

hostelpro

proyectos y proveedores de hostelería y restauración

ESPECIAL HOTELERÍA VACACIONAL

HOTEL HONUCAI, MALLORCA

HOTEL FANTASIA BAHIA PRINCIPE

TENERIFE, SANTA CRUZ DE TENERIFE

REPORTAJES

Espacios exteriores

Confort y descanso

Servicio de mesa



NUESTRO ASESORAMIENTO, PRODUCTO Y SERVICIO DONDE TÚ VAYAS

NUEVOS DESTINOS

BARCELONA & PUNTA CANA



SHOWROOMS

PALMA DE MALLORCA - MADRID

GRAN CANARIA - BARCELONA - PUNTA CANA

PRÓXIMAMENTE CANCÚN

alvarezmallorca.com

ÁLVAREZ
CRIS & ARON NOKTE



Foto: Hotel Fantasia Bahia Principe Tenerife, Santa Cruz de Tenerife

SUMARIO



Foto: Hotel Honucai, Mallorca

Secciones /

Interiorismo 04

Soluciones para el canal

HORECA 76

Novedades del Sector 78

Establecimientos del Canal 80

Proveedores del Canal 81

Agenda 82

Portada: Hotel Honucai, Mallorca



**pro
tiendas**

P.V.P. del ejemplar: 15 euros

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.es
dept.redaccion@editorialprotiendas.es
contacto@editorialprotiendas.es

PÁGINA 04. INTERIORISMO

Isabel López Vilalta:

IsabelLópezVilalta+Asociados



PÁGINA 18. PROYECTO HOTELERO

Hotel Honucai, Mallorca



PÁGINA 26. REPORTAJE

Espacios exteriores



PÁGINA 46. ENTREVISTA

Andrés Nieto, Director del Hotel

Fantasia Bahia Principe Tenerife



PÁGINA 64. REPORTAJE

Servicio de mesa



PÁGINA 08. ENTREVISTA

Carlos Calero, Director

General de Vincci Hoteles



PÁGINA 24. ENTREVISTA

Elena Oliver,

Directora del Hotel Honucai



PÁGINA 40. PROYECTO HOTELERO

Hotel Fantasia Bahia Principe

Tenerife, Santa Cruz de Tenerife



PÁGINA 48. REPORTAJE

Confort y descanso



Marketing online / José F. García Cervera
Directora de Arte / Marisol Navalón
Directora de Publicidad / Carmen Sánchez
Departamento Comercial / Paloma Elices
y Rebeca Expósito
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.

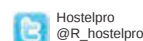




Foto: Isabel López Vilalta, de IsabelLópezVilalta+Asociados

ENTREVISTA: Isabel López Vilalta

IsabelLopezVilalta + Asociados

ISABELLÓPEZVILALTA+ASOCIADOS

Isabel López Vilalta cuenta con 35 años de experiencia, durante los cuales ha desarrollado numerosos proyectos de interiorismo especializados en restaurantes y hoteles. Sin embargo, no sólo ha desempeñado esta profesión, pues en varias ocasiones la ha complementado con una faceta como docente en diferentes universidades, instruyendo a los jóvenes y futuros diseñadores con sus conocimientos y experiencias. Su éxito se ha visto recompensado con varios galardones, aunque para ella el premio más importante es "el próximo encargo", porque no hay nada más placentero que "imaginar algo y después verlo realizado". Así, a lo largo de esta entrevista, la interiorista y directora creativa de IsabelLópezVilalta+Asociados detalla varios aspectos de su carrera profesional y sus últimos proyectos en el sector.

Foto: Suite Hostelco. Jose Hervia



Para dar a conocer tu carrera profesional, ¿puedes explicarnos brevemente cómo se ha desarrollado y los momentos más significativos para ti?

Hace más de treinta años que me dedico al diseño. He trabajado a lo largo de estos años, sólo haciendo un parón en la época que mis hijos eran pequeños. Las circunstancias han querido que me especializara en restaurantes y hoteles. Creo que he diseñado más de 40 restaurantes. Tengo gratos recuerdos de las experiencias vividas en cada una de las obras realizadas: el Hotel Omm, el restaurante El Japonés en Barcelona; el restaurante El Cellar de Can Roca en Girona; Filandón y The art of Living-Frigicoll en Madrid; Inturotel Cala Esmeralda en Mallorca...

¿Cómo nace tu pasión por el interiorismo?

Siempre sentí curiosidad por el arte, la arquitectura y la moda.

Y en cuanto a IsabelLópezVilalta+Asociados, ¿cómo surge y con qué ideal se mantiene? ¿Dónde crees que reside vuestro éxito?

El estudio ha ido cambiando a lo largo de estos años. Diferentes compañeros han ido acompañándome y a la vez, dejando su huella en mí y en mi trabajo. Se mantiene gracias a una gran dedicación y entusiasmo por una profesión que se ha convertido en

Foto: Ático de Saint Gervasi. Salva López



una vocación. Nuestro éxito reside en la empatía hacia nuestros clientes.

Si tuvieras que quedarte con uno de tus proyectos, ¿cuál sería el estrella? ¿Qué lo hace especial?

¡Es imposible que me quede sólo con uno! En todos y cada uno de ellos hay una historia que ha ido modelando mi manera de ser.

¿Existe un estilo Isabel López Vilalta? ¿En qué cuestiones clave podemos identificarlo?

No creo que tengamos un estilo muy marcado porque nos gusta experimentar. En cada proyecto buscamos la esencia de lo que creemos que necesita cada uno. Considero que nuestro trabajo se puede identificar porque está realizado de manera muy profesional.

Muchos son los premios conseguidos, pero ¿cuál ha sido el más importante para el estudio? ¿Hay alguno que no hayáis conseguido pero que tengáis especial interés en alcanzar?

El premio más importante para el estudio es el próximo encargo. Somos un equipo apasionado y nos encanta trabajar. Es muy placentero imaginar algo y después verlo realizado.

Foto: Ático de Saint Gervasi. Salva López



Foto: Inturotel Cala Esmeralda (Zonas Comunes). Alejo Bagué

Es verdad que los premios también son un gran aliciente para nosotros y nuestros clientes.

En varias ocasiones has sido jurado de premios, ¿qué cuestiones son las que más valoras en los proyectos? ¿Y cuáles son las que lo hacen fracasar ante tus ojos?

Como miembro de un jurado, valoro diferentes aspectos como el riesgo y la valentía, la honestidad y la belleza.

En paralelo a tus proyectos como interiorista has desempeñado varios puestos como docente desde hace casi 20 años, pero centrándonos en los másteres en la Universidad CEU Cardenal Herrera y la Universidad de Sevilla, ¿cómo se desarrollan tus clases? ¿Cuáles son las principales inquietudes del alumnado?

El máster en la Universidad CEU Cardenal Herrera me anuncia la primavera. Cada año por esas fechas me traslado a Valencia una semana. Durante esos días, vivo 'casi pegada' a

Foto: Restaurante Fire & Bread. Salva López





Foto: Restaurante Soleo Marbella Beach Club. Fernando Alda

los alumnos. Trabajamos en grupo y tratamos de resolver de manera muy real un proyecto de restauración que ya han empezado con Nacho Juan, un arquitecto brillante.

Y en la Universidad de Sevilla, realizo una conferencia magistral dentro del Máster de Interiores y Gestión del Proyecto. Se trata de acercar el alumno a la praxis del diseño interior. La inquietud principal en el alumnado es cómo aproximarse a la vida real de la profesión.

Uno de vuestros últimos proyectos en hostelería es la Suite Hostelco en 2018, ¿qué detalles consideras más destacables?

Foto: Ático de Saint Gervasi. Salva López



La Suite que diseñamos para la pasada Feria de Hostelco fue un proyecto muy gratificante.

Diseñamos la habitación que nosotros queríamos encontrar en un hotel vacacional en el mar. En este caso hicimos de cliente. Resolvimos el proyecto con muy pocos materiales. El cemento continuo, la baldosa y la carpintería de hierro.

Fue un proyecto que salió a la luz gracias a la colaboración de todos los proveedores y la empresa constructora.



Foto: Turó Park Medical Center. Jose Hervia

Manteniéndonos en el interiorismo hotelero, ¿qué tendencia de diseño se está siguiendo? ¿Hacia dónde evoluciona?

El mundo de la hostelería cada vez es más exigente. Cada vez viajamos más y conocemos mejores ejemplos. Hay más competencia y de mayor calidad. Hoy en día es impensable que un hotelero no se ponga en manos de un diseñador. Éste es fundamental para ayudarle

Foto: Ático de Saint Gervasi. Salva López





Foto: Ático de Saint Gervasi. Salva López

a llevar a cabo sus ideas. Creo que cada vez está más profesionalizado.

En el caso de la restauración, uno de vuestros últimos proyectos también de este año es el Restaurante Fire & Bread, ¿qué detalles lo diferencian? ¿Hacia dónde evoluciona el diseño en el sector de la restauración?

Fire & Bread es un restaurante 'Fast&Casual' que se encuentra en el centro comercial Roca

"El mundo de la hostelería cada vez es más exigente. Cada vez viajamos más y conocemos mejores ejemplos. Hay más competencia y de mayor calidad..."

Village de la Roca del Vallés. El fuego y el pan son sus elementos principales. Del fuego toma su color rojo que

envuelve todo el local. Los detalles que lo diferencian son la madera maciza de nogal, las baldosas cerámicas revisten el pavimento y barras. Y el hierro negro en las estructuras de las barras, las alfombras o las jardineras que albergan unos olivos que ayudan a zonificar el espacio. Queremos que el comensal se sienta cómodo y así disfrutar de la comida de manera sosegada.

