperando al comensal para disfrutar del desayuno”, añade Eva Lorente (Álvarez).

No obstante, hay que tener presente, que la distribución y las instalaciones de los buffets dependen del tipo de hotel, la tendencia en un buffet será distinta. “No solamente depende del tamaño, sino también del coste medio que paga el cliente por el desayuno. En muchos de los hoteles vacacionales, el buffet cubre más espacio y privilegia por facilidad y manejabilidad las piezas de melamina para las zonas frías, así como las cestas de ‘mimbre sintético’ para presentar grandes cantidades de comida. En un hotel de negocios, un hotel pequeño o urbano, un hotel - boutique, se privilegia el uso de una porcelana de calidad con acabados impecables y diseño impactante”, determina Véronique Claude (Guerrero Claude).

Las nuevas tendencias culinarias

Paulatinamente, en los buffets se van integrando las nuevas tendencias culinarias, en parte porque los clientes las demandan y también porque suponen una mejora en las alternativas de servicio, ya que de esta manera, los clientes tienen más opciones para elegir. “Las nuevas tendencias culinarias se perciben en las nuevas comidas y productos que se suministran, y también en los equipos que se precisan para elaborarlas y que se integran en los



CLIMATIZACIÓN Y REFRIGERACIÓN

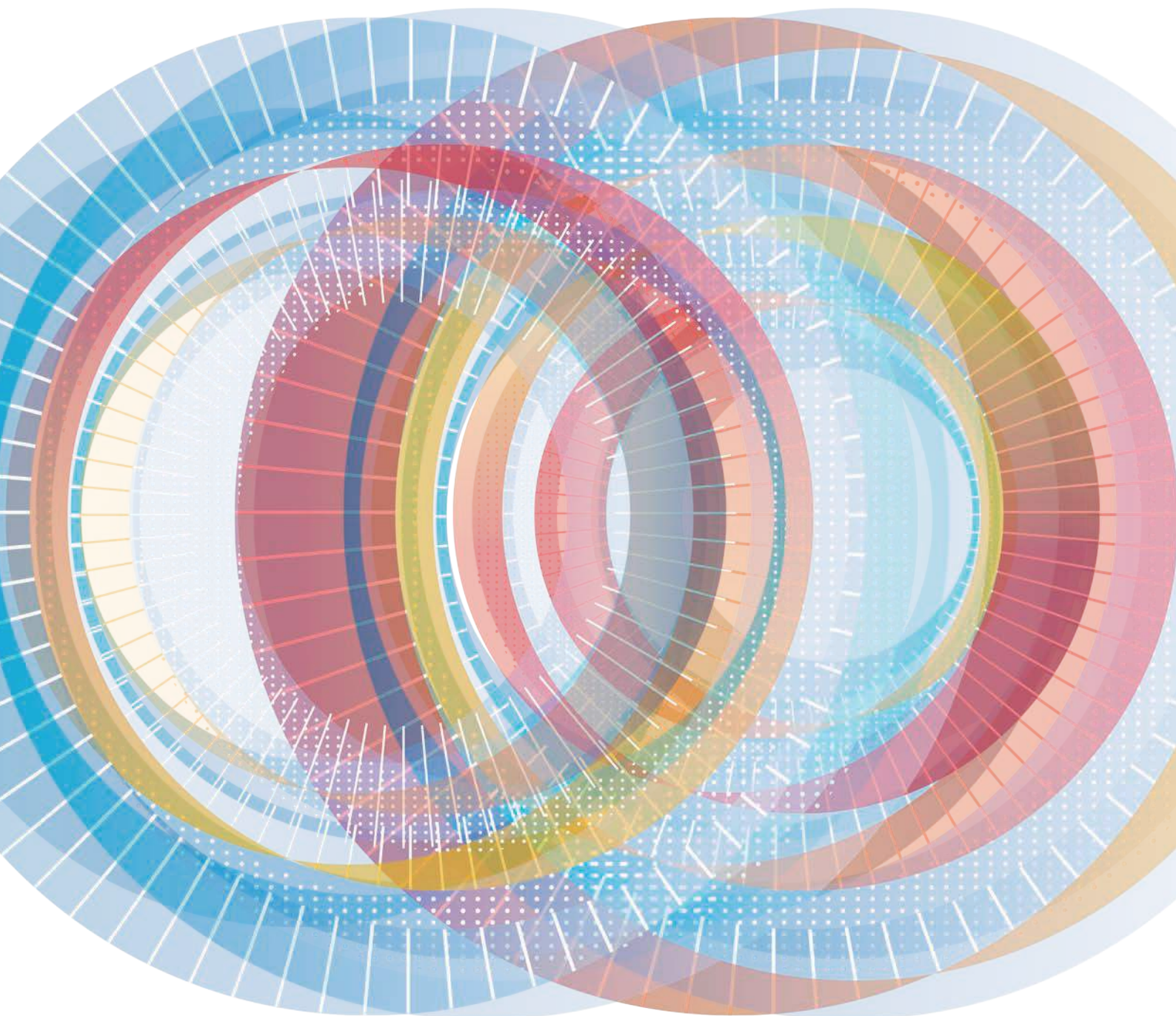
Salón Internacional de Aire Acondicionado,
Calefacción, Ventilación, Frio Industrial y Comercial
International HVAC&R Exhibition

26 Feb./
1 Mar.
2019
MADRID

ORGANIZA
ORGANISED BY



IFEMA
Feria de
Madrid



EN COINCIDENCIA CON:

Tecnova
PISCINAS

SIGA
Feria de Soluciones Innovadoras
para la Gestión del Agua

 **genera**

www.cr.ifema.es

IFEMA - Feria de Madrid · 902 22 15 15 · (+34) 91 722 30 00 · cr@ifema.es

NORMAS SANITARIAS

Cualquier material que esté en contacto con los alimentos debe cumplir la normativa que establece la Unión Europea, el Estado y la Comunidad Autónoma en cuestión. La higiene es un aspecto clave para los restauradores y por eso muchos rechazan usar otros materiales que no sean el acero inoxidable.

De este modo, además de observar unas estrictas condiciones de higiene tanto en lo relativo a las instalaciones (materiales, equipos, utensilios...) como en todo el proceso de elaboración, desde la adquisición y transporte de materias primas, como en su manipulación, cocinado y emplatado, el servicio buffet debe contar con unas instalaciones donde se ubican los platos ya preparados que puedan garantizar la adecuada conservación de los alimentos, dependiendo de sus necesidades.

Así pues, puede generarse la contaminación de estos alimentos, bien desde la materia prima inicial, por el personal manipulador, debido a contaminación cruzada por contacto con alimentos crudos contaminados o contactos con superficies, recipientes o útiles no suficientemente limpios y desinfectados. O incluso, en este tipo de equipamiento, la contaminación puede producirse por los propios clientes durante el periodo de exposición del alimento.

En el caso de que se produjera la contaminación, si se sigue con un mantenimiento inadecuado del producto, tanto en frío como en caliente, donde las temperaturas de preservación favorezcan la multiplicación de microorganismos, originará una carga microbiana probablemente suficiente para causar una intoxicación, especialmente si el tiempo de exposición es prolongado.

En este aspecto, Joan Ros, Director de Compras de Serhs Projects, indica que se deben evitar todos aquellos materiales que no responden a una seguridad higiénica correcta. El acero inoxidable es el material más utilizado por su facilidad de higiene. Del mismo modo, José Manuel Conde especifica que "los materiales que pueden estar en contacto con los alimentos tienen que ser no porosos, altamente higiénicos y de uso alimentario".

En relación a esto, Véronique Claude, Directora de Guerrero Claude, determina que para el equipamiento del buffet todos los materiales deben de estar homologados para el contacto con alimentos. "La porcelana es el material por excelencia, totalmente inocuo, resistente para el buffet frío como caliente.

Pero otros materiales como la melamina deben de ser muy vigilados ya que sólo se pueden utilizar con alimentos si están certificados".

No obstante, aparte de su fabricación también es importante tener en cuenta ciertos hábitos que favorezcan una adecuada conservación de los alimentos. "Como siempre, que no se rompa las cadenas de frío cuando los alimentos salen de la cocina hasta el buffet. Que el tratamiento de los alimentos en el buffet sea el adecuado y no sea agresivo con ellos. Que los diseños del buffet incorporen todo tipo de elementos sanitarios; tales como pantallas antivaho, zonas frías adecuadas y a temperatura constante. Los buffet, además, deben estar vigilados y cuidados por el personal. La reposición debe ser adecuada, los equipos a temperatura adecuada, etc.", enumera Patxi de Juan Jefe de Ventas Cocina Industrial, de Flores Valles

Por otro lado, "hay que tener presente la conservación de los productos que han de consumirse calientes o fríos, ya que estos deben estar dotados de sistemas que mantengan las temperaturas dentro de los rangos aceptables durante el periodo de servicio", indica José Manuel Conde, Director de Desarrollo de Negocio de Onnera Group. Además, añade que por esta razón, los buffets como elementos fabricados para dar comida y bebida a grandes grupos de gente, "tienen que estar contruidos de forma extremadamente rigurosa en todos sus aspectos, que van desde la estructura, donde es básico que los materiales no sean porosos, para que la humedad y el calor no permitan que proliferen los insectos ni roedores". Por ello, "hay que dotar a los muebles de protecciones para que la interacción con los clientes no faciliten la propagación de bacterias (disposición de pantallas antialientos y antivahos). Toda la manipulación, exposición y conservación de los alimentos y su trazabilidad deben estar asegurados".

En este sentido, Joan Ros, Director de Compras de Serhs Projects, asegura que básicamente en lo que los fabricantes se centran es en la protección de la comida expuesta, "tanto en el mantenimiento de la temperatura, ya sea en frío o caliente y en la protección de la comida expuesta del aliento del cliente. Así, ofrecemos variedad de opciones en cuanto a pantallas protectoras".

Además, Joan Ros añade que "la normativa que nos aplica es el Codex Alimentariu y toda la normativa relativa a la exposición de productos alimenticios".

buffets, no es extraño ver inducciones, freidoras de alto rendimiento, woks, paellers, roners, robatas, etc.", exponen desde Onnera Group. En este sentido, "los establecimientos son conscientes que han de ofrecer alimentos variados y elegir alimentos más saludables. Lo que no demanda más tiempo., simplemente cuidado en la elección de los menús y cuidado en la presentación de los mismos, disponer de vajillas, cuberterías

y todo tipo de mobiliario para que no falte de nada en el buffet", detallan desde García de Pou.

En este aspecto, en la actualidad, desde Guerrero Claude consideran que los buffets se han librado de la imagen de comidas para grupos. "Ahora los escenarios son atractivos, flexibles y personalizados para mostrar todo tipo de creaciones de los Chefs. Las

posibilidades son infinitas para preparar un buffet original, cuidado y que 'mime' al comensal". En este sentido, "las estéticas vanguardistas de los buffets siguen las tendencias, de la nueva cocina", aseguran desde Comercial JR.

Además, hay que tener presente que los clientes siguen las tendencias y no están dispuestos a no encontrar en el buffet lo que toman en su propia casa. Pero esto

“El consumo de productos más saludables ha afectado en la distribución o ampliación de las zonas ya existentes, frías o calientes, incorporando cada vez más espacios...”

no basta, “la excelencia en el servicio de los establecimientos hoteleros nos obliga ir más allá y ofrecer elaboraciones en el momento ‘Show Cooking’. La tecnología en el equipamiento de cocinas profesionales nos permite afrontar este reto. Unidades más pequeñas donde, por ejemplo, cocinamos los croissants frente al cliente. Disponen de iluminación LED para hacerlos más atractivos”, describen desde Rational Ibérica.

Por otro lado, cabe destacar que “las tendencias de comidas frescas y sana han incorporado a los buffet más zonas frías para productos naturales y zonas de plancha”, enumeran desde Flores Valles. En este aspecto, “el consumo de



Foto: Rational Ibérica

productos más saludables ha afectado en la distribución o ampliación de las zonas ya existentes, frías o calientes, incorporando cada vez más espacios para atender la demanda de este tipo de comida, que va en aumento”, especifican desde Serhs Projects.

Asimismo, cabe destacar que “la presencia de turismo internacional en nuestros hoteles nos ha llevado a incorporar alimentos poco comunes en España y la opción de las tecnologías adecuadas para su tratamiento”, detalla Patxi de Juan. En este sentido, Susana

INDUCS[®]

Líneas para buffet **HOLDLINE**



Mantenedores de temperatura por **INDUCCIÓN**

Mejore la imagen de su *buffet* con un diseño sobrio y elegante

Rápida amortización por su bajo consumo

Modelos de sobremesa o encastrables

Materiales de alta calidad aptos para el uso diario profesional

Soluciones individualizadas gracias a su modularidad

Mayor calidad de los alimentos

Crujientes, frescos, acabados de cocinar...

Usted decide el diseño de su *buffet* y nosotros ponemos la tecnología

ROMAGSA

www.romagsa.com



Foto: Onnera Group

Fernández asegura que estamos cada día más abiertos a probar nuevos sabores e incluso ya nos hemos hecho fan de algunos platos que nos llegan de otros países como el sushi o humus. “Esto nos lleva a ofrecer diferentes presentaciones en los buffets, presentaciones en bambú o madera la nueva tendencia y en vajilla desechable de caña de azúcar, no tóxico, biodegradable y compostable”.

Estas nuevas tendencias, pueden requerir ampliar o reducir la oferta de determinados productos. Por ejemplo, “ha aumentado la variedad de tipos de pan, cereales, yogures y frutas, mientras que se ha reducido la de embutidos y alimentos fritos”, añade Eva Lorente.

Pero aparte de las nuevas tendencias saludables, hay que tener en cuenta el tipo de cliente que tiene una alimentación especial, no por elección, sino porque lo tiene impuesto. En este aspecto, Joan Ros expone que en estos momentos, también se reserva en los últimos años el espacio para comidas para usuarios con alergia (productos sin gluten, lactosa o huevos). Por lo que cada vez es más habitual disponer de espacios para estos fines. “Esta mayor sensibilización del bien-estar y salud, obligan los hosteleros a tener una respuesta cualitativa para su huésped de allí que se encuentran muchos corner tipo: Gluten Free, bebidas vegetales, productos veganos, Sin Lactosa...”, especifica Valérie Cotté, Responsable de Comunicación

& Marketing Relacional de Lactalis Foodservice Iberia.

En relación a este tema, Beatriz Martínez, Departamento de Marketing del Grupo Deleitas, confirman que hoy en muchos establecimientos, los desayunos que se ofrecen en hostelería ya están estratégicamente diseñados para todo tipo de públicos y hay muchas opciones y variantes.

En resumen, todo lo que se refiere a tener en cuenta todas estas nuevas ofertas de comida: comida autóctona, comida para alérgicos, comida vegetariana, etc., son necesidades que el cliente solicita cada vez más y además dan un punto de nivel (de más calidad) al buffet que ofrece el establecimiento. De esta manera, como profesionales, deben adaptarse a estas necesidades que el cliente quiera implementar en su nuevo servicio de comidas.

El desayuno hoy

Desayunar fuera de casa es un hábito cada vez más en alza. “Encontramos consumidores que antes de entrar a la oficina aprovechan para ‘hacer’ un café, y esto lo pueden hacer 3 a 4 veces por semana. Y otros que se convierten en ‘fans’ de los desayunos fuera de casa el fin de semana. Sin olvidar la gente que duerme en hoteles y desayuna por fuerza en el hotel o en una cafetería. Es un momento privilegiado en el día

y muchos clientes le dan una gran importancia que los hosteleros deben tomar muy en cuenta”, describe Beatriz Martínez (Grupo Deleitas). Por ejemplo, Valérie Cotté (Lactalis Foodservice Iberia) indica que en 2017 los desayunos fuera del hogar crecen tanto de diario como en fin de semana, aunque el gasto medio en este acto de consumo tiende a descender ligeramente. Se observa, los fines de semana, el auge de los brunch.

Del mismo modo, Susana Fernández (García de Pou) asegura que es un hecho que ha incrementado las visitas para desayunar en los establecimientos de restauración comercial (cafeterías, bares, restaurantes y locales de comida rápida) muy vinculados a la actividad laboral. “El desayuno fuera de casa se ha convertido en un negocio. Y con más frecuencia se acude a establecimientos que ofrecen alimentos saludables”.

Esta tendencia de desayuno fuera de casa ha ido evolucionando hacia la cultura de lo “healthy”. “Ahora a los clientes les gusta desayunar del modo más natural, sano y variado posible”, asegura Jose Pascual (Zummo). Por esta razón, “el hostelero incorpora ofertas de producto, rompiendo con el zumo o café convencional, con batidos naturales a base de fruta y verdura. O innovando en la gama de los clásicos té, con Chai o Matcha. O bien cappuccinos especiales decorados especialmente

Foto: illycaffè



con canela, chai, vainilla, avellana, etc. Buscan sorprender y con ello fidelizar al consumidor”, detalla Beatriz Martínez.

Mientras tanto, Eva Lorente (Álvarez), considera que el eje central de la propuesta sigue siendo el desayuno continental, sobre todo en los establecimientos vacacionales. No obstante, “con el paso del tiempo se han incorporado los espacios de showcooking que permiten disponer de algunos productos (normalmente huevos y tortillas) recién hechos y de acuerdo a la petición expresa del cliente. Por otra parte, también han aparecido los espacios específicos como los de productos locales o los de productos para alérgicos”.

Sin embargo, desde el Grupo Deleitas destacan que, sin duda, las marcas que más crecen son las relacionadas con el café y los snacks. “La tendencia marca que aparte de la línea dulce, necesitan ampliar su oferta a productos salados como sándwiches, utilizando el mismo



Foto: Grup Serhs

espacio. Lo que significa que necesitan un equipamiento versátil”.

Buffet y desayuno, poderosos aliados

En general, la tendencia en lo que a buffets de desayuno se refiere “es ofrecer espacios con productos que respondan

a unas pautas y hábitos de alimentación saludable y de conciencia sostenible. De este modo, se han ido incorporando productos frescos, ecológicos y de proximidad”, especifican desde Álvarez.

En este aspecto, cabe tener presente que el consumidor que desayuna fuera de casa espera encontrar una oferta

A Victorinox Swiss Classic advertisement. The top half features a close-up of two tomatoes, one whole and one sliced, with water splashing around them. The bottom half shows a Victorinox serrated knife with a red handle. The Victorinox logo is visible on the blade. The background is dark, and the overall aesthetic is clean and professional.

VICTORINOX

SWISS CLASSIC

MAKERS OF THE ORIGINAL SWISS ARMY KNIFE | VICTORINOX.COM

COMERCIAL MUELA S.A. • T. 926 477 680 • comercial@mmuela.com



Foto: García de Pou

diferente a lo convencional, muy cuidada, tanto en bebida como en comida. “La tendencia nos lleva hacia una alimentación saludable, lo que nosotros llamamos ‘el movimiento healthy’”, consideran desde el Grupo Deleitas.

Del mismo modo, desde Zummo corroboran que actualmente, predomina la tendencia “healthy”. “Los clientes se preocupan por su salud y llevan una alimentación saludable incluso fuera de casa. También decir que esta tendencia está cogiendo fuerza en todo el mundo, pero sobre todo en Europa”.

De este modo, desde Lactalis Foodservice Iberia exponen que el momento lúdico y social asociado al consumo fuera del hogar realza el eje del placer así como el del bien-estar, salud. “Según entendemos el mercado a través de la gama de producto que ofrecemos hay tendencias claras del ‘retail’ que se trasladan a la hostelería, como ‘sin lactosa’, light o bajo en sal, y leches adaptadas o enriquecidas con omega3, calcio, fibra. El eje naturalidad y proximidad coge cada vez más peso y en el caso de lácteo ofrecen productos ecológicos y frescos”.

Asimismo, los usuarios, buscan restaurantes de confianza, es decir, “donde se pueda tener un ambiente tranquilo para desayunar y donde se puedan solicitar ciertas especificaciones a la hora de hacer nuestra elección de plato”, concretan desde García de Pou.

Productos más demandados:

Los consumidores son cada vez más exigentes y reclaman productos saludables y de primera calidad; y en el apartado de los buffets no podía ser diferente.

Sin duda, “cuidarse está en auge: así que crece la demanda por todo tipo de bebidas con ingredientes naturales, a ser posible con propiedades antioxidantes, depurativas, ricas en vitaminas, etc. Es lo que más puede conquistar al consumidor que busca una bebida que además de estar rica, le aporte ciertos beneficios para cuidarse. Los batidos hechos con purés de fruta y los Natural Drinks 100% frutas y verduras son los que se llevan la palma en los desayunos”, detallan desde el Grupo Deleitas.

Del mismo modo, desde Zummo consideran que se siguen demandando los productos naturales. “Los exprimidores de Zummo permiten al cliente consumir un zumo recién exprimido, aparte que pueden ver el proceso de transformación en directo, esto es un punto a favor, ya que se ve el proceso del producto”.

Por otro lado, desde Lactalis Foodservice Iberia destacan que la demanda de lácteos en los hoteles se centra esencialmente en el momento del desayuno. “El profesional de la hostelería busca ofrecer un surtido óptimo, amplio y variado en su oferta de desayunos. Por motivos de espacio, se busca que el surtido no sea excesivo y por supuesto, un buen equilibrio entre la calidad y el precio de los productos que propone cada hotel en su buffet de desayuno”. En este sentido, en el mundo de los lácteos se solicitan productos Sin Lactosa, ecológicos, frescos; Surtidos de quesos en micro-porciones o al corte, mantequilla o margarinas en mini tarrinas.

Pero, además de los productos alimentarios, no debemos olvidarnos de su presentación. En este aspecto, “ha aumentado la demanda de productos que respondan a cuestiones estéticas y de diseño. Productos que puedan integrarse dentro de la decoración y el concepto propuesto por el punto de venta”, especifican desde Álvarez. “El consumidor aprecia el detalle, el cuidado y la transparencia. Servir el alimento en un producto adecuado e higiénico. Como por ejemplo servir el café, leche o té en termos calientes; la mermelada en pequeños frascos transparentes; la

Foto: Zummo



fruta fresca y presentada en bandejas de forma atractiva y cómoda; la pastelería en displays adecuados, así como los cereales en displays de fácil extracción", añaden desde García de Pou.

No obstante, en el momento de incorporar un tipo de producto a los lineales del desayuno, es importante, "que sea un producto fácil de transportar y que aporte resistencia y durabilidad. Por otra parte debe ofrecer la capacidad de servicio de acuerdo al ratio de clientes de cada establecimiento", enumera Eva Lorente.

Asimismo, cabe destacar que lo más importante de un producto para un hotel "es que llame la atención de los clientes ya sea por el aspecto, el sabor y la calidad de la bebida final. La aceptación por los clientes, la facilidad de uso por parte del personal y el rendimiento económico son factores fundamentales", define Beatriz Martínez. Además, continúa señalando que "la operativa de uso debe ser siempre sencilla y rápida, sin olvidar una



Foto: Álvarez

rentabilidad alta para el establecimiento. Nuestros asesores pueden adaptar las recetas para cada necesidad".

Otro punto importante, es su colocación. "El producto ha de estar colocado adecuadamente, el buffet ha de ser

cómodo y que produzca pequeños impactos visuales para sorprender al cliente", precisa Susana Fernández.

De esta manera, para conseguir un buen desayuno éste debe contar con una variada gama de productos



*¡Aislamos y
conservamos
la calidad!*

LADA HORECA S.L.

Avda. San Isidro, 23
45223 Seseña-Toledo
Tfno: 918 080 501
Fax: 918 088 202
info@mlada.es
www.mlada.es

nuestro prestigio nuestro servicio
calidad y precio

Termos de leche de 3, 6, 12 y 20 litros



**Rapidez en el servicio de la leche •
Temperatura óptima •
Higiene y Salud en el producto lácteo •**

**• Presencia y calidad
• Funcionalidad: fabricado
con los mejores criterios de uso
• Garantía de producto**



Foto: Grup Serhs

bien presentados y de calidad, independientemente de la categoría de nuestro hotel.

La importancia de las bebidas

Dentro del buffet de desayuno un apartado especial es el que ocupan las bebidas, ya sean cafés, infusiones, zumos, bebidas naturales...

En lo que se refiere al café, el contar con una buena máquina, así como poder ofrecer una alternativa de café expreso en el caso de que el cliente lo solicite es un punto muy importante en este tipo de servicios. En lo referente a este tema, la procedencia del huésped influye a la hora de tomar el primer café de la mañana. Por ejemplo, dependiendo de si son americanos, británicos, nórdicos o mediterráneos, la forma de tomar el café varía, desde un café largo negro americano, sin cuerpo ni crema, a un espresso aterciopelado con crema consistente y cuerpo.

Pero lo que sí podemos observar es que en estos momentos, el café vive un momento único de gran interés, estando de moda y presente en todos los rincones. Lo que está ocurriendo en el mundo del café es que el consumidor ha pasado de tomarlo y considerarlo como una commodity y una necesidad de despertarse (cafeína), a tomarlo por placer para degustar sus más de 1.500 aromas. Con un café de calidad se puede disfrutar de un pequeño momento de placer. Esta tendencia ya está muy desarrollada en el Norte de Europa y

poco a poco se está difundiendo en las principales ciudades de España.

Mientras tanto, en lo referente a los zumos, “estos proporcionan una buena parte de las vitaminas minerales y antioxidantes que necesita el cuerpo cada mañana”, especifica Susana Fernández. Asimismo, “se está optando por ofrecer más variedad de sabores entre los que se incluyen versiones más exóticas y detox. También se incorporan zumos recién exprimidos y a la carta. Además también aparecen las aguas infusionadas como una alternativa más ligera, atractiva y con menos azúcares”, añade Eva Lorente.

“Los zumos son un complemento perfecto para el desayuno, ya que aporta energía a la persona que lo consume.

Las máquinas de zumo permiten que tomar un zumo recién exprimido sea muy sencillo y que el mismo cliente pueda ser participe del proceso de producción del zumo”, determina Jose Pascual.

Equipamiento adecuado

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

De este modo, para desarrollar este tipo de instalaciones dentro de un establecimiento hotelero, el gestor de compras debe tener, desde un primer momento, todo bien definido, qué tipo de buffet se desea, con qué finalidad y para qué eventos del día será utilizado, ya que un buffet desayunador no tendrá las mismas características y condiciones que aquel que se utilice, además, para almuerzos y cenas. De este modo, “cualquier buffet cuyo fin primordial es dar desayunos, comidas y cenas; en primer lugar está ubicado en una zona común, en general amplia y por lo tanto debe integrarse de modo correcto en ese entorno, debe resultar agradable para los clientes. Tienen que tener una correcta distribución que permita un cómodo y fácil acceso a los alimentos. También tiene que tener un buen diseño y una

Foto: Grup Serhs



buena estética que refuerce la percepción de calidad por parte del cliente”, enumera José Manuel Conde, de Onnera Group.

De este modo, al buscar un equipo que sea adecuado para un buffet de desayuno, “hay que tener varios factores en cuenta: los requerimientos técnicos, el espacio reducido y unas características estéticas acordes con la imagen del hotel”, especifica David Moreno de Jesús, Key Account Manager Welbilt.

En este sentido, “el equipamiento de un buffet debe ser fácil de transportar, aportar resistencia y durabilidad. Por otra parte debe ofrecer la capacidad de servicio de acuerdo al ratio de clientes de cada establecimiento”, describe Eva Lorente, de Álvarez. A esto, añade Jose Pascual, de Zummo, que el equipamiento del que disponga un buffet debe poder cubrir la demanda de los clientes de la forma más cómoda para ambas partes. Asimismo, desde Joan Ros, de Serhs Projects, añade que, aparte de la decoración y acabados de los buffets, que es el primer

detalle que el cliente va a demandar o plantear, “la principal característica en cuanto a la calidad de estos muebles o construcciones es, sin duda, la robustez de las estructuras de estos (de acero inoxidable). Luego todos los materiales referidos a las decoraciones y acabados, deben ser acorde con el establecimiento”.

Así pues, fundamentalmente, el diseño y equipamiento de un buffet debe cumplir las siguientes premisas:

Proyecto: “en los diseños de los buffets hay que tener en cuenta la capacidad del hotel, también la forma de los muebles ya que es importante que el perímetro sea el suficiente para que los clientes no tengan que formar colas; y también la distribución de los distintos elementos de elaboración y presentación y exposición de la comida para que su capacidad y ubicación sea la correcta”, expone José Manuel Conde. Y añade que todos los elementos que integran un buffet tienen que tener una durabilidad prolongada, y deben proporcionar una seguridad



Foto: Mirror

de funcionamiento y ahorro energético. Además, se debe tener en cuenta el “diseño de flujos y recorridos que evite los cruces de los comensales y que consigan la mayor rapidez en el servicio”, detalla Patxi de Juan, de Flores Valles. Y, según el buffet, “también cabe destacar la capacidad máxima a la que puede llegar el equipo, si tiene una media de 100 comensales diarios, se necesita un equipo que pueda ofrecer un servicio rápido y fluido”, determinan desde Rational Ibérica.

Adaptabilidad y diseño: esto permite una composición de productos para

www.serhsprojects.com

PROYECTOS DE RESTAURACIÓN COCINAS, BUFFETS Y BARRAS



Diseño y ejecución de proyectos a medida



Trabajamos con las mejores calidades y proveedores del mercado



Asesoramiento integral



Valores basados en la mejora continua y la innovación

Las mejores **ofertas** de equipamiento en la tienda online
www.serhsequipments.com



SERHS
projects

Innovative Food & Beverage solutions

C/ Garbí 88 · 08397
Pineda de Mar (Barcelona)
Tel. 937.62.93.30

Av. América, 32 · 28922
Alcorcón (Madrid)
Tel. 911.03.25.52

MAQUINARIA INDISPENSABLE

Es necesario que los equipos faciliten el día a día de las personas que trabajan con ellos, “y que su uso ayude a los gestores de los hoteles a la consecución efectiva de sus objetivos, sin perder de vista el respeto del medio ambiente”, especifica David Moreno de Jesús, Key Account Manager de Welbilt.