Foto: Inturotel Cala Esmeralda (Suites). Alejo Bagué

Foto: Ático de Saint Gervasi. Salva López





Foto: Carlos Calero, Director General de Vincci Hoteles

Carlos Calero

Director General de Vincci Hoteles



«La cadena trabaja con un objetivo claro: hacer vivir a sus huéspedes una auténtica experiencia Vincci...»

Con motivo del dieciocho aniversario de la cadena hotelera, Vincci Hoteles, su Director General, Carlos Calero, valora estas casi dos décadas de trayectoria, donde la compañía se ha expandido por España, Portugal y Túnez, con hoteles de 4 y 5 estrellas, siempre con la premisa de que su huésped se encuentre alojamientos sorprendentes capaces de ofrecer una experiencia completa adaptada a él. Para ello, como nos señala Calero a lo largo de esta entrevista, este grupo joven y en constante evolución, ha estado siempre alejado de la estandarización, con la digitalización formando parte de su ADN e incorporando avances tecnológicos que le permiten la adaptación de sus establecimientos y servicios a las necesidades de sus clientes.

Vincci, cumple 18 años, ¿cómo valoraría su trayectoria durante este tiempo? ¿Qué momentos destacaría?

Celebramos orgullosos nuestra mayoría de edad situándonos como uno de los primeros grupos hoteleros españoles en el segmento de hoteles

de cuatro y cinco estrellas. Liderados por la familia Calero, somos un grupo joven en constante evolución, que inició su trayectoria alejado de la estandarización, con la digitalización formando parte de su ADN e incorporando avances tecnológicos que le permiten la adaptación de

sus establecimientos y servicios a las necesidades de sus clientes.

Destacaría el momento de apertura del primer hotel bajo la marca Vincci. Fue empezar un nuevo proyecto y volcar todas las ilusiones de muchas personas con la entrada del primer huésped, sólo entonces nos dimos cuenta de que Vincci Hoteles empezaba a andar y que nos quedaba un largo y apasionante camino por recorrer.

Para conocer aún más el perfil de la compañía, ¿qué ítems determinan su filosofía?

La cadena apuesta por un modelo de negocio de establecimientos de cuatro y cinco estrellas con una excelente ubicación, un servicio de máxima calidad y, en el que cada proyecto, tiene su propia personalidad. Vincci Hoteles no estandariza los hoteles sino los servicios, respetando la personalidad de cada hotel, adaptándolo al entorno y a la cultura del lugar. La compañía dota a sus hoteles de sofisticados y exclusivos servicios diseñados para atender a las necesidades específicas de cada cliente y convertir su estancia en una experiencia única y singular.

Trabajamos para sorprender con cada alojamiento, cada proyecto nos

Foto: Vincci Capitol en Madrid (Vincci Hoteles)



permite evolucionar nuestra marca y acercarnos más a las necesidades del viajero actual, que siempre son cambiantes. Por eso nos gusta innovar con nuevos conceptos, como por ejemplo, el de nuestro hotel Vincci The Mint, un cuatro estrellas en la Gran Vía madrileña, donde ya no existe una recepción como la que siempre hemos conocido en los hoteles, en su lugar, te encuentras una barra de bar para dar la bienvenida al cliente y lo recibimos en un espacio social, donde la música y el buen ambiente, son los protagonistas. Con una apuesta clara por el diseño y la utilización de las técnicas más modernas de gestión del mundo de la hostelería, la cadena trabaja con un objetivo claro: hacer vivir a sus huéspedes una auténtica experiencia Vincci.

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

Vincci Hoteles cuenta con un portafolio de 38 hoteles repartidos entre España (29 hoteles), Portugal (3 hoteles) y Túnez (6 hoteles). Los constantes esfuerzos de la empresa por seguir sorprendiendo y evolucionando, han propiciado en este 2018 el incremento de la media de ocupación en sus alojamientos por encima del 7% respecto al año

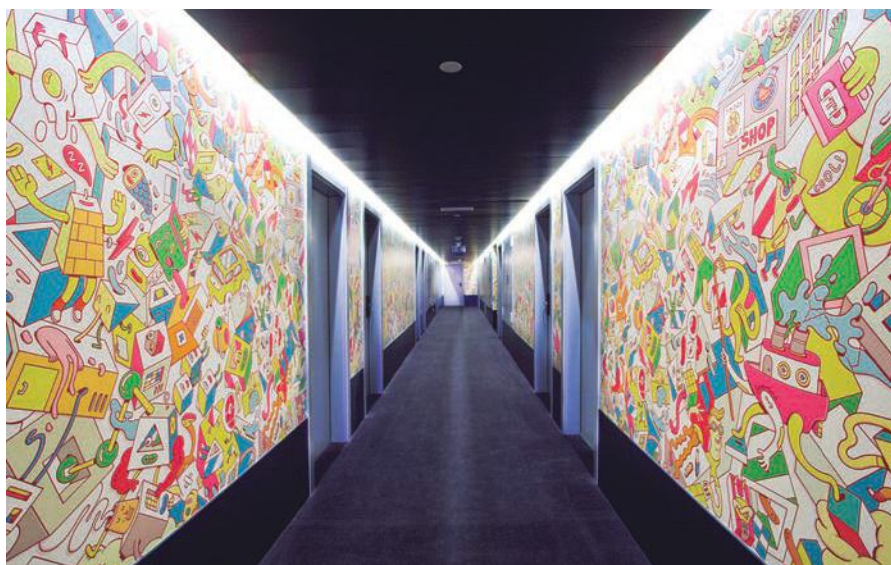


Foto: Vincci BIT en Barcelona (Vincci Hoteles)

anterior. La cadena cerró 2018 con un aumento de la facturación hasta los 154,6 millones de euros. También registró un crecimiento en el resultado bruto de explotación (EBITda), de casi un 6% respecto al ejercicio anterior, lo que muestra que ha sido un año de consolidación de los objetivos conseguidos.

Vincci Hoteles ofrece a todos sus clientes dos líneas o gamas de establecimientos. Los hoteles de la gama Vincci Selección son una exclusiva línea de 5 estrellas en sugerentes destinos, creados para ofrecer el máximo confort. La excelencia en la calidad, el

refinamiento y la exquisitez en el servicio son las características predominantes en esta clase donde se cuida hasta el último detalle. Los hoteles Vincci Selección cuentan con maravillosas instalaciones pensadas para el relax, como spas, jacuzzis o talasoterapia, en las que disfrutar de los mejores y más saludables tratamientos. También, en sus inmediaciones, se pueden practicar deportes como el esquí o el golf.

Por otro lado, los hoteles Vincci, establecimientos de 4 estrellas, nacen con la vocación de hacer más personalizado el confort y el servicio de esta categoría. Estratégicamente ubicados y dotados de la última tecnología, están dirigidos fundamentalmente al cliente de negocios, pero también a aquellas personas que gozan del turismo urbano. Los hoteles Vincci han cuidado el diseño y la decoración hasta en los más mínimos detalles, y destacan por su originalidad en el diseño, la calidad de los materiales y los innumerables detalles para hacer agradable la estancia del viajero.

Y respecto al perfil del huésped que acoge en su hotel, ¿Cómo lo definiría? ¿Ha variado sustancialmente en estos 18 años?

El viajero, sin duda, ha marcado nuestro ritmo de modernización ya que cada día cambian sus exigencias

Foto: Beach Club Estrella del Mar en Marbella (Vincci Hoteles)



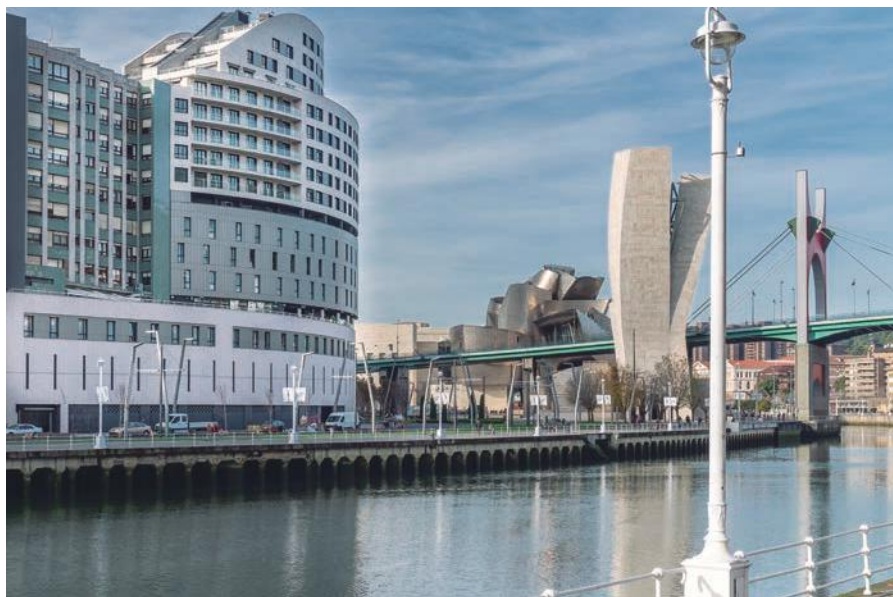


Foto: Vincci Consulado de Bilbao (Vincci Hoteles)

y necesidades, y debemos por lo tanto ser ágiles y adaptarnos. El sector del alojamiento es uno de los sectores que más han cambiado en los últimos tiempos, provocado por la evolución en las formas de viajar, surgen cambios en los canales de distribución y venta, aparecen nuevas plataformas P2P, múltiples avances tecnológicos. Todo ello ha modificado nuestro sector y siempre fuimos conscientes de que debemos funcionar en reconversión permanente.