De este modo, entre las máquinas más solicitadas por los clientes, las más habituales son, en opinión de Eva Lorente, Directora de Marketing de Álvarez, dispensadores, termos, máquinas de zumo, cafeteras y tostadoras. De igual manera, Susana Fernández, Administración de Ventas de García de Pou, incluye los exprimidores, batidoras, dispensadores buffet, dispensadores de condimentos, displays para pasteles, dosificadores de bebida, termos que guarden el calor... Y, en los espacios de showcooking “pueden encontrarse creperas, gofreras, exprimidores, y licuadoras”, añade Eva Lorente.

En el caso de bebidas preparadas con antelación o de zumos industriales, Beatriz Martínez, Departamento de Marketing del Grupo Deleitas, especifica que lo que podemos ver en un buffet de desayuno son jarras de cristal con este tipo de bebidas, listas para su consumo, o incluso dispensadores automáticos muy prácticos pero que suelen ser de calidad baja o media. “Para subir la calidad, y así hacer que el cliente realmente lo valore, es muy importante la preparación ante el mismo, en el momento. Si tu cliente está viendo cómo se prepara su bebida con fruta natural o con purés de frutas y verduras, el desayuno se convertirá en toda una experiencia gratificante y sensorial”.

Por esta razón, añade que para poder realizar bebidas, a base de purés de frutas y/o verduras, al momento, fácilmente y sin perder tiempo, se pueden encontrar en el mercado batidoras de alto rendimiento capaces de picar hielo dentro de la bebida, y que dejan los smoothies y frappés con una textura cremosa increíble, sin pepitas de fruta ni trozos de hielo. “Para estas bebidas, es muy importante conseguir esta consistencia perfecta, y además que aguante hasta que el consumidor termine su vaso. La elección de una batidora profesional de calidad influye mucho en la calidad de la bebida y en la experiencia del consumidor”.

Por otro lado, aparte de la bebida recién hecha, el cliente no quiere bollería elaborada en la cocina, donde no puede ver lo que sucede. “Estética, capacidad de producción y limpieza. El cliente quiere ver lo que se cocina y los fabricantes de equipamiento somos cada vez más conscientes de esta realidad”, destacan desde Rational Ibérica.

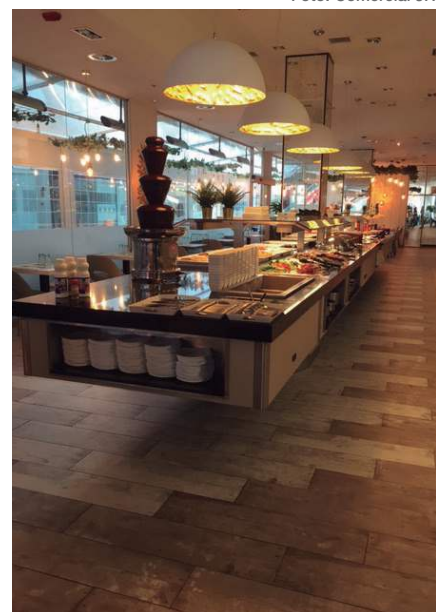
Equipamiento: “estos sistemas deben contar con equipos de calor rápidos de alto rendimiento, equipos frigoríficos potentes y con un coste energético razonable”, indican desde Flores Valles.

Seguridad: “debemos de añadir que también la seguridad de las instalaciones es importante para el correcto mantenimiento y funcionamiento de los sistemas de frío/calor e iluminación (por ejemplo, los cuadros eléctricos deben responder a la normativa vigente para estas instalaciones)”, detalla Joan Ros.

Limpieza: otro punto a tener en cuenta es la facilidad de limpieza, “un factor importante, ya que la higiene y la puesta en escena es una fuente de confianza importante de cara al cliente final”, especifica Roser Flotats, Directora de Marketing de Mirror.

Estética: es importante, en este equipamiento, “tener una estética contemporánea que ofrezca al restaurador la posibilidad de lucir sus elaboraciones culinarias haciéndolas más atractivas para el consumidor”, precisa Elena Ramos, de Comercial JR. Igualmente, desde García de Pou saben bien que se come por los ojos y por eso ofrecen una amplia colección de displays y expositores para sorprender en el buffet con bandejas para catering de madera o cristal, así como soportes para colocar los alimentos y hacerlos irresistibles para los comensales. “Cajas originales, cuencos

Foto: Comercial JR



cada necesidad, consiguiendo el servicio de comidas en el menor espacio posible o la creación de zonas independientes en función del tipo de comida, para que el usuario pueda servirse libremente sin hacer colas.

Materiales: “los materiales deben por un lado tener un alto valor estético, por otro lado deben facilitar la conservación de los alimentos a las temperaturas requeridas y también tienen que asegurar un envejecimiento correcto”, describen desde Onnera Group. En lo que se refiere a los materiales que se van a usar, serán todos aquellos que nos puedan garantizar una correcta respuesta a las necesidades que vamos a tener, y donde poder exponer correctamente

todos los productos en frío o en caliente o simplemente expuestos, lo cual nos lleva, por ejemplo, a una protección de los productos mediante pantallas protectoras. Como en todo, deberemos adaptarnos al diseño más adecuado, incluso innovador, a cada establecimiento, acorde con las ‘modas’ actuales.

Calidad y fiabilidad: aparte de la decoración y acabados de los buffets, la principal característica en cuanto a la calidad de estos muebles o construcciones es, sin duda, la robustez de las estructuras de estos (de acero inoxidable). Luego todos los materiales referidos a las decoraciones y acabados, deben ser acorde con el establecimiento.

con encanto, pizarras para presentar canapés son algunos de los productos que se pueden encontrar en nuestra tienda on line. El buffet ha de ofrecer sus platos todavía más irresistibles con una buena presentación”.

Eficiencia Energética: “la eficiencia energética es importante en los tiempos que vivimos y ésta se obtiene con elementos que consiguen un alto rendimiento de funcionamiento gracias a una mejor distribución de la temperatura”, expone Elena Ramos. “El ahorro energético, por supuesto, es uno de los puntos clave a considerar. El equipo estará trabajando durante todo el servicio, lo que puede comportar un gran consumo energético si no se dispone de equipamiento adecuado”, añaden desde Rational Ibérica. Mediante la sostenibilidad y respeto por el medio ambiente además de responder a las necesidades de los clientes, se presta especial atención al ahorro energético y al desarrollo de una industria sostenible y respetuosa con el medio ambiente,

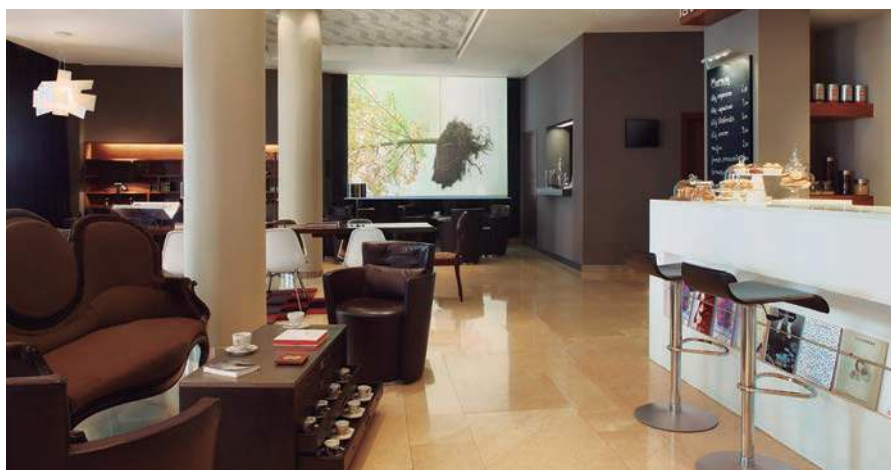


Foto: illycaffè

todo ello respaldado por la certificación medioambiental ISO 14001

Visibilidad: deben permitir una elevada visibilidad del producto expuesto, así como una buena conservación del mismo. Actualmente, los equipos que cuentan con estas prestaciones son los equipos en forma de isla, carro o mural con cubetas en acero inoxidable. Por

ejemplo, los gastrobuffets refrigerados se dividen en 3 grandes categorías: gastronomía, pastelería y pescado, donde cada uno de ellos cuenta con una temperatura adaptada a la conservación de los diferentes tipos de alimentos que exponen. En el caso de los gastrobuffets para alimentos calientes, estos utilizan tres tipos diferentes de sistemas de calentamiento: el sistema baño maría,



WELBILT
Bringing innovation to the table

MERRYCHEF

Merrychef e2s

El horno de alta velocidad más pequeño con el mayor rendimiento:

- ▶ 20 veces más rápido
- ▶ easyTouch®: recetario a un click
- ▶ Resultados perfectos y repetibles
- ▶ Sin humos. Sin olores
- ▶ Plug&Play

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

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



Foto: Álvarez

el sistema con resistencias situadas en la parte inferior de la cuba para un calor seco y las placas vitrocerámicas. Por otro lado, los gastrobuffets neutros son ideales para exponer todo tipo de alimentos para desayunos.

Versatilidad: las distintas gamas se adaptan a las peticiones de los usuarios, desde elementos neutros, refrigerados y calientes, con posibilidad de ser ensamblados en función de las necesidades y del espacio disponible.

Materiales:

Como punto indispensable en la construcción de este tipo de equipamiento se encuentran los materiales que serán los que garanticen la limpieza e higiene de los alimentos y el mayor grado de asepsia. En este aspecto, Véronique Claude asegura que “la mayoría de nuestros clientes se preocupan por la durabilidad de los productos. La melamina de APS es una materia que soporta muy bien el paso del tiempo, los golpes..., en definitiva es más sufrida”.

No obstante, cada establecimiento es un “mundo” y cada uno debe hacer las cosas de una manera distinta y personalizada. “Si sólo hubiera una solución perfecta, todos haríamos siempre lo mismo. Creo que cada buffet tiene que tener sus puntos fuertes, además de cumplir con su cometido”, añade.

De este modo, José Manuel Conde destaca que los muebles de buffet

básicamente se componen de una estructura, una encimera superior y una decoración frontal. “La estructura debe ser metálica, robusta y rígida, y preferiblemente de acero inoxidable, que nos asegura una gran robustez, es muy ligera y no se altera con el paso del tiempo aunque sea en ambientes muy agresivos (zonas de costa)”. En este sentido, “los materiales que vamos a usar serán todos aquellos que nos puedan garantizar una correcta respuesta a las necesidades que vamos a tener para poder exponer correctamente todos los productos en frío o en caliente o simplemente expuestos, lo cual nos lleva, por ejemplo, a una protección de los productos mediante pantallas protectoras. Como en todo, deberemos adaptarnos al diseño más adecuado, incluso innovador, a cada establecimiento acorde con las ‘modas’ actuales”, explica Joan Ros.

En este sentido, “el acero inoxidable AISI 304 está especialmente indicado para los soportes, estructura y carrocerías de equipos de cocina, porque tiene una altísima resistencia a la corrosión”, considera Roser Flotats. “La asepsia del acero inoxidable hace que la gran mayoría de zonas que están en contacto con los alimentos sean en este material. A lo largo de los años se han intentado aplicar nuevos materiales vinculados a la decoración del restaurante”, define Patxi de Juan.

Por otro lado, desde Guerrero Claude consideran que “las tendencias apuntan hacia la comida natural, recién hecha, muy casera, poco procesada, y con este espíritu encajan muy bien, en general, la mezcla de materiales, con detalles de madera o de ratán (o imitación), con recipientes de menor capacidad, etc. El aspecto visual es muy importante y la función del buffet además de surtir los alimentos es también de hacer pasar este mensaje del punto fuerte de cada buffet, ya sea la frescura, la originalidad, el sabor, la presentación...”.

De esta manera, “siguen conviviendo el acero inoxidable con la melamina y algunos elementos de cristal, mientras irrumpe como nuevo material la fibra de bambú de iguales características y propiedades que la melamina, pero aportando un valor añadido como

material respetuoso con el medio ambiente y sostenible”, determina Eva Lorente.

Mientras tanto, en lo que se refiere a las encimeras, además de estéticas, “tienen que ser robustas e higiénicas. Durante años las encimeras se construían en gran parte en granito, pero desde hace algunos años se están imponiendo los ‘granitos’ artificiales derivados del cuarzo, como el Silestone, Compact, Caesarstone, etc.”, enumeran desde Onnera Group.

Por otro lado, desde Serhs Projects aseguran que cada vez van apareciendo nuevos materiales, “unos más adaptables que otros a las distintas necesidades para el frío o el calor, pero, sin duda, los materiales artificiales son los que nos dan más posibilidades de color y adaptabilidad. Pero hay que tener en cuenta que algunos de estos materiales son más sensibles a temperaturas (altas o bajas)”.

Y, en el caso de las decoraciones frontales el abanico se abre de forma exponencial, ya que además de los materiales clásicos como mármoles, granitos, maderas, vidrios, metales, y postformados, etc.; “se están incorporando los mismos productos que se utilizan para las encimeras y otra serie de productos de última generación que se utilizan como revestimientos decorativos. En general, las pautas demandadas son estética diferenciada, fácil limpieza y durabilidad”, exponen desde Onnera Group.

Otro punto a tener en cuenta y que ha ido incorporándose en estos últimos tiempos ha sido la iluminación led, “tanto en las pantallas para productos fríos o neutros como en distintas zonas de los muebles, ya sean en los encajes para platos, debajo de las encimeras o en las partes bajas de los zócalos de los muebles, lo que hace que se realcen un poco más estos muebles”, precisa Joan Ros.

Resumiendo, añade que cualquier tipo de material se puede utilizar en la construcción de estos muebles para hacer un diseño adaptado a las necesidades y demandas de la propiedad o prescriptores. Por supuesto, “la estructura base de estos muebles, siempre es en acero inoxidable. Es la

decoración exterior la que adaptamos a las necesidades y singularidad del establecimiento”.

Sin embargo, como ya se ha ido comentado anteriormente, cada instalación y cada cliente es distinto y, por ello, deberemos adaptarnos al diseño más adecuado, incluso innovador, a cada establecimiento acorde con las “modas” actuales.

La rehabilitación como método de adaptación

Tanto las rehabilitaciones como las reformas se llevan a cabo para adaptar el hotel al entorno actual y hacerlo más atractivo al huésped en todos sus sentidos. Por lo tanto, y debido a la potente competencia dentro del sector hotelero español, cada vez se están implantando más este concepto de ‘reapertura’. Por esta razón, hoy en día, el número de hoteles que se están renovando son mayores que unos años atrás debido al abandono de la austeridad económica y al aumento del turismo en territorio nacional. De ahí que estos valores se vayan acercando en el mercado español aunque sea distante al mercado internacional. “La rehabilitación y la reforma conviven con el resto de mercado. En muchos de los casos se tratan como aperturas, puesto que requieren el desarrollo e implementación de un proyecto”, concreta Eva Lorente, de Álvarez.

Del mismo modo, Jose Pascual, de Zummo indica que “los hoteles han debido



Foto: Grup Serhs

hacer cambios en sus buffets para poder satisfacer la demanda de las tendencias de alimentación actuales. Deben tener una gran variedad de productos en sus buffets para poder cubrir las necesidades de los clientes actuales”.

Hay que tener presente que los hoteles buscan innovar cada cierto tiempo, con el diseño adecuado al tipo de servicio que se quiere ofrecer, así como sobre el número de comensales que tienen, teniendo en cuenta el espacio del establecimiento. Por ello, se busca aportar soluciones que no aparezcan en el mercado, con productos estándar, siempre pensando en la estética y diseño de los productos.

Por ello, en estos últimos años, “la reforma de buffets ha aumentado ya que hemos renovado buffets que hacía más de 15 años que habíamos fabricado. Esto ha supuesto una actualización en el aspecto visual y estético y adaptar los equipos a la demanda actual. Es por esto que la rehabilitación se ha

convertido en un servicio que tenemos en cuenta ya que nuestro parque de instalaciones de buffets en el territorio español es grande. Esto no quita que continuemos con nuestras propuestas para todos aquellos establecimientos que deseen incorporar este servicio en su hotel, ya sea solamente para desayunos o para cualquier otro de los servicios del día. De hecho, las nuevas tendencias en el diseño de buffets (líneas más rectas, colores más claros, materiales como el Silestone, etc.), hace que muchos establecimientos opten por la renovación completa de los buffets en sus comedores”, describe Joan Ros, de Serhs Projects.

No obstante, José Manuel Conde, de Onnera Group, expone que cuando se plantea la rehabilitación o reforma de un buffet, generalmente se opta por instalar uno nuevo. “Suele ocurrir que cuando se considera la posibilidad de reformar un buffet, normalmente se cambia todo, elementos, dimensiones, distribución, estética, elementos técnicos, etc. Se aprovecha la rehabilitación para actualizar el servicio adaptando a las nuevas necesidades y tendencias del mercado, acogiendo propuestas más actuales en todos los órdenes”.

Pero lo que sí es cierto es que para triunfar es fundamental, como en cualquier industria, apostar por la mejora constante, por la innovación y la diferenciación, y que, además, es vital estar atento a las necesidades que demandan los clientes. Dicho esto, nos encontramos en un momento propicio dada la nueva corriente de consumo ‘healthy’ que, indudablemente, beneficia a nuestro sector.

Foto: Welbilt Iberia



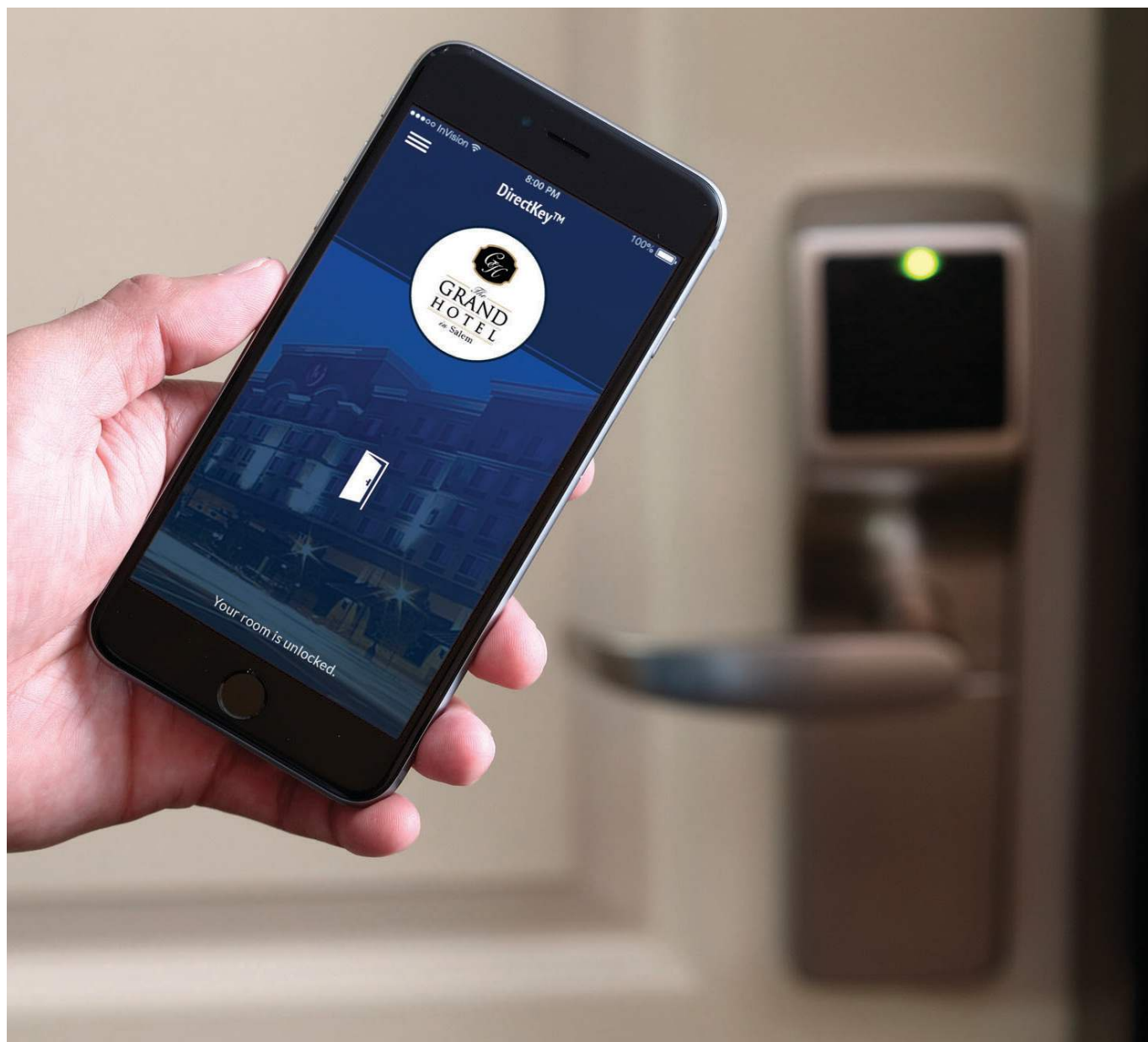


Foto: Onity

Seguridad en hostelería

Una estancia segura

La seguridad, junto con otros elementos, es un factor clave en el funcionamiento interno de cualquier centro. El objetivo de los directores será dotar a la instalación de herramientas para que cualquier intrusión sea inmediatamente detectada, y a la vez poder controlar varios puntos críticos del edificio desde una sola ubicación, minimizando los costes de instalación, personal y mantenimiento. En concreto, la seguridad en los establecimientos dedicados a hostelería es el principio fundamental para lograr la satisfacción del huésped y del personal que en él trabaja. Gracias a este apartado se ofrecerá a todos los usuarios tranquilidad.

Cuando un usuario se decanta por elegir un establecimiento determinado tiene presente diversos aspectos, sin embargo, entre los principales destaca la seguridad con la que cuenta, ya que si se trata, por ejemplo, de un hotel debe sentirse como si fuera su propia casa, por lo que buscará un lugar que tenga prestigio en este aspecto.

Por esta razón, todo buen responsable debe preocuparse, desde la concepción del establecimiento, en tenerlo presente, y formular una serie de normas básicas, para lo cual cuentan con un departamento de seguridad que se enfoca en estos menesteres.

“El concepto de seguridad en los establecimientos públicos cubre un abanico de actividades cuyo fin último es la integridad, primero de las personas y luego de las instalaciones...”

Por ejemplo, entre los aspectos a los que tendrá que hacer frente este departamento serán las complicaciones derivadas por los diferentes perfiles de usuarios y trabajadores que pueden coexistir en el mismo espacio. En este aspecto, un punto determinante será la utilización de sistemas integrados, que permitirán gestionar y monitorizar el control de accesos, la detección de presencia, la video-grabación y la detección de incendios.

Así pues, la implantación de cualquier sistema que garantice la integridad de los objetos y de las personas aportará un gran número de beneficios, tanto cuantitativos como cualitativos para cualquier hotel, siempre y cuando se analicen las necesidades específicas de cada instalación y los objetivos a perseguir en cada uno de sus emplazamientos.

De este modo, adelantarse a cualquier incidente o accidente que pueda ocurrir dentro de un establecimiento hotelero es fundamental, ya que cualquier percance desafortunado, como puede ser un robo, transmite directamente una mala gestión del establecimiento, lo que afectará negativamente a su imagen.

En definitiva, el concepto de seguridad en los establecimientos públicos cubre un abanico de actividades cuyo fin último es la integridad, primero de las personas y luego de las instalaciones. Al diseñar un proyecto de seguridad integral en un hotel, es imprescindible llegar a un compromiso entre las dos facetas, materiales y personales.

La seguridad en hostelería

Como se ha comentado, la seguridad es un factor que tiene un peso específico a la hora de que el huésped elija un hotel u otro. “El cliente siempre tiene el miedo a que le puedan robar en un hotel, y más



Foto: Geze

si no cuenta con una caja de seguridad o un sistema de vigilancia que le de esa confianza que todos buscamos”, especifica Jose María Osorio, Director de Ventas de Dometic Spain. Por esta razón, “el sector de la seguridad ha experimentado una inquietante evolución en la última década, aumentando de una manera significativa los niveles de seguridad de los productos”, destaca Guillermo Gruber, Gerente de Arcas Gruber.

Asimismo, Gerardo Estálrich, Responsable de Desarrollo de Negocios de Bosch Service Solutions, indica que “teniendo en cuenta únicamente la seguridad electrónica, e incluyendo el término ‘protección’ en dicha ecuación, la seguridad ha evolucionado a un ámbito claramente ‘visual’ ‘confiable’ y ‘seguro’”. “Tanto los sistemas de control (CCTV) como de seguridad física (cerraduras electrónicas y cajas fuertes) han ido evolucionando a lo largo de los años ofreciendo mejores prestaciones, más seguridad y, a la vez, mayor comodidad para los usuarios”, corrobora Patxi Elduayen, Gerente de Omnitec Iberia.

Así pues, se puede asegurar que los sistemas de seguridad han evolucionado enormemente en estos últimos años, “se diría que evolucionan con la misma velocidad que la tecnología lo permite. Desde el método de identificación (tarjetas, rasgos biométricos, credenciales virtuales, etc.) junto con las comunicaciones TCP/IP, Wirelles, etc.

Con todo ello, sin necesidad de estar in-situ, podemos tener información ON-Line de los sucesos y contingencias. En los años 90 con unas líneas conmutadas RTC esto era, poco más o menos, que misión imposible”, concreta Jose Miguel García, Director Comercial Dorlet.

Por ejemplo, “hace 15 años una caja fuerte de tamaño pequeño podía ser suficiente y hoy en día hay que tener en cuenta que lo que menos se guarda son documentos y dinero. Ahora hay que pensar en los ordenadores y dispositivos móviles que llevamos habitualmente...”, especifican desde Dometic Spain.

Del mismo modo, César L. Bahun, Director Comercial de Molten Core Hotels, precisa



Foto: MCM



Foto: Bosch Service Solutions

que, “como proveedores de cajas fuertes se ha notado un cambio progresivo abandonando las cajas tradicionales de pomo y llave por las digitales de pantalla y teclado. Estas nuevas, además de la información que ofrecen en pantalla, vienen preparadas para comunicarse con un PC central en recepción y transmitir una importante cantidad de información, aunque esta posibilidad de momento solo la están aprovechando hoteles muy grandes o de ciertas cadenas, siendo aún poco valorada por el hotelero medio”.

Mientras, en todo lo relacionado con la imagen (cámaras de CCTV, calidad de imagen, inteligencia artificial, sistemas inteligentes de gestión de los datos, etc.) ha supuesto un salto cuantitativo y cualitativo con respecto a 5 años atrás. “Hoy día prácticamente todas las instalaciones de CCTV se hacen con cámaras IP, lo que permite un escenario de fiabilidad y seguridad muy unido a éste tipo de tecnologías, donde palabras como alta resolución, ciberseguridad, análisis de contenido están a la orden del día”, determina Gerardo Estálrich. En este aspecto, Raquel Elías, Marketing Manager de Scati, detalla que, concretamente, “los sistemas de video vigilancia han pasado de ser sistemas reactivos gracias a los que se trataba de obtener pruebas irrefutables para esclarecer cualquier

hecho acaecido hasta convertirse en herramientas proactivas capaces de detectar actos delictivos en tiempo real y evitarlos”.

Además, añade que hoy en día, los sistemas de video vigilancia avanzados se basan en algoritmos de business intelligence que permiten predecir conductas de los usuarios. “El video business intelligence es capaz de ofrecer datos importantes sobre el tipo de personas (sexo, edad, etc.) y el comportamiento que estos tienen en las instalaciones en las que transitan. Gracias a estas informaciones se mejora el servicio de atención al cliente y la rentabilidad empresarial”.

En líneas generales, en los hoteles se busca el equilibrio entre la seguridad, la conveniencia en la gestión y el confort del cliente. “Cualquier novedad que se quiera introducir en el mercado tiene que cumplir con estos tres requisitos; se valorará mucho que aporten flexibilidad, una gestión más eficiente y un mejor flujo de la información, para poder dar una respuesta más rápida y eficaz a las necesidades”, determina Leire Iriberrí, Marketing Manager Europe, Middle East, Africa de Onity.

Con todo esto se puede asegurar que la tecnología ha pasado a ser parte fundamental de las propuestas más actuales del sector. “Cada vez las compañías que dedicamos nuestro esfuerzo a aportar soluciones al mercado de la seguridad, somos conscientes de que el camino a seguir pasa por considerar

la capacidad de implicación del usuario de las mismas. Un usuario interconectado, familiarizado con las últimas tecnologías, con altas expectativas en materia de seguridad...”, describe Isabel De Lorenzo, Jefa de Ventas del Canal Horeca de BTV.

En este sentido, “la evolución va unida a los cambios tecnológicos, y a la apuesta por el i+D. Cada vez se dedica más tiempo y recursos para tener todo bajo control”, precisa Alberto Toro, Director División Hotel de Arcon. “También hay una búsqueda continua de facilitar la gestión de todos los sistemas al establecimiento hotelero, para que éste optimice al máximo el tiempo de sus empleados”, determina Isabel De Lorenzo.

En definitiva, la tendencia del mercado va hacia la integración de sistemas inteligentes, de forma que combinen los dispositivos electrónicos con el resto de sistemas tales como los de la gestión de energía o alarmas de mantenimiento preventivo. “Teniendo en cuenta la preocupación del mercado por encontrar soluciones cómodas y eficaces, y productos más flexibles, existe una notable tendencia en el mundo de las cajas fuertes hacia la apertura de proximidad (RFID). Esta novedad permite una gestión eficiente del hotel, mientras facilita la estancia del cliente manteniendo el mismo nivel de seguridad”, puntualiza Leire Iriberrí.