En nuestro caso, debido a que somos una empresa de dimensión media, podemos incorporar estos cambios de forma más ágil. Las nuevas tendencias también contagian a los espacios de la cadena. Las recepciones se difuminan, hace años que ya dimos el paso a un nuevo concepto, la recepción ya no es el espacio típico de recepción de clientes, se convierten en espacios multifuncionales y sociales. Son espacios de co-working y de co-living, donde nuestros huéspedes gozan de un ambiente laboral y social al mismo tiempo, a modo de lugar de encuentro.

Durante todo este tiempo, la compañía ha hecho hincapié en la importancia de la innovación, ¿qué papel juegan las nuevas tecnologías en sus establecimientos? ¿Podría explicar en qué consiste la app 'Vive Vincci' y el concierge virtual? ¿Qué

otros sistemas digitales encontramos en sus hoteles?

La digitalización está presente en nuestro ADN, todos los avances tecnológicos introducidos en nuestro modelo de negocio, incluyendo los relacionados con el tratamiento de la información mejoran la interacción y comunicación con nuestros clientes, automatizando procesos, minimizando costes y maximizando nuestra eficiencia, permitiéndonos ofrecer una mejor experiencia en cada estancia, el objetivo es claro: ofrecer un modelo de negocio que aporte una dosis extra de valor a nuestros huéspedes.

Los nuevos proyectos en proceso se plantean desde esta base digital, trabajando para implementar en sus hoteles servicios basados en habitaciones inteligentes totalmente conectadas con los dispositivos de cada huésped y comunicadas, a su vez, con los controles de todos los comandos desde la propia app corporativa (domótica), ofreciendo habitaciones completamente personalizables a los gustos del huésped.

La aplicación móvil de la cadena 'Vive Vincci App', permite realizar multitud de gestiones desde cualquier lugar de una forma fácil a través del teléfono móvil o tablet. De esta forma, la app

ofrece de forma cómoda diferentes servicios y múltiples beneficios también a los clientes de los hoteles de la compañía. Una manera de ahorrar tiempo y de realizar las gestiones sin necesidad de estar delante de un ordenador o de realizar una llamada telefónica. Entre sus funcionalidades, se encuentran algunas tan básicas como poder mejorar el tipo de habitación reservada o la posibilidad de poner extras en la habitación como flores a la llegada y hasta contratar un transfer al aeropuerto; hasta otras que van desde poder reservar en alguno de los restaurantes de sus establecimientos, en el spa o cualquier otro servicio extra que ofrezca el alojamiento. También dispone de un módulo especial para el sector MICE, un módulo que se ofrece a los organizadores de eventos en la cadena, que genera un espacio virtual para cada evento en el que se recoge toda la información referente al mismo.

En definitiva, ha sido diseñada para facilitar la experiencia de cada huésped en el hotel, ofreciendo incluso asistencia virtual directa vía chatbot; cartas de vinos y bebidas virtuales, personalizables e interactivas; la opción de pago virtual sin dinero físico en los puntos de venta a través de la app o de la llave de la habitación. Un servicio innovador de Delivery Room Service Premium, con el que

Foto: Vincci La Rábida en Sevilla (Vincci Hoteles)



AREA

BEAUTIFUL QUALITY.



ELEVADA CALIDAD Y FIABILIDAD EN UNA MÁQUINA PROFESIONAL
DE CÁPSULAS IDEAL PARA DIFERENTES ENTORNOS

Office Coffee Service - Ho.Re.Ca

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

elegir entre una variada carta repleta de propuestas dignas de los paladares más exigentes para disfrutar de la mejor gastronomía en la tranquilidad de su habitación. Además de la figura del concierge virtual presente en sus recepciones, que actúa como un mayordomo virtual y que te permite desde la recepción obtener información detallada sobre los servicios del hotel y de toda la oferta cultural de la ciudad, en un solo click, de forma táctil e incluso con sistemas de reconocimiento de voz.

Una de las bases que definen a la compañía es la importancia que se le da a la personalización de la experiencia, ¿cómo están trabajando en ello?

En Vincci Hoteles hace mucho tiempo que pasamos de vender camas, a vender experiencias. Es el reto de la imparable tendencia global que está transformando la sociedad en una pura experiencia, y por supuesto esto se traslada también al turismo. Con una base clara en la personalización de la experiencia del cliente y obsesionados por conseguir transmitir la autenticidad de cada destino en cada uno de los hoteles, con el foco puesto siempre en lo local, con establecimientos que participan y se empapan de la cultura de cada enclave. Este proceso transformador se inició en la cadena

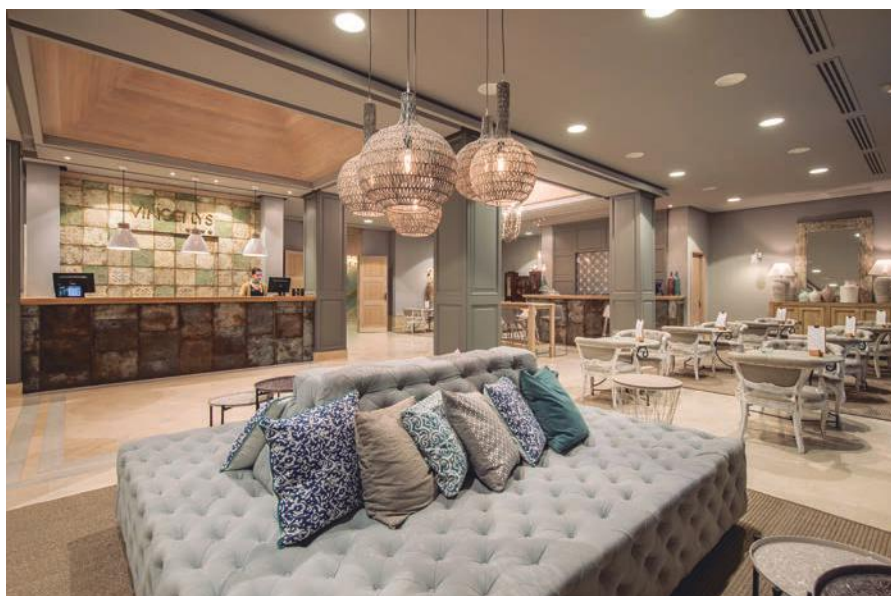


Foto: Vincci Lys en Valencia (Vincci Hoteles)

hace ya pocos años de forma más intuitiva que consciente y en este 2019, Vincci Hoteles intensificará este tipo de acciones permitiendo vivir experiencias únicas e inolvidables en sus establecimientos, brindando la oportunidad de, no sólo visitar, sino también sentir el destino.

Algunas de las acciones que se han puesto en marcha por ejemplo son las exclusivas visitas privadas a la muralla árabe que aloja Vincci Selección Posada del Patio 5* (Málaga); las Vincci Fresh Sessions, las sesiones de música más frescas y divertidas, presentes en algunos hoteles como Vincci The Mint

4* (Madrid) o Vincci Porto 4* (Oporto, Portugal); la exposición de arte "Art Brut" de Vincci Mae 4*; el ciclo de cine de películas clásicas "peli y manta" de Vincci Selección Rumaykiyya 5* o la experiencia de "desintoxicación digital" en Vincci Selección Estrella del Mar 5* y su Beach Club Estrella del Mar. A todas estas experiencias, este año se le sumarán otras asociadas a la gastronomía, cultura, a provocar momentos únicos, a sorprender y a propiciar la relación e integración del huésped con el destino. Es decir, un contacto más intenso y auténtico con los habitantes donde se ubican sus hoteles, innovación en la forma de entender los establecimientos, autenticidad, historias, y, sobre todo, emociones.

En el ADN de la compañía además de estar la digitalización, está su compromiso con el medioambiente, ¿cómo ha evolucionado el modelo global de crecimiento sostenible que creasteis en 2001? ¿Qué medidas llevan a cabo en este sentido, actualmente?

En el momento de la creación de Vincci Hoteles, nos marcamos una serie de principios fundamentales sobre los que trabajar y edificar la compañía incluidos en nuestro Plan Director de Responsabilidad Social Corporativa. Una serie de valores que consideramos que son esenciales

Foto: Vincci Costa Golf en Cádiz (Vincci Hoteles)





La solución más eficiente para las cocinas profesionales

El mejor resultado con el máximo ahorro*:
60% en consumo energético, 30% en tiempo, 30% en espacio y
20% en materia prima con SelfCookingCenter® y VarioCookingCenter®.

Para más información: rational-online.com

*En comparación con equipamiento de cocina tradicional.

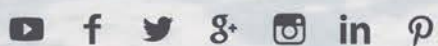




Foto: Vincci Mae en Barcelona (Vincci Hoteles)

en todos los ámbitos de la vida y que nosotros queríamos trasladar a nuestra área de negocio ya que creemos que cualquier empresa no es independiente de su entorno sino que está integrada en una sociedad y que, de hecho, debe sumar en la medida de sus posibilidades al contexto en el que se encuentra. Nuestra misión y visión está apoyada en diversos pilares dirigidos hacia la mejora continua, la optimización de recursos, el control de consumos, la reducción y gestión de nuestros residuos, así como el respeto y la protección de nuestro entorno cultural y social en todos los establecimientos de la cadena, tanto hoteles como oficinas centrales.

Para nosotros es fundamental integrar la gestión de calidad y medio ambiente en cada uno de nuestros alojamientos; identificar y cumplir las reglamentaciones legales de ámbito local, autonómico, estatal y comunitario en esta materia; prevenir, en la medida de nuestras posibilidades, la contaminación; y promover el ahorro de recursos energéticos y naturales, tanto a nivel cadena como individualmente en cada hotel. Además, contamos con la certificación ISO 14001, por la integración de la gestión de calidad y medio ambiente en cada uno de nuestros hoteles.

Nuestro afán en la continua mejora, nos hace cada año incorporar nuevas medidas y procesos para seguir avanzando hacia nuestro principal objetivo de un modelo global de crecimiento sostenible. Por ejemplo, este 2018 hemos procedido a la

firma del Código Ético Mundial para el Turismo, promovido por la Organización Mundial del Turismo (OMT), como marco fundamental de referencia para el turismo responsable y sostenible. En esta línea, durante este año también nos hemos sumado al Manifiesto del Viajero Responsable, un decálogo de pautas fundamentales para viajar de manera responsable, elaborado por la Fundación InterMundial y el Instituto de Turismo Responsable. Por otro lado, la cadena ha colaborado en el desarrollo de programas y actividades orientadas a satisfacer las necesidades de las comunidades donde desarrolla su actividad.

El grupo tiene acuerdo con diversas organizaciones como Aldeas Infantiles, Ecoembes o FEMAREC. Con ellas desarrolla distintas acciones como, por ejemplo, el reciclaje de los jabones de glicerina de los establecimientos, con el fin de darles un nuevo uso, a través de la Fundación Dalma y en colaboración con la Fundación SEUR. Estas colaboraciones van encaminadas a realizar una acción social y humanitaria que permita contribuir en la medida de lo posible a una mejora social en su entorno.

En este 2019, continuaremos actuando de forma responsable para ofrecer una experiencia memorable a nuestros clientes, además de esforzarnos por tener la máxima seguridad en nuestros puestos de trabajo y adquirir

compromisos con nuestra sociedad. Seguiremos abogando por un Sistema de Gestión Ambiental de acuerdo a la norma internacional ISO 14001 que nos ha permitido sistematizar en todo nuestro portfolio europeo todos los aspectos ambientales que genera nuestra actividad, además de promover la protección ambiental y la prevención de la contaminación. Continuaremos colaborando con organizaciones sociales que realizan una tarea ejemplar localizadas en toda España. Ya hemos recorrido bastante camino a través de iniciativas propias y de colaboraciones con estos organismos, siempre procurando aportar soluciones a la comunidad en la que se encuentra cada uno de los establecimientos de la cadena, pero aún tenemos muchos retos por delante.

Recientemente, han recibido el reconocimiento 'Mejor proyecto de sostenibilidad y rehabilitación energética hotelera' en los Premios Re Think por su hotel Vincci The Mint 4*, ¿qué ha supuesto este galardón? ¿Qué aspectos son determinantes en cuanto a la eficiencia energética de sus hoteles?

Nos sentimos orgullosos de este galardón que, sin duda, reconoce el trabajo diario que se realiza en esta materia. En el caso concreto de Vincci The Mint 4*, ha sido el primer hotel de Madrid en obtener una Etiqueta de Eficiencia Energética A. Esto se debe

Foto: Vincci Puertochico en Santander (Vincci Hoteles)



a que el establecimiento cuenta con un equipamiento que permite reducir el consumo de energía eléctrica, además de otra serie de medidas que contribuyen a la sostenibilidad como es la limpieza sin químicos y un desayuno personalizado, en vez de desayuno buffet, que contribuye a la reducción de residuos.

Algunos aspectos determinantes para la eficiencia energética son un buen aislamiento de las habitaciones, instalaciones de agua caliente sanitaria (ACS), iluminación LED en todo el edificio, sensores de movimientos en las zonas de personal y en los pasillos de las habitaciones para evitar consumos innecesarios, sensores crepusculares y placas solares térmicas junto con una Bomba de Calor, lo que evita la utilización de la caldera y reduce los consumos de gas y las emisiones de CO₂ de manera muy notable. Todo ello, junto con la incorporación de instalaciones con distintas tecnologías, como la energía



Foto: Vincci Selección La Plantación del Sur en Tenerife (Vincci Hoteles)

fotovoltaica, cogeneración, energía solar térmica o iluminación eficiente. Además, Vincci Hoteles ha apostado por la energía 100% verde en la mayor parte de sus establecimientos y ha puesto en marcha distintas acciones

de ahorro energético que han permitido un importante descenso de consumo en los últimos años.

Hasta su mayoría de edad la compañía se ha instalado en España, Portugal



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: Vincci Rumaykiya en Sierra Nevada, Granada (Vincci Hoteles)

y Túnez, pero... ¿hacia dónde se encamina la estrategia de expansión para el futuro?

En Vincci Hoteles tenemos para los próximos años un plan de expansión en destinos de primer orden tanto a nivel nacional como internacional, siempre con establecimientos que cuenten con una excelente ubicación. Nuestro objetivo es seguir en la misma línea de crecimiento controlado que se ha realizado hasta ahora. La expansión y la internalización en diferentes destinos sigue siendo una prioridad para nosotros, una vez consolidado el modelo de negocio nos sentimos muy cómodos a la hora de exportar nuestra forma de entender y gestionar los hoteles tanto dentro como fuera de España. Nos gustaría tener más presencia internacional pero sin perder los objetivos de ubicación, servicio y rentabilidad de los hoteles.

En esta línea, tenemos nuevos proyectos en un futuro próximo, como un nuevo hotel en la calle Larios de Málaga, una de las calles más relevantes desde el punto de vista comercial. El establecimiento de Vincci Hoteles en la ciudad, con apertura prevista en 2020, será un exclusivo hotel de cuatro estrellas, cuyo edificio cuenta con 3.500 metros cuadrados repartidos en siete plantas. En Portugal, la cadena tiene previsto abrir un nuevo hotel en el año 2020, ampliando su presencia en el país luso. El nuevo alojamiento tendrá categoría de 5 estrellas y estará ubicado en Sintra, con vistas a sus principales monumentos y edificaciones.

Otra de las apuestas de la cadena en los próximos años es ofrecer la máxima calidad a sus huéspedes, tanto en el servicio como en sus instalaciones y mantener una constante renovación de sus alojamientos. Es por ello que, a pesar de su juventud, Vincci Hoteles mantiene una continua actualización de sus establecimientos con el objetivo de promover una adaptación continua de cada uno de los alojamientos a las nuevas tendencias, necesidades y formas de viajar. La innovación debe ser una constante en nuestro día a día, ya que las exigencias de los viajeros cambian continuamente y debemos ser ágiles a la hora de ofrecer nuevos servicios y espacios en los que alojarse suponga toda una experiencia. Por ello, Vincci Hoteles destina en los presupuestos anuales entre un 1,5% y un 2% de la venta bruta de cada hotel para la actualización constante de cada establecimiento y, desde el pasado año y en los próximos cinco, el Consejo ha aprobado una inversión extraordinaria de 4,3 millones en el

presente año y de 2,2 millones al año durante los próximos 5 años, dirigida tanto a la renovación del look&feel de los hoteles acorde a las nuevas tendencias y necesidades, como a la innovación tecnológica, para adaptar los alojamientos y que puedan ofrecer al huésped dosis extra de valor y conectividad.

Para terminar, 18 años dentro del sector hotelero permiten tener un ojo crítico para cuestionarlo, ¿podría valorar cómo se encuentra el sector en la actualidad? ¿Cómo es esa valoración si la comparamos con sus inicios?

El perfil del viajero ha cambiado bastante en los últimos años y desde Vincci Hoteles hemos acompañado este cambio de forma acompasada, es por ello que Internet ha pasado a ser parte esencial de nuestro negocio. Siempre hemos tenido muy claro que tenemos que adaptarnos a las nuevas tendencias del mercado. Hemos sido durante muchos años una industria inmóvil, no ofrecíamos nada nuevo, se buscaba ubicación y poco más. En Vincci Hoteles hace tiempo que hemos empezado a cambiar la forma de hacer hostelería y, sobre todo, hemos cambiado el concepto de hotel estanco donde nada pasa. Analizamos cada establecimiento dependiendo del tipo de huésped que queremos que nos elija y es entonces cuando lo adaptamos al 100% a sus necesidades, ofreciendo servicios originales y adaptados a cada establecimiento y a cada tipo de viajero.

Foto: Vincci The Mint en Madrid (Vincci Hoteles)





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)

PROYECTO HOTELERO

Hotel Honucai, Mallorca

CON AIRES DEL MAR MEDITERRÁNEO



Situado en un antiguo puerto marítimo con el sonido de las olas del mar Mediterráneo de fondo, el Hotel Hanucaí, se ha convertido en el hotel boutique de referencia al Sureste de la isla de Mallorca. La localización del nuevo alojamiento del Gallery Hoteles marca profundamente su estilo, que tiene muy presente el concepto marítimo del Mediterráneo en el frescor que emulan sus tejidos, colores en tonos claros y marinos y materiales nobles que lo conforman.



Foto: Hotel Honucaí, Mallorca



Foto: Hotel Honucai, Mallorca

de categoría 4 estrellas Superior en un concepto de hoteles boutique.

El Hotel Honucai, recibe el nombre del hawaiano 'Honu-kai' tortuga de mar, como homenaje a la tortuga autóctona que está recuperando la Isla mallorquina en la que se encuentra situado.

El nuevo hotel, el único de concepto vacacional de la compañía, se ubica en la Còlona de Sant Jordi, Mallorca, en pleno paseo marítimo. Un lugar que fue puerto pesquero y ahora es una localización de lo más concurrida en temporada, ya que es un enclave espectacular que goza de uno de los ecosistemas más desconocidos de la isla mallorquina, en el que se encuentra la playa más larga de la isla y cuenta con impresionantes vistas a las playas de Es Carbó y Es Dolç. Además en esta zona está el parque natural de Es Trenc, rodeada de pinos, con arena blanca y aguas cristalinas, un punto ideal para aquellos que quieran realizar excursiones en bicicleta, running o simplemente disfrutar de las playas con acceso sólo a pie.