Un término muy valorado

Hoy en día, los hoteles (sobre todo en las ciudades) son la oficina de muchos

Foto: BTV



profesionales. “Saber que estás controlado da mucha tranquilidad, habida cuenta que cualquier profesional lleva información sensible de su empresa, etc.”, considera Jose Miguel García (Dorlet). Por este motivo, la seguridad es un aspecto importante en los hoteles tanto para los clientes como para la dirección del establecimiento. “Las cerraduras electrónicas son esenciales en este sentido mientras que las cajas fuertes protegen las pertenencias valiosas de los clientes, los cuales realmente las valoran; así lo demuestran, entre otros, las frecuentes preguntas en los foros de Internet sobre si un hotel en particular cuenta con ellas entre los servicios que ofrece”, enumera Leire Iriberry (Onity).

De este modo, los hoteles y cadenas hoteleras tienen muy en cuenta la calidad conjunta en los servicios prestados a sus clientes. “Sin duda una de las partidas a tener en cuenta es la seguridad, haciendo especial atención a la seguridad dentro de las habitaciones. Todavía no podemos decir que los hoteles tengan unas medidas altas en el aspecto de seguridad, pero sí han sufrido una fuerte evolución en este aspecto”, destaca Guillermo Gruber (Arcas Gruber).

Se trata de un término muy tenido en cuenta tanto por usuarios como por los responsables de los establecimientos.

Por el Usuario

“La gran mayoría de usuarios valoran muy positivamente los establecimientos que cuentan con medidas de seguridad

considerables, especialmente en los hoteles de un cierto nivel, donde se hace necesario extremar las mismas”, define Isabel De Lorenzo (BTV). Igualmente, Alberto Toro (Arcon), destaca que la mayoría de los huéspedes sí lo valoran, porque vivimos tiempos de intranquilidad. “Las cerraduras de proximidad (con tarjetas que no se pueden copiar, ni desmagnetizar), las cajas fuertes y las cámaras de seguridad, son factores clave para que los huéspedes tengan más tranquilidad”.

Mientras, Rafael Ortega, Responsable de Ventas Electrónica de MCM, considera que “el usuario valora la seguridad, pero depende del tipo de hotel y de finalidad en el alojamiento, no es lo mismo ir de vacaciones, que alojarse por trabajo”.

Bien es cierto que los usuarios valoran positivamente estas medidas porque les hacen sentir seguros y sienten que su intimidad está protegida. “Sin embargo, es importante contar con cámaras discretas que mantengan esa intimidad para que los usuarios no se sientan intimidados”, detalla Raquel Elías (Scati). En este aspecto, César L. Bahun (Molten Core Hotels) asegura que habrá que considerar, la óptima combinación entre seguridad y privacidad. “El cliente español no quiere sentirse observado y la discreción en las medidas de seguridad (cámaras, personal...) es esencial”.

Asimismo, por ejemplo, actualmente son muchos los usuarios que al reservar una habitación exigen que ésta disponga de caja fuerte para poder guardar



Foto: Dometic

cómodamente sus pertenencias más valiosas. “Antiguamente este servicio era concebido como un extra, ahora se ha normalizado y se considera un servicio básico que debe ofrecer cualquier establecimiento del sector”, especifica Isabel De Lorenzo (BTV). Del mismo modo, Jose María Osorio (Dometic Spain) continúa indicando que el huésped valora que el hotel cuente con una caja fuerte en la habitación para poder guardar sus objetos de valor. “Es sin duda importante que la caja tenga capacidad para portátiles o cualquiera de los dispositivos móviles que usamos a diario”.

El contar con este tipo de sistemas mejoran el servicio al cliente; “por la comodidad que aportan (un único medio de identificación para acceder a la habitación, gestionar la caja fuerte, acceso al parking, acceder a servicios extras como fitness, spa, pagos en comedor y cafetería, etc.), y la sensación de estar en un entorno seguro. Podemos decir que la sensación de confort del cliente aumenta, y ese es el objetivo último que persigue todo establecimiento de este tipo con sus clientes”, describe Jose Miguel García.

No obstante, Gerardo Estálrich (Bosch Service Solutions) opina que el usuario de los hoteles no se fija en determinadas medidas de seguridad salvo que evidentemente se vea involucrado en algún suceso desagradable. “Incluso diría que todos buscamos sentirnos

Foto: Dorlet





Foto: Omnitec Iberia

seguros en estos lugares sin tener que necesariamente ‘ver’ los sistemas que nos hacen sentir así. Esto supone un reto a los responsables de seguridad que deben mantener una atmosfera segura a la vez que agradable e íntima”. Por esta razón, el objetivo de los fabricantes de sistemas de seguridad para hoteles es tratar de hacer la vida más segura y cómoda para los huéspedes pasando desapercibido lo máximo posible. “Por lo que tratamos de que los elementos de seguridad sean muy sencillos y fáciles de usar para que el cliente pueda utilizarlos sin necesidad de tener conocimientos técnicos. Cuanto más fáciles de utilizar sean las cerraduras electrónicas y las cajas fuertes, mejor lo habremos hecho. Pero evidentemente, la seguridad sí que está presente en todos los sistemas y va evolucionando”, especifica Patxi Elduayen (Omnitec Iberia).

Por el Establecimiento

La seguridad es un elemento esencial y diferenciador en los hoteles. “Los responsables de seguridad de los establecimientos hoteleros buscan que las medidas de seguridad estén perfectamente integradas y garantizan el equilibrio entre la estética del hotel y la comodidad y privacidad de sus clientes”, describen desde Scati. En este sentido, desde Onity confirman que la principal preocupación de los hosteleros es que los clientes se sientan seguros durante su estancia para poder disfrutarla, dormir con tranquilidad, y que cuando salgan de su



habitación lo hagan con la certeza de que sus bienes quedan totalmente protegidos contra posibles robos. “Los clientes perciben los elementos apropiados de seguridad de un complejo hotelero como evidencia de que se busca asegurar su bienestar, y son una prioridad para la dirección del hotel”. “La necesidad de ofrecer una seguridad extra al huésped y la oportunidad de nuevas tecnologías que ayude a mejorar esa seguridad le ofrece un plus de confianza al hotel”, determinan desde Dometic Spain.

En este aspecto, hoy en día son muy pocos los hoteles que no disponen de una cerradura y una caja fuerte electrónicas. Y es que, “aunque de cara al cliente tratemos de facilitarle las cosas, el hotelero tiene unas herramientas de control que son hoy en día absolutamente imprescindibles”, exponen desde Omnitec Iberia.

Así pues, en líneas generales, “la seguridad sigue siendo una de las principales preocupaciones de los hosteleros a la hora de concebir su establecimiento, pues los robos siguen siendo una de las grandes amenazas a las que se enfrentan.

Los sistemas de alarmas, control de accesos, sistemas de protección contra los ciberataques, la instalación de cajas fuertes o cerraduras electrónicas..., cobran cada vez más protagonismo en este tipo de establecimientos”, concretan desde BTV. “Las inversiones en seguridad están sufriendo un continuo crecimiento, y cada día, tienen más en

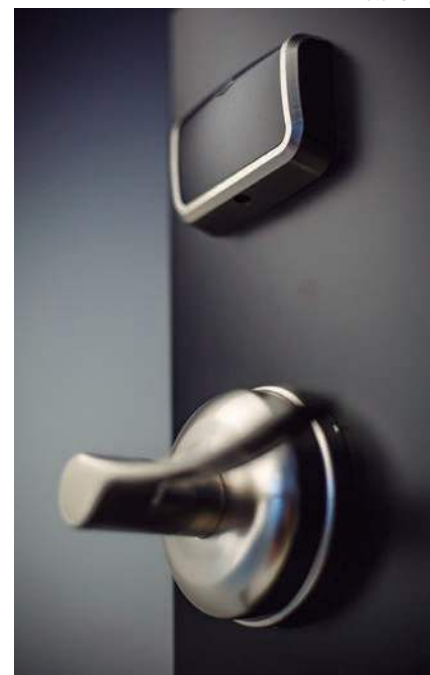
cuenta la importancia de tener un recinto protegido”, especifican desde Arcas Gruber.

En este sentido, “la implementación de exhaustivas medidas de seguridad en las instalaciones lleva aparejada la disuasión ante acciones vandálicas, robos, accesos a zonas protegidas y reclamaciones por daños sufridos por los usuarios en caso de accidentes/incidentes en sus instalaciones”, precisa Raquel Elías. Asimismo, añade que disponer de estrictos sistemas de seguridad en los hoteles permite una considerable disminución de las primas de riesgo frente a las compañías aseguradoras, y una reducción del número de casos de falsas denuncias por daños y perjuicios por parte de los usuarios.

Por otro lado, desde Dorlet consideran que en lo referente a sistemas de seguridad electrónicos, es un campo al que todavía no se le da la suficiente atención y en el que hay una gran posibilidad de mejora y crecimiento, una vez que el gestor del hotel asuma las grandes ventajas de apostar por este tipo de sistemas.

“A la hora de valorar los beneficios que aporta la instalación de este tipo de elementos, podemos diferenciar entre tres aspectos, ventajas de servicio y confort para el propio cliente, posibilidades infinitas de gestión para el hotel, y a la

Foto: Onity



larga, ahorro económico para el propio hotel”.

Y, añade que favorecen las posibilidades de gestión para el personal del hotel, “ya que en todo momento puede conocerse el estado de una habitación (libre, ocupada, en servicio de limpieza, etc.), y actuar y gestionar a su personal en función de toda esa información. A su vez, estos sistemas permiten ser usados hoy en día como sistemas de seguridad, si el cliente se va se arma automáticamente el sistema de intrusión, por poner un ejemplo”.

A la larga, favorece “el ahorro en costes para el hotel por el propio ahorro que supone la eliminación de las llaves, pero sobre todo en energía (posibilidad de desconexión de la energía cuando el cliente abandona la habitación junto al armado del sistema antiintrusión) e incluso en personal, ya que hoy en día los sistemas de control de accesos permiten automatizar muchos procesos del día a día en la gestión de un hotel”, determinan desde la empresa.

Pero lo que sí es cierto es que las compañías hoteleras son cada vez más conscientes de este tipo de inversión. “Por eso para nosotros lo más importante es trabajar de forma intensiva, a través de nuestro equipo de prescripción de proyectos, con el personal encargado del proyecto del establecimiento hotelero. Nuestro equipo conoce a todos los niveles de detalle las posibilidades técnicas de las soluciones de nuestra gama de productos, en cuanto a seguridad y funcionalidad. Nuestras soluciones funcionales ‘todo en uno’ son una clara

Foto: Molten Core Hotels

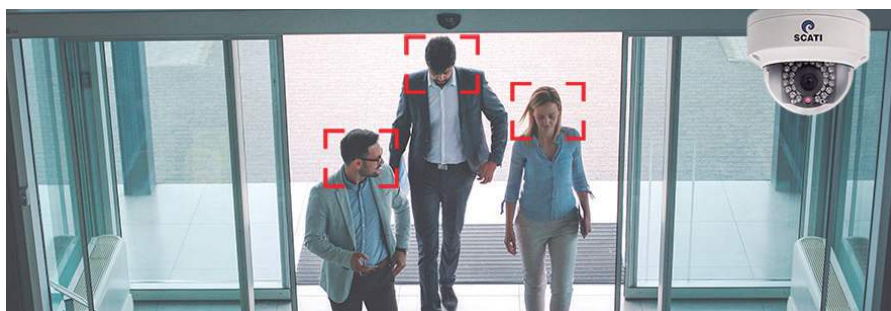


Foto: Scati

apuesta por la inversión a largo plazo”, especifica Birgit Zondler, Gerente de Geze Iberia. “La inversión en seguridad tiene el retorno garantizado, pues si el cliente se siente protegido y tiene una estancia agradable, volverá y además recomendará el hotel en su entorno”, determinan desde Onity.

Medidas de seguridad

Un hotel no deja de ser un espacio donde conviven personas de diferentes culturas, países, etc. Y hay que cuidarlos. Por ello, toda la seguridad que se les pueda garantizar será bienvenida. “La seguridad en edificios públicos cumple normalmente 3 objetivos: disuasión, control y reacción. Para conseguir estos objetivos los establecimientos hoteleros requieren de al menos 3 elementos indispensables. Cámaras de CCTV, cerraduras electrónicas de alta gama y cajas fuertes electrónicas”, especifica Patxi Elduayen (Omnitec Iberia). Con estos elementos en un establecimiento público, “cualquier ‘amigo de lo ajeno’ se lo pensará mucho antes de tratar de ejecutar un robo en una habitación ya que todos sus movimientos quedarán

grabados, no solo en las cámaras sino también en las cerraduras electrónicas y cajas fuertes”, destaca.

Con respecto a las medidas más instaladas, Jose Miguel García (Dorlet) especifica que lo habitual en un establecimiento hotelero es incorporar control de accesos, para la gestión de habitaciones, control de aforos, evacuaciones etc., así como de control de visitas y parking, que gestiona el acceso controlando la apertura y cierre de barreras automáticas, bolardos..., todo ello acompañado de CCTV para registrar las posibles incidencias.

Además, Isabel De Lorenzo (BTV) enumera la incorporación de “sistemas integrados de control de accesos, cámaras de seguridad en las zonas comunes, cajas fuertes de alta seguridad para gestión de efectivo y de hotelería en las habitaciones, sistemas informáticos de gestión de las cajas fuertes de las habitaciones que permiten realizar auditorías de los últimos movimientos que han sido llevados a cabo en la caja fuerte y cerraduras”. Y, César L. Bahun (Molten Core Hotels) añade que lo habitual son cerraduras inteligentes, cajas en las habitaciones y cámaras aunque según baja el nº de estrellas del hotel disminuyen también los sistemas utilizados.

Automatismos

Indudablemente, “son muy importantes los automatismos con programas de radiocontrol que una vez programado no puede ser descifrado por terceras personas no autorizadas, ya que las señales de radio se encuentran codificadas. Cada radiocontrol se programa de manera individual y segura para evitar una activación errónea y no autorizada de puertas y ventanas.



Foto: Arcon

En caso de emergencia es vital poder abandonar un edificio en cuestión de segundos. Por otro lado hay que proteger áreas sensibles de accesos no autorizados. Las cerraduras antipánico con parada automática ofrecen seguridad sin compromisos para personas y bienes materiales”, describe Birgit Zondler (Geze Iberia).

Beneficios: en la actualidad, añade que los aspectos más valorados dentro del sector, además de la seguridad y la comodidad, “son la eficiencia energética y la conectividad, no solo debido a que disminuye el consumo energético y reduce el impacto medioambiental, sino también porque la gestión inteligente de los automatismos de apertura, se vincula con la optimización de los recursos y por ende, con la disminución del consumo energético que supone un gran ahorro económico”.

Estudios previos: “el protocolo de actuación de nuestro personal de prescripción, pasa por la evaluación del tipo de edificio, el uso que pretende darse a éste, el ciclo de vida del producto y las dotaciones presupuestarias del valor de construcción. Estos datos nos representan una garantía de que los costes de dotación de un adecuado sistema de seguridad en los accesos tenga una proyección a futuro, convirtiéndose claramente en una inversión no solo desde el punto de vista operativo sino también en cuanto a optimización de recursos, posibles actualizaciones y mantenimiento posterior”, especifican desde Geze.