Después de unas complejas obras de remodelación integral, con una inversión de 4,5 millones de euros, que han incluido fachada, habitaciones y baños, zona de spa & wellness, la creación de su restaurante Salicornia y la construcción

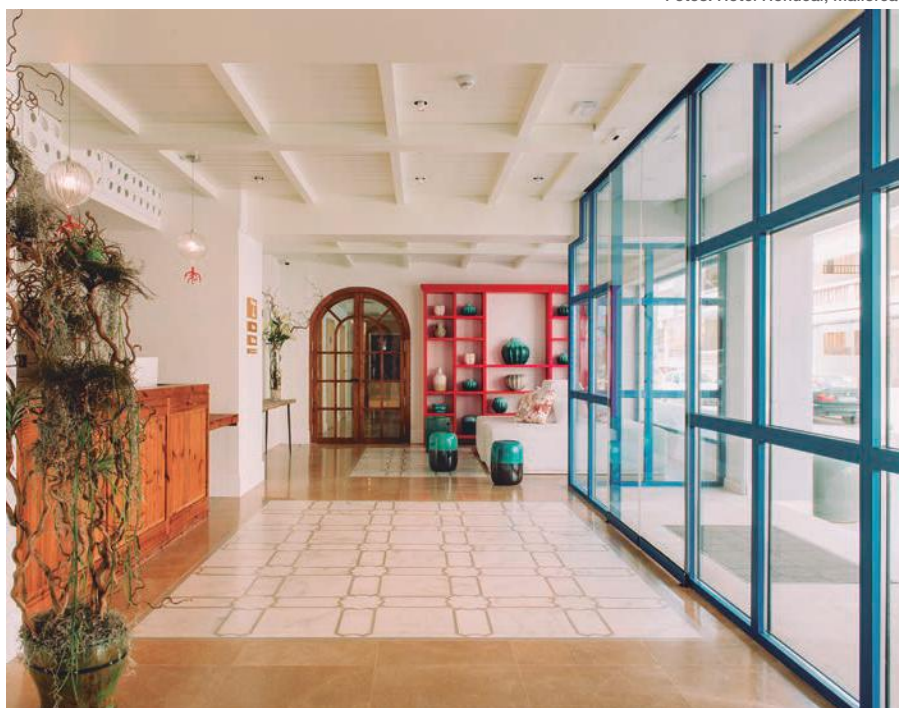
Gallery Hoteles es un grupo hotelero independiente que actualmente gestiona tres establecimientos emblemáticos por su calidad y trato personalizado: el Gallery Hotel de Barcelona, inaugurado en 1991, el Hotel Molina Lario de Málaga, inaugurado en

2006 y el Hotel Honucai, el protagonista por su reciente inauguración.

Lo que caracteriza a estos alojamientos, según indica la compañía, es su localización céntrica, sus elegantes y confortables instalaciones, excelente gastronomía y el empeño y entusiasmo del equipo. Asimismo, son sinónimo



Fotos: Hotel Honucai, Mallorca



Hotel Honucai, Mallorca ■ Proyecto Hotelero



Fotos: Hotel Honucai, Mallorca

de un rooftop con piscina frente al mar, el nuevo hotel abrió sus puertas.

El Hotel Honucai dispone actualmente de 78 habitaciones, en cuatro categorías

distintas (Doble estándar, Superior, Superior con Vista al Mar y Suite), muchas de ellas con vista al mar, decoradas con un reconocible estilo mediterráneo, aderezado con detalles étnicos y coloridos, con materiales

naturales y marinos, que crean una atmósfera viva y llena de luz. Espacios únicos con alma y carácter propio, en los que predominan los materiales naturales y marinos, creando una atmósfera viva y llena de luz.

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

"Yo soy
la ★ que
marca la
diferencia"

**les
Roches**
GLOBAL HOSPITALITY EDUCATION

- ☆ Máster en Dirección Hotelera Internacional
- ☆ Postgrado en Gestión de Empresas Turísticas Internacionales
- ☆ Postgrado en Dirección de Marketing para el Turismo de Lujo
- ☆ Postgrado Executive en Dirección Hotelera Internacional

Centro Universitario Suizo

Top 3 Instituciones en el mundo en
Dirección Hotelera y Turismo (QS Ranking 2019)

5 ofertas laborales por alumno



Foto: Hotel Honucai, Mallorca

El estudio Boandian Living, encargado tanto del trabajo de interiorismo como de project management, ha querido con todo el diseño dar un estilo mediterráneo, fresco y elegante que aporte al cliente una experiencia singular en cada una de las estancias del alojamiento.

Algunas de las estancias más destacables del nuevo establecimiento son sus dos salas con luz natural con capacidad para grupos de hasta 60 personas para reuniones y eventos, equipamientos de spa y fitness para sus clientes y un nuevo The TOP, el primer rooftop en la isla con vistas panorámicas, piscina y coctelería de autor de la zona. La terraza de la azotea acogerá durante todo el verano una agenda, donde la música en directo y la coctelería de autor serán los grandes protagonistas.

Este concepto de 'The TOP', marca de rooftops de los hoteles Gallery Hoteles, nace en 2013 en el Gallery Hotel Barcelona y tras lograr un destacado posicionamiento en la Ciudad Condal, en 2018 se extiende al resto de azoteas del grupo.

The TOP son terrazas con piscina, situadas en la última de las plantas de los hoteles, que ofrecen una personal propuesta de gastronomía de calidad

para compartir y coctelería de autor, basadas en los viajes por el mundo.

Cada una de las terrazas The TOP cuenta con una carta confeccionada por el equipo de cocina de cada hotel, adaptando el concepto de "gastronomía y coctelería viajadas" al estilo y público de cada ciudad. Además The TOP propone maridajes de cócteles y platos para diferentes momentos del día en una fórmula de rutas marítimas por los cinco continentes.

Todo ello convierte a las terrazas The TOP en espacios ideales para degustar una amplia variedad de vermouths y compartir momentos únicos con su animada agenda de actividades y actuaciones en vivo. Además de ofrecer espacios privatizables para todo tipo de eventos: The TOP Events.

Siguiendo la apuesta de Gallery Hoteles por una restauración diferenciada de los hoteles, en Mallorca nace también el restaurante Salicornia, que debe su

Foto: Hotel Honucai, Mallorca



“La carta propone una cocina marinera especializada en arroces, además de platos inspirados en la cocina local tradicional, con un aire totalmente actualizado, con el puerto como telón de fondo...”

nombre a un alga utilizada en cocina, que crece en zonas de alta salinidad, como las espectaculares playas de Mallorca; ofrece una gastronomía mediterránea actualizada, gracias a su Chef Pablo Tomás, con un carácter muy personal, que sorprende a locales y a turistas. La carta propone una cocina marinera especializada en arroces, además de platos inspirados en la cocina local tradicional, con un aire totalmente actualizado, con el puerto como telón de fondo.

Silicornia es un espacio inigualable en un ambiente íntimo, arropado por una decoración de materiales nobles, con la mayor atención al detalle y al servicio, un



Foto: Hotel Honucai, Mallorca

espacio gastronómico con personalidad y elegancia, cargado de luz y de sutilezas gracias a la combinación de tejidos, colores en tonos claros y marino y a su envidiable terraza frente al puerto de la

Colònia, que invita a hacer un alto en el paseo para disfrutar de su gastronomía y su coctelería, y que los convierte es un lugar fresco y sugerente para las tardes y noches de verano.



**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

Elena Oliver

Directora del Hotel Honucai



Elena Oliver, Directora del Hotel Honucai

El Hotel Honucai es un establecimiento boutique construido en un antiguo puerto pesquero, ¿por qué un estilo de hotel boutique?

Gallery Hoteles es sinónimo de hoteles boutique de categoría 4* Superior con una céntrica e inmejorable ubicación que apuestan por una gastronomía de alta calidad. Hoteles de unas 100 habitaciones que cuentan con un estilo y diseño personal propio y un exquisito servicio y trato personalizado hacia el cliente.

El proyecto de diseño ha sido desarrollado por el estudio Bondian Living, ¿cómo ha reflejado el aire del mediterráneo, característico de su ubicación? ¿Qué aspectos destacan de

este estilo? ¿A qué se ha debido esta elección? ¿Qué se ha querido transmitir con esta decoración a los huéspedes y visitantes?

El Hotel Honucai tiene un claro estilo mediterráneo con influencias exóticas

y étnicas que hacen honor a la tortuga hawaiana a la que el Hotel debe su nombre. Son espacios atrevidos y con personalidad propia gracias al estilo fresco y colorido presente en todo el Hotel. Para el mobiliario se han utilizado materiales nobles y propios de la isla como mármoles, piedras naturales, piedras abujardadas, maderas tratadas para conseguir efectos envejecidos, troncos naturales o cuerdas como barandillas. El mobiliario escogido procede de países diferentes lo que hace que cada espacio sea especial y único.

¿Podría indicar las principales magnitudes que tiene el hotel (superficie, número de habitaciones, empleados, ocupación...)?

El Hotel dispone de 78 habitaciones de entre 20 y 25 m². En el hotel trabajan 60 empleados.

En cuanto a los espacios que nos podemos encontrar en el Hotel Honucai, ¿cuáles son aquellos más destacados?

Entre los espacios destacados del Hotel encontramos la terraza The TOP situada en la azotea del Hotel con piscina y vistas panorámicas al puerto y al mar, que ofrece una personal propuesta de gastronomía para compartir y coctelería de autor basada en los viajes por el mundo. Todo ello

Foto: Hotel Honucai, Mallorca



acompañado de una animada agenda de actividades y actuaciones en vivo durante la temporada.

El restaurante Salicornia en pleno paseo marítimo, ofrece una cocina marinera especializada en arroces, además de platos inspirados en la cocina local tradicional actualizados con un estilo personal.

El spa es un espacio exclusivo y reservado para los clientes del Hotel, con servicios de estética y masaje.

Si nos centramos en el Restaurante Salicornia, ¿qué es lo más destacable?