Cerraduras

En opinión de Leire Iriberry (Onity) es imprescindible que un hotel tenga cerraduras electrónicas, y con registro auditor, así se puede saber quién y cuándo entra en una habitación en el posible caso de que hubiera algún incidente. “Esto no solo es aplicable a las habitaciones, sino también a las zonas comunes, que son igualmente importantes a la hora de mantener un nivel óptimo de seguridad. Los accesos en estas zonas también se pueden gestionar utilizando cerraduras electrónicas, o alternatively, si van a tener un uso intensivo, se pueden utilizar lectores murales, de forma que se alimenten a través de la red eléctrica”. “La seguridad de estos sistemas está garantizada por algoritmos y códigos aleatorios y secuenciales que hacen que cada apertura sea distinta de la anterior, de forma que aunque alguien pueda ‘grabar’ la información transmitida por un móvil mediante bluetooth, ese código ya no volverá a ser válido en la cerradura”, describe Patxi Elduayen (Omnitec Iberia).

Estudios previos: “en el caso de las cerraduras, hay que ver el tipo de puerta de la que disponemos en el hotel y en función de esto, ver qué cerradura se adapta mejor a esa puerta”, detallan desde la empresa.

Novedades: hoy en cualquier hotel que se precie (existen normativas específicas para conseguir las 4 estrellas, 5, etc.) está

colocando sistemas de cierre electrónicos de última generación. “Hay sistemas que no necesitan de soporte físico, como las tarjetas, dispositivos móviles, etc. Y esta es la mayor novedad dentro del sector, lo que ocurre en los hoteles es que aplicarlo en todas las puertas requiere, a veces, un poco más de inversión de lo que están acostumbrados”, expone Jose Miguel García (Dorlet). Asimismo, Patxi Elduayen añade que hoy en día todo gira en torno a los sistemas de apertura mediante Bluetooth. “Estos sistemas permiten la apertura de la cerradura con tarjetas RFID tradicionales o con el móvil si se desea”.

Puertas

En este apartado son importantes, “las puertas de vías de evacuación que deben estar cerradas en la operación normal del hotel, o ser transitables sólo para personas autorizadas. De este modo, las personas y los objetos deben estar protegidos dentro del edificio e impedirse el acceso desde fuera para personas no autorizadas. El franqueo controlado de una puerta y la ‘vía libre’ en la salida de emergencia en caso de peligro, en muchos casos se encuentran en conflicto”, destacan desde Geze Iberia.

Beneficios: “en el caso de la puerta o lo ideal de una puerta es que cierre bien el recinto y que sea lo más eficaz y amigable posible para abrir (ojalá fuese “ábrete sésamo”). Hoy en día hay tecnologías para ello, lo que ocurre es que no se

Foto: Onity



pueden poner en todo el edificio por costes, etc. La accesibilidad es muy valorada”, describen desde Dorlet.

Estudios previos: deberá tenerse en cuenta qué puerta, paso, cierre, etc., controlará qué zona o recinto; “no es lo mismo una puerta de habitación con un aforo de 2 personas, que un paso donde el recinto contempla 500 personas. Además, en toda edificación conviene sectorizar para incendios, evacuar en momento crítico, así que primero hay que estudiar esas situaciones y ser consecuente con las muchas normas que ya existen”, añade Jose Miguel García.

Errores a evitar: en este punto añade que el principal error a evitar en un control de acceso es la identificación (no todas son seguras ante copias) junto con la conectividad de éstos. De nada sirve tener un control de accesos sino lo monitorizas, actualizas tablas de usuarios por si pierde, etc.

Cajas fuertes

En cuanto a las pertenencias del huésped, la mejor forma de protegerlas es disponiendo de una caja fuerte en cada habitación, donde las pueda guardar. “Si la caja tiene tecnología de código-para-cierre, generado por cada cliente de forma que sea personal y solo él/ella la conozca, la seguridad se garantiza más todavía”, indica Leire Iriberry (Onity). Del mismo modo, desde Omnitec Iberia



Foto: BTV

destacan que las cajas fuertes en una habitación de hotel son fundamentales de cara a la seguridad. “Todos los huéspedes de los hoteles llevamos con nosotros, tablets, ordenadores, dinero, pasaportes, etc., que necesitamos guardar en un sitio seguro dentro de la habitación”.

Además, detallan que sobre todo en hoteles de negocios, “es muy importante que la caja fuerte tenga suficiente capacidad para acomodar ordenadores portátiles. Y, esta protección no se debe limitar solo a la habitación, se puede extender a otras zonas del hotel como por ejemplo la piscina, gimnasio o spa, utilizando cerraduras electrónicas también para las taquillas”, explican desde Onity. Asimismo, es destacable que la caja fuerte ideal es la que se ajusta más al tipo de huésped del hotel. Por ejemplo, “no es lo mismo un cliente puramente vacacional que como mucho necesita



Foto: Dometic

una caja para guardar documentación, dinero y algún dispositivo electrónico de tamaño pequeño, que un ejecutivo que tenga que guardar todo lo anterior más un ordenador portátil”, especifican desde Dometic Spain.

Beneficios: “la instalación de cajas de seguridad en los hoteles supone, por un lado, un servicio añadido por parte del hotel, y por otro, una tranquilidad y seguridad para el huésped al tener todas sus pertenencias controladas en un mismo espacio, con la seguridad de que no se las pueden robar, y en caso de intento de robo un control absoluto de la incidencia”, precisan desde Dometic Spain. Además, Isabel De Lorenzo (BTV) indica que las cajas fuertes instaladas en las habitaciones del hotel aportan una mayor seguridad al huésped, permitiéndole dejar sus posesiones más valiosas en la habitación con total confianza. “Lo que hay que tener en cuenta es que las cajas fuertes son las medidas más resistente de todos los sistemas mencionados anteriormente. Todos los sistemas instalados en los hoteles son un remedio visual y auditivo para evitar el robo dentro del hotel. En cambio, la caja fuerte es una medida diseñada para la protección ante los ataques exteriores”, puntualiza Guillermo Gruber (Arcas Gruber). “Las instaladas en zonas comunes evitan robos de empleados y personal externo al establecimiento. Muchas de las cajas fuertes empleadas para tal fin, cuentan con ranura, que permite depositar documentos y efectivo sin necesidad de abrir la puerta de la caja fuerte. También algunos modelos están gestionados a través de sistemas informáticos que muestran los últimos movimientos de la caja”, incluyen desde Dometic Spain.

Foto: Omnitec Iberia





Foto: Bosch Service Solutions

Consejos elección:

Ubicación: “la ubicación en la que va a estar la caja fuerte es importante ya que en función de la altura a la que esté la caja fuerte, podremos optar por cajas con apertura de puerta tradicional, apertura hacia arriba o apertura tipo cajón”, describen desde Omnitec Iberia.

Instalación: “una mala instalación equivale a no disponer de protección ante los ataques externos, ya que cabe la posibilidad de que la puedan robar sin necesidad de abrirla. La correcta instalación de una caja fuerte es primordial en el aspecto de la seguridad”, detallan desde Arcas Gruber. Igualmente desde BTV concretan que si la instalación no se había llevado a cabo correctamente, aumenta considerablemente la posibilidad de robos, puesto que el ladrón puede trasladar la caja fuerte con relativa facilidad y proceder a su apertura desde una nueva ubicación. “Toda instalación ha de realizarse por personal especializado, que supervise los controles y mantenimiento de las cajas fuertes. Contar con un servicio técnico de calidad que responda en tiempo real a las posibles incidencias que puedan surgir, inclina la balanza en muchas ocasiones hacia una marca u otra”.

Elección de la caja: en opinión de Isabel De Lorenzo para un establecimiento hotelero uno de los principales errores que podríamos cometer sería adquirir cajas fuertes con cerradura mecánica, ya que las funcionalidades del producto se ven muy limitadas con respecto a los modelos de cerradura electrónica. “Estos

permiten obtener mucha información del uso de la caja fuerte mediante auditorías que muestran la fecha y hora de las últimas aperturas, así como el usuario que las ha llevado”. “Es fundamental que este tipo de cajas fuertes sean electrónicas y tengan un registro de aperturas que nos permita auditar quién ha abierto la caja fuerte, a qué hora y con qué código/llave”, añade Patxi Elduayen. Además, Guillermo Gruber añade que las cajas fuertes siempre deben tener un peso mínimo adecuado, que dispongan de un correcto certificado europeo y que a su vez se fabrique en Europa. Por ello, “a todo fabricante de cajas fuertes se le debe exigir los distintos certificados de productos como internos de la empresa para asegurar calidades mínimas. Si no lo

facilita o pone pegas habrá que dudar de la calidad del producto”.

Tipo de caja: “siempre debemos tener en cuenta que las características de la caja fuerte elegida sean las que más se adapten a las necesidades del establecimiento: dimensiones reducidas (lo suficientemente grandes para alojar un ordenador portátil y cámara fotográfica), manejo sencillo, fácil mantenimiento y sistema de apertura de emergencia... Preferiblemente, estos productos deberán ofrecer la posibilidad de ser gestionados a través de un software informático, que permita distinguir entre varios ‘roles de usuario’, lo que aportará un extra de control y consecuentemente de seguridad al hotel”, especifican desde BTV.

Imitaciones: “hoy en día existen numerosas cadenas de distribución que venden productos de seguridad. En dichas cadenas nos encontramos un 90% de productos de seguridad que vienen de países como China, India, Japón... Son productos de una calidad tan baja que no tiene relevancia alguna en seguridad y no disponen de fiabilidad alguna”, detallan desde Arcas Gruber.

Sistemas de videovigilancia

La identificación y el reconocimiento son fundamentales en la resolución de

Foto: Arcas Gruber





Foto: Scati



Foto: Scati

sucesos y delitos a la propiedad, por tanto, la video vigilancia es un requisito casi digamos obligatorio.

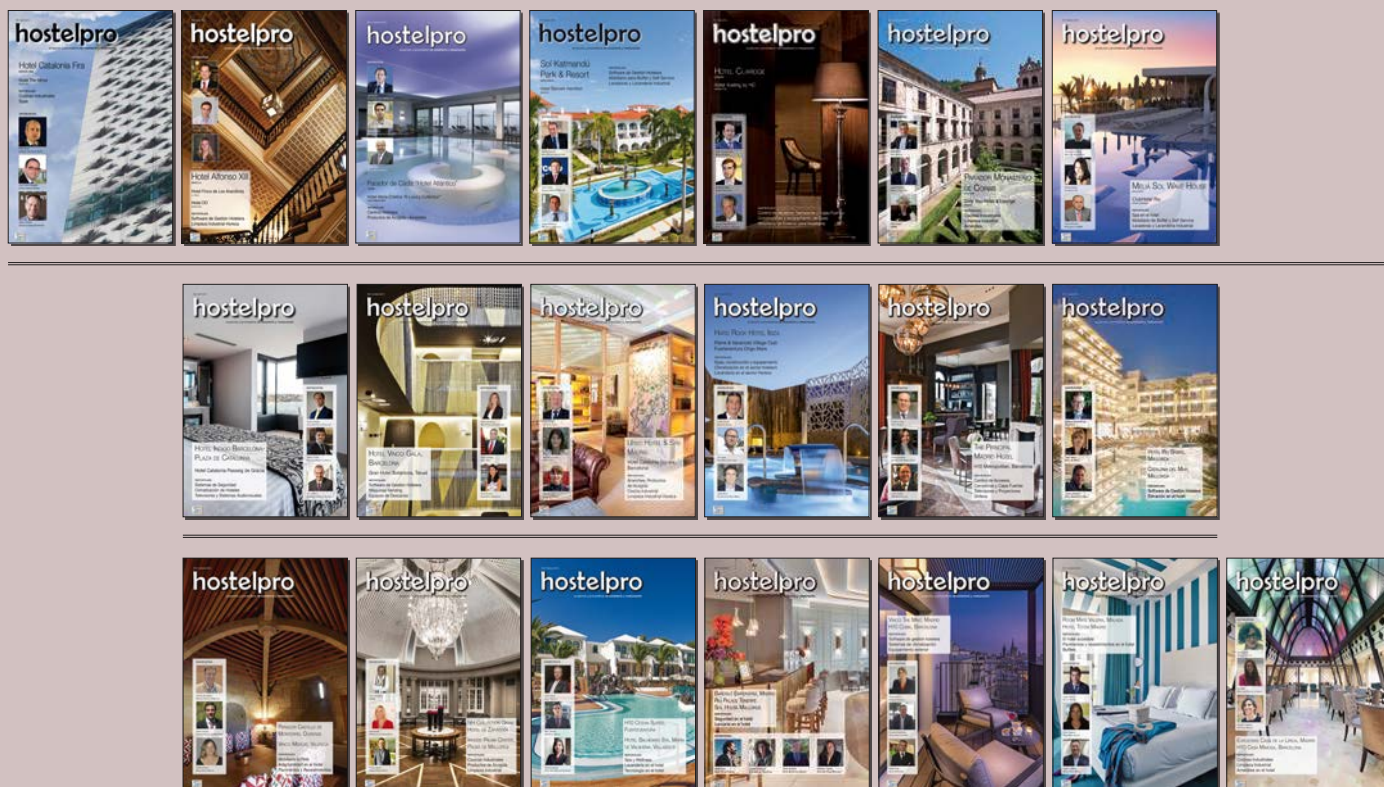
Estudios previos: “lo principal es saber el área a cubrir y las condiciones de luminosidad, nivel de luz, contrastes y contraluces, y como complemento a esto la estética del lugar y el grado de intimidación que queramos dar al ambiente. Por ejemplo en un CPD la cámara tiene que estar muy visible para

que la persona que entre sea consciente de que está siendo vigilada y grabada, sin embargo en un hall de entrada quizás convenga más poner cámaras panorámicas camufladas en el techo para dar intimidad y evitar la intimidación”, describe Gerardo Estálrich (Bosch Service Solutions).

En cuanto a los sistemas de grabación, añade que conviene tener en cuenta

el tiempo que tardamos en darnos cuenta de los delitos, con un margen de tolerancia, será el tiempo de retención de imágenes que le pediremos al grabador.

Por otro lado, continúa detallando que es importante buscar sistemas de control y gestión que además de ser perfectamente integrables en plataformas de control de edificios (es decir que dispongan de protocolos abiertos), integren la seguridad



V I S I T A :

WWW.REVISTAHOSTELPRO.COM

EL MUNDO INTERCONECTADO

Las nuevas tecnologías se han colado en los últimos tiempos en todos los hogares aportando ocio y comodidad a las gestiones del día a día. “Que formen parte del servicio que se les ofrece a los usuarios desde los establecimientos hoteleros es coherente y aporta un plus al hotel. Además, es una forma de ‘ganarse’ a los usuarios más jóvenes, un tipo de público que ‘vive conectado’ y que interesa mucho a ciertos establecimientos”, describe Isabel De Lorenzo, Jefa de Ventas del Canal Horeca BTV.

En este sentido, “la intercomunicación en la seguridad siempre está diseñada para dar un plus de confort al usuario. La interconexión como tal no requiere de mayores prestaciones de seguridad”, considera Guillermo Gruber Acha, Gerente de Arcas Gruber.

Actualmente, “desde los propios dispositivos móviles el usuario puede acceder a los servicios del hotel, el mantenedor de la información detallada del estado del sistema, y el propio responsable de seguridad, mediante sus claves adecuadas, a los sistemas más de administración, seguridad y configuración”, detalla Gerardo Estárich, Responsable de Desarrollo de Negocios de Bosch Service Solutions.