Salicornia es un restaurante gastronómico donde disfrutar de una cocina de calidad, de producto local y con sabor a brasa, en un entorno natural incomparable, en la Colònia de Sant Jordi. Este singular espacio, lleno de personalidad y elegancia, invita a hacer un alto en el paseo para disfrutar de su cocina, coctelería, vermouths y aperitivos, que podremos tomar también en su fabulosa terraza frente al antiguo puerto pesquero.

La carta brinda fundamentalmente producto del mar, local y fresco, un buen surtido de arroces secos y melosos, y el uso de la brasa de carbón para dar el toque especial a gran parte de sus platos. Además, su interesante bodega ofrece una amplia selección de vinos locales con los que crear perfectos maridajes.

Situado en una ubicación tan idílica de Mallorca, ¿qué servicios pone a disposición de los huéspedes? ¿Cuáles son los que están teniendo mejor acogida por parte de los clientes?

Restaurante Salicornia con terraza.

Spa y sala fitness.

Terraza The TOP ubicada en la azotea con piscina y servicio de bar.

Business corner abierto las 24 horas.



Foto: Hotel Honucai, Mallorca

Dos salas con luz natural para reuniones y eventos corporativos de una capacidad máxima de 60 personas.

Refiriéndonos al perfil de huésped hacia el que va orientado el hotel, ¿cuál es el tipo de cliente al que se dirige?

Hotel Honucai se dirige a aquel cliente que busca un alojamiento especial y único en la Colònia de Sant Jordi. Un espacio con influencias exóticas decorativas, pero sin perder la esencia local. Con una gastronomía de calidad y con nombre propio, ofrece una cocina marinera que sacude los sentidos y eleva cada nota de sabor.

Por su ubicación, es escogido por clientes particulares o 'leisure', pero por sus instalaciones y espacios se presenta también como una excelente propuesta para pequeños grupos de incentivos y eventos.

Por último, ¿qué hace que el hotel sea exclusivo en cuanto a otras ofertas hoteleras de la isla?

El Hotel destaca en la Colònia de Sant Jordi por su idílica ubicación, a escasos metros de la playa y en pleno paseo marítimo, con un estilo personal y un excelente servicio al cliente. Una joya en la Colònia de Sant Jordi.

Foto: Hotel Honucai, Mallorca





Foto: Grosfillex

Espacios exteriores

Un elemento diferenciador

De un tiempo a esta parte se ha observado como los espacios exteriores de los establecimientos del canal Horeca cobran la misma, aunque hay quienes dicen que mayor, importancia que las zonas interiores de los establecimientos. Esto se ha dado así porque se ha llegado a la conclusión de que estos espacios son una oportunidad de reclamo para el cliente. Los restaurantes y cafeterías han visto como la apariencia de sus terrazas, que son a fin de cuentas en la mayoría de los casos lo que ven primero los clientes, influyen directamente en la decisión de entrada al local. Y por parte de los alojamientos, los hoteleros han confirmado que sus terrazas y jardines ya no tienen que ser sólo para sus huéspedes sino que pueden ser espacios abiertos a todos los posibles clientes. Sin embargo, tanto para unos como para otros, es fundamental airear el atractivo de estos espacios exteriores si quieren conseguir el éxito.

La mayoría de los establecimientos del canal Horeca cuentan con zonas interiores y a su vez exteriores, casi en su totalidad en forma de terraza. A día de hoy ambas zonas cobran la misma relevancia en la valoración general del establecimiento e incluso hay quienes apuntan hacia un sorpasso por parte de los exteriores, ya que generalmente son los espacios que antes ven los clientes.

Según explica María Tourón-Figueroa, Directora de Marketing en Ezpeleta, en los últimos años ha habido una revolución en este sentido, derivando una buena parte del presupuesto de decoración desde el interior hacia el exterior. Esta tendencia tiene una lógica aplastante. Piénsese por ejemplo en una calle llena de restaurantes;

una estética adecuada en la terraza es un elemento diferenciador que puede hacer que el peatón decida entrar en un local u otro. Del mismo modo, ahora que es tan habitual “visualizar” en Internet el hotel antes de visitarlo, ya sea en la propia página del hotel o en las genéricas de reservas o recomendación, el cliente valora enormemente el equipamiento de entornos como la piscina o las terrazas, pues normalmente es esa el área que idealiza cuando reserva el viaje.

Desde nuestro punto de vista una terraza con una estética cuidada hace que nuestros clientes se diferencien y aporten valor añadido a sus espacios lo cual redundará en que la inversión sea mucho más rentable y su amortización más rápida.

En este sentido, María Gadea, CEO de Mavilop, apunta que “la terraza o porche de resorts y hoteles son un elemento fundamental de la imagen de marca de un espacio. Las terrazas de espacios contract ayudan a incrementar el bienestar de las personas alojadas en su casa rural, hotel o spa; por lo que es fundamental invertir en el equipamiento de estas zonas”. Por ello desde Balliu Export señalan que los hoteles cada vez cuidan más los servicios que ofrecen a los usuarios y disponer de una zona ajardinada con terraza y piscina es imprescindible para que el usuario pueda

Foto: Ezpeleta



Foto: Andreu World

disfrutar de una experiencia completa durante su estancia.

Se podría decir, como indica Juan Antonio Gómez, Gerente de Muebles Bejarano, que “un espacio abierto atractivo puede ser la clave para que el cliente escoja ese establecimiento y no otro. La personalidad del hotel se tiene que ver reflejada en ese espacio exterior que debe estar muy cuidado pues prácticamente todo el mundo antes de visitar o reservar un hotel antes va a visitar la web de éste y ver las imágenes”.

En el caso concreto de España, los espacios abiertos cobran aún mayor relevancia en el momento que se puede

disfrutar de un buen clima exterior. Y en este país dónde vivimos eso es incuestionable por una cuestión cultural, concreta Jordi Vila, CEO de Vila Import.

Jesús Moscoso, CEO de Kauma, indica que hay que concebir a los espacios exteriores como una extensión más del hotel y contextualizan el servicio de éste. Bien sea por ocio o por trabajo, los usuarios buscan en ellos calma, confort y tranquilidad. Además de la habitación, es imprescindible que estos conceptos estén presentes en los espacios abiertos por un doble motivo: para maximizar los espacios privados de los huéspedes y para atraer la visita de clientes no huéspedes a zonas de ocio. Las terrazas,

Foto: Balliu Export





Foto: DEDON

jardines y patios han de incorporarse a la actividad diaria del hotel como un espacio más de negocio. Y, en este punto, es clave ofrecer entornos confortables todo el año.

Para conseguir esos espacios ideales, “es esencial la correcta elección del diseño y distribución de los espacios así como del mobiliario de exterior, ya que proyecta la imagen del hotel, y en los hoteles vacacionales se convierte en la zona común más usada por los huéspedes, el cliente busca espacios que completen su experiencia de alojamiento en algo único e inolvidable”, señala Francesc Fernández, Director General de Grosfillex España.

Ante la competitividad tan marcada en un país donde el turismo es motor fundamental de él. Sin duda alguna, es necesario conseguir la diferenciación entre los demás, y puede conseguirse con el espacio exterior del establecimiento.

Desde el punto de vista de la Directora de Marketing de Ezpeleta, “una terraza con una estética cuidada hace que los clientes se diferencien y aporten valor añadido a sus espacios lo cual redundará en que la inversión sea mucho más rentable y su amortización más rápida. Desde hace unos años el exterior ha cobrado mucha importancia en todos los establecimientos y se ha convertido en el escaparate del negocio, en la imagen que el hostelero quiere transmitir. De ello la importancia de ofrecer una amplia gama de colorido y materiales para poder

ofrecer alternativas a los establecimientos que los diferencien entre ellos”.

Conseguir la armonía entre lo interior y lo exterior, es lo que prima para el CEO de Vila Import: “desde mi punto de vista, la diferenciación reside en dar tanta relevancia a la decoración del interior como a la decoración del exterior, buscando un equilibrio entre ambas. Mobiliario de diseño, paisajismo cuidado al máximo, innovación en los materiales y una buena iluminación para poder disfrutar del espacio exterior cuantas más horas mejor”.

Asimismo, el CEO de Kauma señala que crear un ‘look and feel’ aprovechable en cualquier momento del año y que sea identificable con el espacio es

la manera de diferenciarse. Esto se consigue ofreciendo la potencia de la naturaleza bajo protección: desde disfrutar cómodamente de la luz del verano despreocupado de la incidencia de rayos solares, hasta tomar un café en la terraza mientras llueve. En definitiva, la diferenciación consiste en ofrecer al cliente sensaciones únicas que lo conecten con el exterior.

Para Nice España “la diferenciación consiste en contar con sistemas inteligentes que permitan una regulación precisa con la que sacar el máximo partido a los elementos naturales, reducir al máximo el gasto energético y disfrutar del espacio exterior de la manera más cómoda y eficiente posible, adelantándose a las necesidades del usuario y trabajando de manera autónoma”.

El Director General de Grosfillex España explica que para él la diferenciación es lograr cubrir tus necesidades a la vez que invitas al cliente a disfrutar de un espacio con encanto y que le incite a quedarse en el hotel, hecho que se traduce en consumos extras durante su estancia.

En definitiva, “la diferenciación reside en brindar al cliente la mejor experiencia posible, ofrecer comodidad, diseños personalizados y por supuesto un buen servicio por encima de todo. En Balliu además apostamos por diseños originales y únicos para poder ofrecer al cliente alternativas que aporten

Foto: Geze



VONDOM

AFRICA
by Eugeni Quitllet
SOLID
by Stefano Giovannoni
WALL-STREET
by Eugeni Quitllet
FAZ
by Ramón Esteve
PEDRERA
by Eugeni Quitllet
VASES
by JM Ferrero.

vondom.com

personalidad al espacio”, concretan desde Balliu Export.