“Las nuevas tecnologías permiten que desde cualquier dispositivo conectado a Internet (Smartphone, Tablet, etc.) se pueda visualizar hasta 16 cámaras simultáneamente en tiempo real y/o video grabado y realizar cualquier acción desde cualquier lugar del mundo y en cualquier momento. Anytime, anywhere”, especifica Raquel Elías, Marketing Manager de Scati. Del mismo modo, Jose María Osorio, Director de Ventas de Dometic Spain, destaca que poder obtener una información de cuándo y cómo se ha manipulado una caja, obtener un código para su apertura remota o bloquear la caja en caso de manipulación, son elementos que gestionan a través de una plataforma online, permite a la gerencia de hotel poder ir in situ a la habitación. Por ello, añade Raquel Elías que “este hecho favorece dar una respuesta ágil ante cualquier hecho delictivo que se pueda producir, minimizando los tiempos de respuesta y por tanto minimizando las pérdidas”.

Las nuevas tecnologías y principalmente la evolución tecnológica que está experimentando los productos de seguridad física, hará que todo mecanismo electrónico este interconectado desde aplicaciones. “Lo que se está intentado conseguir es que todos los Softwares que abarcan la seguridad domótica se puedan conectar de una manera codificada y segura”, concreta Guillermo Gruber. Por ejemplo, “han permitido desarrollar soluciones compactas de sistemas ‘todo en uno’ basadas en web con todos sus componentes relacionados con las puertas. Satisfacen así los requisitos para identificación de última generación. Estos avances también han permitido la reducción de dimensiones de la electrónica de control de acceso y la integración óptima del lector de tarjetas en la instalación del edificio, ofreciendo una gran libertad de configuración y de diseño de las puertas”, expone Birgit Zondler, Gerente de Geze Iberia.

Pero lo más importante es que “este tipo de tecnologías aportan infinitas posibilidades de servicio y confort, tanto al cliente del hotel de cara a poder hacer una reserva vía estos dispositivos y llevarse consigo la ‘llave’ de su habitación, como de cara a los responsables de la gestión del hotel, para remotamente conocer el estado de las habitaciones, abrir y cerrar puertas, activar o desactivar la climatización, etc.”, puntualiza Jose Miguel García, Director Comercial de Dorlet.

Además, hay que tener en cuenta que a mayor seguridad mayor es la tranquilidad de nuestro cliente, mayor va a ser su descanso, por tanto, el hotel va a tener un éxito garantizado en cuanto a la satisfacción de su huésped”, concluyen desde Dometic Spain.

Las tendencias más solicitadas

Actualmente lo más solicitado, en opinión de Patxi Elduayen, son las cerraduras electrónicas y las cajas fuertes. Y lo más importante a la hora de elegir este tipo de sistemas es que sean fiables y seguros. “Aunque hay aspectos que son también vitales a la hora de elegir un sistema de este tipo”.

Principalmente se solicita una buena cerradura electrónica; “para garantizar la seguridad de los establecimientos tiene que ser robusta, segura y fiable, incorporando características como la privacidad electrónica o función anti-pánico. En general, hay que buscar la conveniencia para todos, las cerraduras y periféricos también tienen que ser ergonómicos y de uso fácil e intuitivo, tanto por el cliente como por el personal del hotel”, describen desde Onity. Además, añade que “hay una fuerte tendencia en el mundo de las cerraduras electrónicas hacia la apertura con dispositivos móviles, mejorando la experiencia del cliente al evitar las frecuentes largas esperas en

Foto: Geze



de los datos en su configuración, y sean de fácil manejo, intuitivos y con un servicio de soporte técnico detrás adecuado.

Errores de instalación: una mala instalación va a llevar consigo un gasto añadido en el mantenimiento, por tanto,

la elección de profesionales del sector es fundamental. No olvidemos igualmente la estética mencionada anteriormente.

En resumen, “todos los sistemas de seguridad son imprescindibles cuando se trata de la seguridad de un huésped.

recepción. Existen distintas formas de comunicación pero parece que destaca la tecnología por Bluetooth®. Hay que anticiparse a los posibles avances y buscar aplicaciones innovadoras”.

Del mismo modo, Jose Miguel García especifica que la tendencia más demandada últimamente son las credenciales virtuales via Bluetooth o NFC, “que permiten el acceso a las instalaciones sin necesidad de llevar una tarjeta encima y la posibilidad de poder gestionar los sistemas desde cualquier dispositivo móvil”.

Asimismo, desde Omnitec, añaden que la tecnología BLE es la que se va a implantar con toda seguridad en los hoteles. “Esta tecnología va a permitir al hotel o a la central de reservas enviar la llave virtual al usuario de forma que se pierda menos tiempo en la recepción y se pueda acceder directamente a la habitación que nos haya sido asignada”. Además, desde Dorlet añaden que en cuanto a las principales innovaciones que se están llevando a cabo, “no podemos dejar de hablar de todas las mejoras en Sistemas Cloud y de credenciales en dispositivos móviles, además de en usabilidad. También la integración de diferentes plataformas de comunicación para permitir de manera remota, la gestión, puesta en marcha, mantenimiento y actualización de instalaciones”.

Por otro lado, en lo que se refiere a los sistemas de control de acceso, Birgit



Foto: Arcon

Zondler indica que lo que se busca son aquellos que “quién”, “dónde” y “cuando” puede acceder a las diferentes áreas de un edificio. Una persona o grupos de personas pueden moverse sin llave en un edificio. “La identificación en la puerta tiene lugar en un lector RFID con una tarjeta de identificación, las llamadas ‘claves’ o introduciendo un código PIN. La identificación biométrica, por ejemplo mediante huella digital está ganando terreno y se realiza mediante un lector biométrico de “huella digital”. Se pueden combinar cómodamente con los sistemas automáticos sin barreras para puertas correderas y puertas batientes”. En este sentido, desde Dorlet especifican que para que estos sistemas funcionen de manera óptima, “sus sistemas han de aportar fiabilidad y facilitar el día a día de las personas que vayan a gestionar estos sistemas en el establecimiento, además del acompañamiento continuo tanto de

la evolución del sistema, como en sus decisiones”.

Pero, sobre todo, se valorará mucho que aporten, además de seguridad, “mayor flexibilidad, una gestión más eficiente y un mejor flujo de la información, para poder dar una respuesta más rápida y eficaz a las necesidades del cliente”, indican desde Onity.

En el caso de los sistemas de video vigilancia, “lo que más se demandan son cámaras discretas que no vulnere la intimidad de sus clientes y otras más grandes y potentes como domos PTZ capaces de cubrir la seguridad de grandes áreas y que además son unas importantes medidas disuasorias”, define Raquel Elías.

Mientras tanto, Guillermo Gruber destaca que “como fabricantes de productos de seguridad física, lo que más nos demandan los clientes es codificación biométrica, cuyo Software a su vez pueda modificar los accesos a los usuarios. Mediante este Software podemos restringir el acceso de los usuarios a determinados lugares, modificar los accesos, eliminarlos del sistema”. Además, desde Scati añaden que los sistemas de video vigilancia inteligentes incorporan herramientas avanzadas de Business Intelligence que facilitan la toma de decisiones. “Algunas de las funcionalidades que estos ofrecen son el reconocimiento facial, el conteo de personas y la gestión de filas para ofrecer información relevante en la toma de decisiones acertadas”.

A esto hay que añadir que estos sistemas también precisan de sistemas

Foto: Dorlet





Foto: Geze

de grabación de imágenes capaces de almacenar video durante al menos 30 días y un sistema de gestión de video avanzado que se integre con otros subsistemas de seguridad como los controles de accesos para dotar a la instalación de un potente sistema de seguridad. Y, Raquel Elías continúa explicando que el video no sólo garantiza la seguridad de las instalaciones sino que además se convierte en una herramienta imprescindible para facilitar la toma de decisiones de otras áreas del hotel (marketing, atención los clientes, operaciones, etc.) con el objetivo de maximizar la rentabilidad del hotel y maximizar la satisfacción de sus usuarios y clientes.

En resumen, actualmente “se está apostando por sistemas que incorporan las nuevas tecnologías como parte importante de los mismos, gestionados fácilmente y que permitan mayor control y comodidad al establecimiento y al usuario final”, determina Isabel De Lorenzo.

No obstante, el presupuesto es el factor más determinante. “Dependiendo del mismo podrá elegir entre un diseño u otro de caja, así como las prestaciones de seguridad de ésta. Otro factor importante es el diseño de las habitaciones, y el espacio que dispongan para la caja. De esta manera se podrá elegir el tamaño de la caja”, precisan desde Dometic Spain. Igualmente, añade que el tipo de huésped y sus exigencias es otro motivo de peso a la hora de elegir el modelo de caja, ya que podrá ser por tamaño (en

caso de necesitar guardar un portátil), o incluir un extra de apertura remota de emergencia en caso de necesidad. Por último, la posibilidad de personalización del producto (colores, caratulas, etc.) es otro punto importante.

Pero lo ideal, en lo referente a este tipo de equipamiento es que se adapte a las necesidades del hotel y del usuario, “que sea de sencillo manejo, que su mantenimiento y gestión estén concebidos a la medida del hotel, que tenga servicio técnico 24h/365días para poder resolver a tiempo todas las incidencias que puedan surgir y que resista bien el paso del tiempo (que tenga posibilidad de actualizarse para que no caiga en la obsolescencia)”, concluyen desde BTV.

El futuro

La tendencia del mercado cara al futuro es la integración de los diferentes elementos de la habitación, “de forma que se consigan eficiencias adicionales, ahorros de energía e información adicional sobre la actividad del cliente de forma que se pueda personalizar el servicio que se le ofrece conforme a sus necesidades específicas”, define Leire Iriberry (Onity).

En este sentido, se está invirtiendo en desarrollar sistemas integrales que permitan gestionar todos los sistemas de seguridad desde una misma plataforma, para mayor comodidad del hotel. “Pensando en el usuario final, estos

sistemas contarán cada vez más con innovaciones tecnológicas que aporten comodidad y reflejen la estancia al hotel como una verdadera experiencia de ocio”, precisa Isabel De Lorenzo (BTV).

Por otro lado, Jose Miguel García (Dorlet) expone que, a nivel tecnológico, el avance está siendo enorme, como en otros muchos aspectos. “Nos olvidamos de los típicos sistemas autónomos basados en cerraduras electromecánicas con tarjetas de banda magnética, etc., que apenas aportaban información a los gestores del hotel, y ya es posible disponer de soluciones on-line a un precio muy económico, el llevar un punto de red a un punto a controlar no es problema, incluso wireless, fáciles de implantar, que aportan información en tiempo real, y basadas en identificar al cliente desde tarjetas Rfid, o a través de la propia huella de su dedo, o de su Smartphone”.

Asimismo, Gerardo Estálrich (Bosch Service Solutions) especifica que se sigue trabajando en la imagen, en mayores resoluciones y mejores algoritmos de compresión y rendimiento y optimización de los anchos de banda; y, por otro lado, muy ligado a lo anterior, en seguir subiendo la escalera de la tecnología vinculada a la inteligencia artificial, “vocablos como Machine Learning o Deep Learning, o redes neuronales, forman parte de los laboratorios de investigación y desarrollo de hoy día”.

Foto: Omnitec Iberia





CISA eSIGNO Contactless lock

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



Diseño elegante y compacto, tecnología versátil

CISA eSIGNO combina el diseño más innovador con las prestaciones de seguridad más avanzadas: su configuración, elegante y compacta, se adapta a las más variadas exigencias desde el punto de vista mecánico, electrónico y estético, integrándose perfectamente con el estilo de cada interiorismo.

CISA eSIGNO funciona de forma intuitiva, simplemente acercando la tarjeta al lector mediante la tecnología contactless, compatible con tecnología NFC y disponible en versión wireless o bluetooth.

Para obtener más información, visite [cisa.com](https://www.cisa.com)



■ VP Plaza España 5* abrió sus puertas equipado por Vayoil Textil ■



La compañía valenciana, Vayoil Textil, líder en nuestro país en suministro de lencería para hoteles de cuatro y cinco estrellas, se ha encargado de vestir el VP Plaza España Design 5*, que con una superficie de 25.343 metros cuadrados y un total de 17 plantas sobre rasante y 4 bajo rasante, alberga 214 habitaciones de nueve categorías diferentes, incluyendo una suite presidencial de 120m², así como diferentes restaurantes.

Vayoil Textil ha desarrollado toda una línea exclusiva de ropa de habitación, baño, restauración y complementos para las 214 habitaciones, suites y los diferentes restaurantes dentro del concepto Design que rodea a este establecimiento, donde la pasión por las artes figurativas aporta una experiencia diferencial y única a todos los huéspedes.

El grupo empresarial madrileño ha puesto en manos de los mejores profesionales de cada una de las diferentes disciplinas la estética de sus instalaciones creando un ambiente deslumbrante e impactante, cuidando los detalles en cada milímetro y para los textiles ha apostado por Vayoil Textil.

En palabras de Luis Esteve, Gerente de Vayoil Textil: "Como proveedores de un sector con un gran dinamismo, y con una exigencia total, nuestra estrategia empresarial ha sido la de la especialización, la apuesta por la calidad del producto y el respeto medioambiental. Esta manera de trabajar nos ha

permitido posicionarnos como proveedor de los hoteles de alta gama y de lujo. Para lograrlo, en la compañía llevamos años apostando firmemente por la inversión en I+D+i, por la inversión en maquinaria que nos permita mejorar los procesos y ser más competitivos".

El majestuoso hotel ocupa tres de los emblemáticos edificios de Plaza de España

y ha sido una de las aperturas más esperadas por el sector del lujo, tanto por su diseño como por el buen gusto y control de todos los detalles. Sin duda, toda una revolución hotelera, arquitectónica y cultural.

La compañía cerró el ejercicio 2016-2017 con unos excelentes números alcanzando un crecimiento superior al 21% y aumentado la cifra de venta en el exterior gracias a la consolidación sus filiales. Alcanzando unos resultados de ventas nacionales e internacionales de 13.400.000€.

En España la compañía es líder en los hoteles de más alta gama (4 y 5 estrellas) y en cadenas de reconocido prestigio tanto a nivel nacional como internacional.

En lo que respecta al mercado internacional la compañía dispone de varias filiales en diferentes mercados de delegaciones donde dotamos de producto textil a cadenas españolas con presencia en estos países, cadenas internacionales y a hoteles locales.

En el mercado europeo la compañía dispone de más de 200 clientes repartidos en diversos países.

En el continente africano ha desarrollado proyectos en países como Túnez, Marruecos, Guinea Ecuatorial o Gabón.



JUNG Presenta la serie LS 1912

Empresa: JUNG ELECTRO IBÉRICA, S.A. // Teléfono: 938 445 830 // Web: <http://www.jungiberica.es/>

La nueva serie LS 1912 refleja claramente la combinación de diseño clásico e innovación, retomando el hilo de la tradición pero con la interpretación de un nuevo enfoque rabiosamente contemporáneo. Así, la palanca, la tapa y el interruptor han sido diseñados de forma modular, de modo que cuando están montados, los tornillos no son visibles. El interruptor de palanca puede combinarse con el resto de unidades empotrables de la serie LS 990. Más de 200 mecanismos como enchufes, pulsadores o conexiones multifuncionales, pueden combinarse con la LS 1912 proporcionando soluciones adecuadas para viviendas y edificios comerciales. El diseño de la nueva serie LS 1912 de Jung es muy plano, de manera que la tapa queda totalmente enrasada con el marco. El accionador del interruptor o palanca, único elemento que sobresale y que destaca también como componente estilístico, está disponible en tres formas geométricas diferentes: cilindro, cono y prisma rectangular, si bien su acabado siempre armoniza con el material del resto del interruptor. Con unos acabados simplemente perfectos que establecen nuevos estándares de calidad en la fabricación de interruptores eléctricos, Jung ofrece la LS 1912 con palanca de geometría prismática en acabado cromado, mientras que es posible elegir una palanca cónica o cilíndrica para las versiones en acero inoxidable, aluminio, Dark y latón clásico (CuZn37). El caso de este último es muy especial, ya que cada unidad es única: su superficie está pulida a mano y acabada con un barniz protector transparente especial, aplicado en ambas caras para una perfecta protección anticorrosión.



GROSFILLEX Nuevo formato para la serie de baldosas click GX Wall +

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



Ante la inminente celebración de InteriHotel, los días 24, 25 y 26 de Octubre en Barcelona, Grosfillex presentará sus novedades más destacadas que expondrá en la muestra. Entre sus primicias, cabe destacar el nuevo formato 45*90 cm de la serie GX Wall+. Se trata de un revestimiento 100% PVC con partículas minerales, de 5 mm de grosor que aportan rigidez y estabilidad. A partir de un innovador sistema de baldosas compactas con sistema de unión a 4 testa, se llega a una nueva dimensión de diversidad creativa. Todas las series, en sus distintos acabados ofrecen un elevado diseño, sin pérdida de calidad, resistencia y de fácil mantenimiento. Esta nueva solución constructiva en seco permite reducir los costes del alicatado y la sustitución de la superficie existente en una reforma exprés de cualquier espacio interior de un hogar, por ejemplo, sustitución de la bañera por el plato de ducha y del interior de un hotel, restaurante, bar, residencia, comercio, club, etc. Su calidad es inmejorable con una clase de uso muy intenso en zonas de agua y por supuesto, de muy fácil instalación y sin obras. Pueden instalarse sobre el revestimiento existente, sin necesidad de arrancarlo y generar escombros, con el consiguiente ahorro de tiempo y dinero.

Bona® Ofrece el innovador sistema Bona Inspiration

Empresa: BONA IBERIA, S.L. // Teléfono: 916 825 522 // Web: <http://www.bona.com/>



Una de las reformas más sencillas y que están triunfando más en este momento consiste en dar un nuevo aire al hogar cambiando el color del suelo de madera. El suelo condiciona enormemente una estancia y una de las ventajas de tener suelo de madera es que no es necesario sustituirlo para cambiar su estilo, hoy en día es muy fácil transformar cualquier pavimento de madera, por más anticuado o ajado que se vea, en un nuevo suelo estiloso y radiante. Los cinco estilos distintos que ofrece el innovador sistema Bona Inspiration, diseñados por la creadora de tendencias Cay Bond, abarcan todo tipo de estilos decorativos. Podemos atrevernos con un gris transgresor con el estilo Touch of Grace, o devolver la belleza rústica a la madera con Garden Atmosphere, o apreciar la discreción del estilo nórdico con el aspecto natural Nordic Shimmer, o lograr el caluroso y acogedor estilo californiano con Malibu Dreams o incluso convertir nuestro hogar en una declaración de buen gusto con las tonalidades que ofrece la gama New Modern. Una vez escogido el estilo que más se adapta a nuestro hogar la forma de proceder es sencilla: contactar con un Profesional Certificado Bona.

ILLY Amplía y renueva su gama de productos para la hostelería

Empresa: ILLYCAFFÈ S.P.A // Teléfono: 933 034 050 // Web: <http://www.illy.com/>



Con el fin de adaptarse a las necesidades de los clientes del sector de la hostelería y restauración, y resaltar la calidad de su inconfundible blend 100% Arábica de nueve variedades diferentes de la más alta calidad, illy renueva el diseño de su icónica lata de 3Kg y lanza al mercado un formato de 1,5Kg para los establecimientos con consumos inferiores a las 80 tazas espresso al día. Además, para dar más opciones de consumo, amplía su gama de productos con una innovación concreta para el café espresso ristretto italiano. Se trata de un producto premium con un tueste más largo que destaca las notas de amargor del mismo blend illy.

También una nueva gráfica que especifica la intensidad del gusto de la misma materia prima, según los niveles del tueste, fase que determina el sabor clásico, intenso o fuerte del illy blend, completa las novedades impulsadas por la prestigiosa marca italiana para el sector de la hostelería. Ha desarrollado un nuevo envase de la icónica e inconfundible lata de 3 Kg. Además, lanza latas de 1,5 Kg para locales con consumos inferiores a 170Kg/año o hasta 80 tazas espresso al día. Con este nuevo formato, más alargado y estrecho, consigue reducir el espacio ocupado en los almacenes de los locales.

Barceló Hotel Group refuerza su presencia en la provincia de Cádiz

Barceló
HOTELS & RESORTS



La costa andaluza, y especialmente la gaditana, le ha dado grandes alegrías a Barceló Hotel Group. Por eso, además de renovar continuamente la oferta que allí dispone, ha decidido seguir apostando por el destino e incorporar un nuevo establecimiento a su portfolio en la provincia de Cádiz. Lo ha hecho de la mano de la empresa sevillana Wingenia, gran conocedora del destino y muy volcada en la innovación, el turismo sostenible y la protección del medioambiente, con quién va a desarrollar un hotel de 4 estrellas superior y 210 habitaciones que disfrutará de una privilegiada ubicación en primera línea de playa en Conil de la Frontera.

El hotel, que será comercializado bajo la marca Barceló Hotels & Resorts y dispondrá de una amplia oferta de servicios como 2 restaurantes, 1 bar, piscinas, spa, gimnasio y parking, entre otros, abrirá sus puertas bajo régimen de alquiler en la primavera de 2020. Con él, y con el futuro Barceló Adif Cádiz, la oferta de Barceló Hotel Group en Cádiz se elevará a un total de 6 establecimientos y 1.129 habitaciones, así como 1 campo de golf de 18 hoyos ubicado en el hotel Barceló Montecastillo Golf.

H10 Ocean Dunas, el nuevo hotel para adultos en Fuerteventura



H10 Hotels ha inaugurado un nuevo establecimiento en la localidad de Corralejo, al Norte de Fuerteventura. Se trata del H10 Ocean Dunas, un hotel de cuatro estrellas especializado en vacaciones para adultos, ideal para aquellas personas que buscan un ambiente tranquilo para pasar sus vacaciones y divertirse tanto con amigos como en pareja.



El hotel cuenta con una ubicación privilegiada, a menos de cien metros de la playa de Corralejo Viejo y en plena área comercial y de ocio de esta pequeña localidad, que ha sabido combinar su tradición marinera con un desarrollo turístico de calidad.

El establecimiento dispone de un total de 79 habitaciones amplias y luminosas, un restaurante, un cocktail bar y un pool bar. Entre sus grandes atractivos destaca, además, una amplia zona exterior con piscina, climatizada en invierno, jardín tropical y un área para hamacas. Con el H10 Ocean Dunas, H10 Hotels ha reforzado su presencia al norte de Fuerteventura, donde en la misma localidad de Corralejo ya dispone de otros dos establecimientos. Se trata del Hotel Boutique H10 Ocean Dreams y del H10 Ocean Suites. Asimismo, en la isla, la cadena cuenta también con otros dos establecimientos en Costa Calma, al Sur de la isla.

Nuevo proyecto hotelero de Catalonia en el centro histórico de Málaga

CATALONIA
HOTELS & RESORTS

Catalonia Hotels & Resorts ha materializado la compra de dos edificios en el centro histórico de Málaga, ampliando así su presencia en Andalucía. Dicha operación supondrá una inversión de 24 millones de euros, contabilizando la adquisición del conjunto de inmuebles y la reforma integral de las actuales viviendas. Esta compra también implica la explotación de 600 m² destinados a locales comerciales. El hotel, ubicado en el número 5 de la céntrica calle Puerta del Mar, prevé abrir sus puertas durante el año 2020. Sus instalaciones albergarán 72 habitaciones, restaurante, bar y zona de fitness.



Éste será el séptimo establecimiento de Catalonia Hotels & Resorts en Andalucía, donde ya comercializa dos hoteles en la localidad de Ronda, tres en la ciudad de Sevilla y uno inaugurado recientemente en el centro de Granada.

A nivel nacional, Catalonia Hotels & Resorts tiene previsto inaugurar próximamente un establecimiento en San Sebastián y otro en Bilbao; además de las ampliaciones del sevillano Catalonia Santa Justa y del Catalonia Mirador des Port, ubicado en Menorca.

Respecto al panorama europeo, la cadena se abrirá paso en el mercado italiano con la inminente apertura del Catalonia Milano Centrale, y en tierras portuguesas con un hotel en Oporto. Los 5 nuevos proyectos comparten características comunes, al tratarse de establecimientos urbanos de cuatro estrellas superior, ubicados en zonas privilegiadas, céntricas y muy bien comunicadas y dotados de servicios de restauración, ocio y bienestar.

Las enseñas de la marca Restalia, 100 Montaditos y The Good Burger, elegidas franquicia del año

RES+ALIA
Grupo de restauración especializada



El consumidor ha emitido su veredicto. 100 Montaditos renueva su confianza entre los clientes y consigue el reconocimiento "Comercio del año 2018/19" y "Franquicia del año 2018/2019" (categoría cervecería y tapas), una distinción que también alcanza a The Good Burger (categoría hamburguesería).

Las enseñas de la marca Restalia participan anualmente en el mayor certamen de retail donde el jurado está formado directamente por los usuarios, lo que les permite expresar sus opiniones y destacar los aspectos positivos o mejorables de las cadenas que visitan con frecuencia.

En esta edición, 100 Montaditos ha logrado por séptimo año alzarse con el premio Comercio del año. The Good Burger lo recibe por tercera vez.

Resuinsa presenta “Textil 360”, su revolucionario showroom



Ubicar un showroom en un garaje. A priori, escoger un entorno frío y oscuro como éste, nada amable para dar a conocer productos textiles, puede parecer una idea poco acertada. Sin embargo, Resuinsa ha elegido el garaje subterráneo de sus oficinas de forma intencionada, como un reto para el ingenio y la innovación con el diseño textil como elemento arquitectónico. El resultado es “Textil 360”, un espacio asombroso, diseñado por BoMa, un innovador estudio de arquitectura y diseño, junto con Carmela Martí, empresa especializada en interiorismo textil.

Al acceder desde las oficinas al garaje, el visitante se topa de frente con una estampa futurista: una gran estructura circular iluminada potentemente por una luz blanca. Es una pieza continua que no desvela qué puede guardar en su interior. En ese momento el entorno, el de los colores inhóspitos y las plazas para vehículos, ha desaparecido para el visitante, eclipsado por la inusual estructura. Con un sencillo mecanismo la gran pantalla lumínica se abre, mostrando un acceso hasta entonces oculto, y que da paso a un sorprendente showroom en el que los visitantes pueden conocer los productos de Resuinsa a través de varias estancias.

Tork revela las claves para mejorar la fluidez en la cocina de los restaurantes



La cocina de cualquier restaurante puede llegar a convertirse en un entorno complicado para trabajar. Tork ha demostrado la importancia de contar con las herramientas de limpieza y recursos necesarios para que cada cocina determine un ritmo óptimo y lo mantenga.

Lo primero, antes de comenzar a trabajar, fue identificar los factores que entorpecen o dificultan la fluidez en la cocina. Alan identificó problemas tales como las papeleras llenas, los dispensadores de toallas de papel vacíos y las estanterías abarrotadas. Tork y Alan transformaron, durante la noche, la cocina de un restaurante, lo que incluía la instalación de productos de cocina Tork como los dispensadores Tork Reflex™, que fueron ubicados estratégicamente para mejorar el acceso a las soluciones de limpieza e higiene durante los momentos más complicados.



Invertir en la higiene es una parte crucial de la rutina diaria en la cocina, ya que las soluciones de limpieza e higiene elevan los estándares de calidad y favorecen un ambiente de trabajo más feliz.

Sonae Arauco con nuevos colores y texturas en InteriHotel Barcelona



Sonae Arauco participa del 24 al 26 de octubre en InteriHotel Barcelona con sus acabados más recientes Stucco y Fusion y

la gama Coloured MDF, ambos de la colección Innovus.



Con características innovadoras que los distinguen, los productos de Sonae Arauco ofrecen múltiples posibilidades de aplicación. El acabado Stucco, una combinación perfecta entre la rugosidad del cemento y la suavidad de la cerámica inspirada en ambientes industriales, proporciona una superficie estructurada y con un equilibrado nivel de brillo. El acabado Fusion, por su parte, permite recrear la madera trabajada a mano a través de su textura natural, logrando así ambientes acogedores.

Los paneles decorativos de la gama Coloured MDF de Sonae Arauco son únicos por la luminosidad de sus tonos, que garantizan una amplia y atractiva paleta de colores. Los pigmentos seleccionados protegen el color del panel, que no se decolora con la exposición a la luz, y mantienen su color intenso y atrayente.

Las propuestas de Sonae Arauco en InteriHotel son clave para el desarrollo de todo tipo de proyectos con la innovación y la distinción por bandera. ¡Déjese inspirar en el stand M18!

Repagas, Pyme Innovadora por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades



Repagas ha sido reconocida con el sello Pyme Innovadora que concede la Dirección General de Investigación, Desarrollo e Innovación, dependiente del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades. Esta distinción es un reconocimiento a la inversión en I+D+i llevada a cabo por Repagas en el ámbito de la fabricación de equipamiento profesional de hostelería.

Este sello se otorga a las empresas que cumplen con una serie de requisitos de carácter innovador, y sirve para establecer una política pública que ayuda a su crecimiento y sostenibilidad. La búsqueda de la calidad y mejora constante es uno de los ejes estratégicos de la compañía, que lo lleva como consigna desde hace más de 47 años. Desde entonces, han desarrollado su actividad creando las mejores soluciones en maquinaria industrial para el sector de la hostelería, lanzando nuevos productos que se adaptan al mercado y su evolución con iniciativas innovadoras que revolucionan el sector.

En este camino, siguen reinventándose cada día generando nuevas ideas ante las necesidades de sus clientes, a los que pretenden aportar un valor añadido. Como muestra el lanzamiento de su horno combinado E-compact, con conectividad IOF patentada, y su servicio integral Repagas Concept. Apuestas que se convierten en su elemento diferenciador.

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

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

Información de Electrodomésticos, Imagen y Sonido

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



TÚ PONES LOS INGREDIENTES
NOSOTROS EL MENAJE

alvarezmallorca.com



ÁLVAREZ