El equipamiento exterior

Tras entender la importancia de los espacios exteriores, es momento de conocer qué elementos son los primordiales que deben conformar esa estancia para conseguir la satisfacción del cliente sea cual sea el tipo de establecimiento. Pero antes de ello, es también elemental tener claro las premisas que deben compartir dichos productos. Según enumera el Director General de Grosfillex España, los aspectos primordiales a la hora de escoger el equipamiento exterior son:

- Los artículos deben ser 100% funcionales en base a las necesidades del establecimiento.
- La relación calidad-precio de estos productos y el servicio que prestan debe ser equitativa.
- La durabilidad, el confort y el diseño son las características que más se tienen en cuenta en estos productos.
- Un fácil mantenimiento del artículo es un ‘plus’ a la hora de su selección.

Para María Tourón-Figueroa, Directora de Marketing de Ezpeleta, dependiendo

Foto: Grosfillex

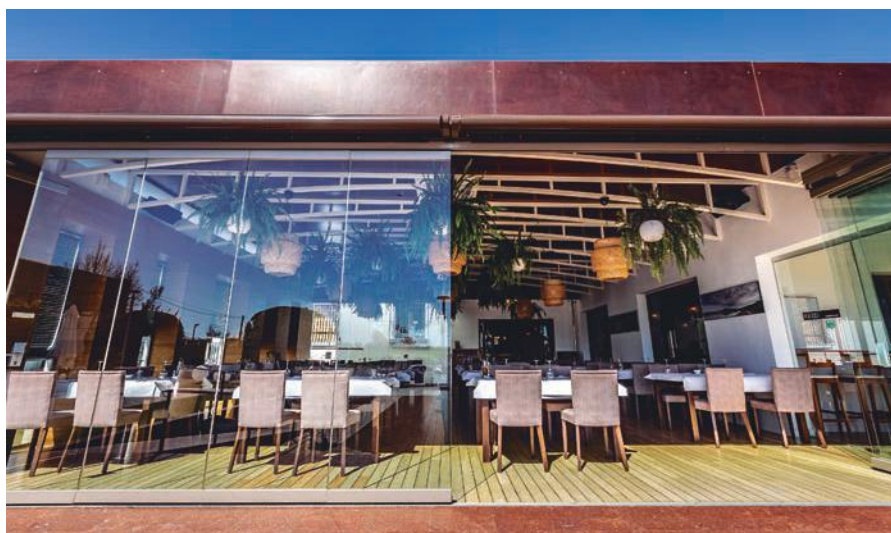


Foto: Kauma

del proyecto se necesitarán cubrir diferentes necesidades. En las zonas de restaurante/bar principalmente serán necesarias mesas apilables en diferentes formatos con tablero de compacto de gran resistencia, mesas de pata central con abatimiento para facilitar su recogida, sillas con brazos o sin ellos también apilables y parasoles y sus bases en diferentes tamaños dependiendo del espacio y el local en cuestión. En las zonas de piscina elementos como los Daybed están en pleno auge, las tumbonas, siempre apilables y con fácil mantenimiento gracias a sus materiales de gran calidad como el polipropileno reforzado con fibra de vidrio, el aluminio y tejido de fácil limpieza, antibacteriano y resistente a la humedad.

Los hoteles y alojamientos turísticos albergan diferentes espacios muy versátiles con pérgolas, techos fijos o móviles, techumbres de mimbre o espacios totalmente al aire libre por lo que es importante que estos muebles que pueden estar directamente a la intemperie resistan las condiciones atmosféricas de exteriores y tengan a la vez la comodidad de los muebles de interior ya que son lugares donde los huéspedes quieren estar relajados y a gusto tomando el sol, leyendo cómodamente un libro o tomando algo tranquilamente, opina la CEO de Mavilop.

Asimismo, para Balliu Export un buen espacio de exterior debería contar con los siguientes elementos, crear una zona de comedor con mesas y sillas,

también disponer de una zona ajardinada de tumbonas, donde el usuario pueda relajarse y leer mientras tome el sol, y finalmente, contar con una zona chill-out con conjuntos de sofás, donde el usuario pueda disfrutar de un buen ambiente.

Por su parte, el CEO de Vila Import considera que “los elementos principales para dar relevancia al espacio exterior de un hotel son el paisajismo, el mobiliario, la piscina pero sobre todo, al anochecer, la iluminación. Una buena iluminación puede condicionarte el espacio al cien por cien”. Aunque no se puede perder de vista, como explican desde Nice España, que los elementos que integren un espacio exterior deben descansar sobre un diseño arquitectónico que reduzca al mínimo la demanda de energía (especialmente en climatización e iluminación), manteniendo el confort y bienestar de los clientes. Se trata de tener en consideración factores como la envolvente térmica, la orientación y la iluminación natural, que reducen los consumos y mejoran el rendimiento de los equipos de iluminación y climatización.

En definitiva como señala Jesús Moscoso, el exterior es un lugar perfecto para disfrutar de nuestro tiempo y hacer cualquier actividad, ya sea para trabajar o para descansar. Para ello es fundamental contar con una temperatura agradable que nos invite a pasar tiempo en el exterior en cualquier momento y un entorno plenamente acogedor. El paisajismo tiene que englobar el mobiliario y la iluminación, los cerramientos (tanto





Foto: Mavilop

verticales como horizontales), elementos acuáticos y vegetación. Cada uno de estos elementos tiene que conjugar a la perfección con el entorno arquitectónico para ofrecer una estancia agradable.

Propiedades para el exterior

Tan sólo por el hecho de tratarse de artículos que se van a exponer al exterior, éstos tienen que tener unas características específicas que garanticen que la exposición a los agentes climáticos no los van a estropear y desgastar.

Para ello María Tourón-Figueroa explica que deben estar fabricados con materiales que cumplan con las exigencias de nuestro sector como la durabilidad, apilabilidad, ligereza y fácil mantenimiento. Los más adecuados son el polipropileno reforzado con fibra de vidrio, el aluminio, tejidos técnicos y tableros de compacto de alta densidad.

De igual modo opina Juan Antonio Gómez, que señala que al estar sometidos a las inclemencias del tiempo, los materiales han de ser resistentes al agua, a los efectos de los rayos U.V. y al óxido si se trata de espacios situados en la costa. El polipropileno por ejemplo cumple con estos requisitos, y además permiten crear cualquier diseño, tanto tradicional como vanguardista. El aluminio por su ligereza y durabilidad sigue siendo un material altamente utilizado.

Por su parte Francesc Fernández recomienda “la resina de primera

generación por su buen comportamiento con los agentes meteorológicos externos, su fácil mantenimiento y su durabilidad al paso de los años”.

Sin duda alguna, desde Balliu Export indican que el equipamiento exterior debe realizarse con materiales resistentes a la intemperie. El agua, el salitre o la luz son factores que alteran las propiedades del producto, por ello se deben buscar los materiales adecuados con las protecciones necesarias de U.V. y antihumedad para que el mobiliario se mantenga inalterable al paso del tiempo.

Desde su experiencia y en sintonía con la opinión del resto de expertos, determina que para las zonas de playa donde la sal y el sol afectan directamente al producto es necesario optar por materiales resistentes

como el polipropileno. Y para las zonas de terraza de restaurantes y cafeterías recomendamos mobiliario fabricado en aluminio, que se trata de un material muy resistente a la corrosión. Este tipo de material además permite la creación de líneas más livianas y modernas.

Este hecho que hace a estos artículos peculiares ha llevado a la necesidad de investigar en materiales que permitan otras formas y así abrir el abanico de posibilidades, como explica María Gadea. Un ejemplo es el uso del metal barnizado muy resistente o en aluminio. Se trata de muebles muy versátiles, con un perfecto acabado, adaptables tanto al uso exterior en terrazas o espacios ajardinados o con piscina como a exteriores cubiertos o interiores.

Mobiliario

En el interiorismo y decoración de espacios al aire libre, según opinan desde Mavilop, tiene gran importancia el mobiliario que incluyamos en el entorno, ya que debe aportar confort pero ser a la vez funcional. Por otra parte, debe integrarse a la perfección en el contexto por lo que las líneas minimalistas serían una buena opción para no romper o desentonar con el entorno o paisaje.

Las tres características que debe reunir el mobiliario exterior son, según María Gadea:

- Comodidad: mobiliario seleccionado para facilitar relax y descanso.

Foto: Muebles Bejarano. Hotel Izan Puerta de Gredos



- Estética: diseños a la última, que combinan belleza, innovación y confort.

- Calidad: muebles preparados para el exterior, realizados con materiales resistentes, de fácil mantenimiento. Muebles capaces de soportar sin problemas la humedad y las radiaciones solares.

Algunos ejemplos de mobiliario exterior pasan por las tumbonas. Estos artículos son, según la CEO de Mavilop, un elemento fundamental en la ambientación de espacios exteriores de hoteles y resorts; y es importante que sean resistentes a factores climáticos adversos como la exposición a la luz solar directa, las altas temperaturas y las lluvias. Por esta razón, todas sus tumbonas tienen la estructura de polipropileno con fibra de vidrio por lo que su resistencia y durabilidad está garantizada.

También encontramos que se ha puesto de moda en los restaurantes el mobiliario con banquetas y mesas tipo "barra"



Foto: Nice

que crean espacios informales a modo de barra o mesa de mercado, señala María Gadea, sin olvidar, como destaca Francesc Fernández, a las mesas que las acompañen, tanto si se tratan de sillas bajas, altas, semitumbonas o sofás.

Desde Balliu Export comentan que hoy en día encontramos muchas propuestas de mobiliario exterior en el mercado. Mesas, sillas y tumbonas continúan siendo los productos más solicitados por el hotelero pero además nos encontramos con otras



Consulte a su distribuidor

ezpeleta^e

info@ezpeleta.com

tel. + 34 986 293 922

www.ezpeleta.com

EZPELETA GROUP
SINCE 1935



Foto: Karman

demandas en complementos de exterior como sillones, sets de sofás, parasoles y camas balinesas.

En cuanto a las tendencias de diseño de todos estos productos, María Gadea, CEO de Mavilop, señala que se consolidará con fuerza el mobiliario realizado con fibras naturales combinado con muebles de madera natural adoptando distintos estilos como el rústico, el nórdico, el wabi sabi, etc.

Una muestra de esta tendencia, es su sillón y taburete realizados en aluminio y cuerda de poliéster. Combinando este mobiliario, se dará a los proyectos un aire rústico tanto en interior como exterior, construyendo un estilo ecléctico que destaca el valor de la naturaleza.

Especialmente en verano, para poder disfrutar de esos espacios exteriores sin pasar excesivo calor, los muebles trenzados con fibras naturales son una buena opción como mueble para favorecer la sensación de frescor ya que permiten fácilmente la ventilación y transpiración. Combinar este tipo de muebles en terrazas al sol puede ser una buena elección ya que elimina totalmente la sensación de sudor o de calor que dejan otros materiales plásticos que no son transpirables.

Las texturas artesanales son otra de las características importantes esta temporada en mobiliario, detallan desde Mavilop. Predominan los materiales

como la caña, el bambú, la cuerda, el ratán y el mimbre.

El Director General de Grosfillex España señala que “sigue la tendencia del uso de más de un material en un mismo producto, se aprecia una clara tendencia al alza de la combinación del polipropileno con la fibra de vidrio para conseguir un aspecto 100% aluminio. También destaca la introducción de nuevas gamas de colores más actuales como el lino gris o nuevas versiones de azules, rojos y verdes en muy diversos pantones”.

El mobiliario exterior cuenta con innumerables opciones, como explica Jordi Vila, y cada vez más se busca el diseño y tendencias de moda. Cada vez más el mobiliario de exterior se asemeja al mobiliario de interior creando interesantes simbiosis: en numerosas ocasiones la misma silla sirve para decorar un espacio interior o exterior. De hecho el propio fabricante ya busca esa versatilidad.

Además, la investigación en texturas materiales y acabados interesantes está dando sus frutos y podemos encontrar, como comentan desde Balliu Export, unas geometrías originales que otorgan a la tumbona ligereza y renueva la imagen de la típica tumbona fabricada íntegramente en resina para darle un toque de modernidad y exclusividad. También, aunque el material de exterior más utilizado ha sido históricamente el polipropileno por su versatilidad, durabilidad, resistencia, etc... cada vez

más se están utilizando otros materiales de más prestigio, señala el CEO de Vila Import.

Control solar: pérgolas y toldos

Como ya se comentaba anteriormente al estar en el exterior se sufre una sobreexposición al sol que ya no es sólo perjudicial para el equipamiento, sino que puede llegar a ser molesto para los propios clientes. Por ello entran en juego las pérgolas y los toldos para poder ejercer control solar en la terraza o jardín.

La Directora de Marketing de Ezpeleta apunta al uso de parasoles funcionales, resistentes y con tejidos que aporten una buena protección solar y solidez a la luz para que no se decoloren con la incidencia del sol. “Son ideales los parasoles confeccionados con tejidos de hilo polipropileno tintado en masa, en su proceso inicial. Esto le otorga una gran resistencia a la luz solar ya que el color queda fijado en el hilo del tejido con mayor intensidad que en otros procesos”.

En cuanto a la montura, dependiendo de la estética del local y de las necesidades de sombra existen multitud de opciones. Desde parasoles de gran formato en aluminio, parasoles de mastil lateral con sistema pendular de fácil apertura, seguridad y con pedal giratorio 360° para orientar la sombra hasta parasoles en otros materiales como la madera o el

Foto: Andreu World



acero inoxidable muy apropiados para zonas de playa.

“Es esencial escoger un producto que proteja en la misma medida que nos permita disfrutar de la luminosidad y el aire fresco”, recuerda Jesús Moscoso. Se trata de hacer confortables las estancias exteriores guardando su esencia natural.

Desde Nice España se cuenta con sistemas innovadores e inteligentes para regular la iluminación natural del exterior. Este sistema hace que sus pérgolas cuenten con la posibilidad de que se puedan conectar sensores climáticos adicionales a la central. Así, el sensor climático permite regular la posición de las lamas en función de las condiciones de sol, viento y lluvia.

De este modo, “cuando hace sol, la pérgola orienta automáticamente las lamas para el cierre, para proteger las plantas y el ambiente bajo la pérgola. En cambio, cuando se quiera dejar la luz del sol iluminar el área de la pérgola,



Foto: Grosfillex

esta función se desactiva manualmente con el botón correspondiente ‘Sun for you’ del transmisor. Cuando sopla viento fuerte, las lamas se abren para evitar que, al oponer resistencia al viento, puedan resultar dañadas; cuando detecta lluvia, la central acciona inmediatamente el cierre de las lamas; por su parte, cuando deja de llover, la central de mando asegura el

secado del techo de la pérgola al abrir las lamas 20 grados”, explican desde Nice España.

En el caso de la pérgola bioclimática de Kauma, sus lamas orientables crean un microclima natural gracias a un sistema de ventilación donde el aire fluye. Completamente cerrado ofrece un

Grosfillex
EXPERT

www.grosfillex.com

Profesionales en el equipamiento contract

LA TERRAZA IDEAL

Todo restaurador sabe que hoy en día abrir un restaurante no sólo implica asegurar una buena oferta gastronómica, sino también crear un espacio que proporcione una experiencia impactando al cliente, explica María Gadea (Mavilop). Así que no sólo “somos lo que comemos”, sino que también y hoy más que nunca, importa dónde lo comemos. No deja de ser importante el qué pero en el “lifestyle” el cómo y dónde generan valor añadido creando nuevas experiencias al cliente. La decoración y el mobiliario de las terrazas de restaurantes y espacios gastronómicos se encargan de crear lugares que responden a estas tendencias.

Se debe tener en cuenta una serie de factores para crear tu terraza perfecta, indican desde Balliu Export. “En primer lugar, elegir adecuadamente a tus proveedores. Es importante optar por un mobiliario de calidad que se mantengan en buen estado para que el efecto nuevo de tu terraza permanezca durante toda la temporada. Se debe priorizar en comodidad, escogiendo los diseños más ergonómicos. Es primordial garantizar la seguridad del usuario, eligiendo productos que eviten daños y lesiones debido a su uso.

Buscar soluciones atemporales que se integren bien en el espacio y que no generen un gran impacto visual.

Se debe buscar la armonía y optar por colores que ayuden a generar sensación de bienestar y confort. Muestra de ello es que las tonalidades claras y naturales siguen siendo tendencia en el mobiliario de exterior”.

Por todo ello, “la terraza perfecta suma diseño y confort para los clientes”, determina Jesús Moscoso (Kauma). Los elementos de diseño, desde el mobiliario al cerramiento, deben dialogar armónicamente entre ellos para crear una experiencia de usuario completa. Los espacios exteriores han de potenciar el aire y la luz natural, dar presencia a la vegetación y favorecer el concepto a cielo abierto los 365 días al año.

A ello debemos sumar la practicidad de todos los elementos. Se trata de hacer más fácil su uso y mantenimiento por parte de los trabajadores del hotel. Los accionamientos tienen que ser cómodos y rápidos de usar por parte de los responsables de mantenimiento.

En cuanto a esto, Juan Antonio Gómez (Muebles Bejarano) centra la terraza perfecta en aquella donde se “conseguiría un mobiliario que sea funcional, cómodo y que tenga un diseño acorde con el resto del hotel. Debe invitar al cliente a querer estar al aire libre y sentirse tan confortable como en el interior”.

Y por su parte desde Nice España, se pone el foco en la versatilidad de los productos que se adaptan a las condiciones ambientales y permiten un disfrute total de los espacios abiertos como terrazas o jardines y las hace perfectas durante todo el año, la adaptabilidad a diversidad de espacios es la combinación perfecta entre funcionalidad y estilo, porque sin lugar a dudas le dará a la terraza o jardín un estilo incomparable.

etc. Las pérgolas en cambio son mucho más sencillas de instalar, tan sólo hay que tener en cuenta el suelo donde se va a fijar. Las pérgolas son más adecuadas en locales privados donde se necesite cubrir una zona concreta de sombra y se puede elegir entre diferentes sistemas de telajes para orientar la sombra y recoger el tejido.

Por tanto, “una pérgola es un sistema de protección solar que se instala en cualquier ubicación para poder disfrutar de esa zona en cualquier estación del año. Una de sus principales ventajas es que no requiere de obras para su instalación, así como su alto grado de personalización. El toldo, por su parte, es la superficie de tela diseñada para cubrir espacios o dar sombra en ambientes exteriores”, concluyen desde Nice España.

El toldo es un modelo de protección solar extensible, anclado a la pared, con lo que carece de una estructura fija. Por su parte, la pérgola se concibe como una estructura propia. Puede estar configurada como autoportante o adosada a paredes, indican desde Kauma.

Como la única sujeción del toldo es el anclaje a la pared, debemos tener cuidado con las rachas fuertes de viento. En esos casos, el toldo permanecerá cerrado. La pérgola es una solución muy robusta, en perfecta armonía con el entorno y un elemento esencial para

Foto: Mavilop



aislamiento total al sol y la lluvia. A 5°, el aire circula sin dejar pasar la lluvia. Entre 45° y 135°, deja pasar la luz y controlar las sombras. Es una robusta estructura de aluminio en perfecta simbiosis con la naturaleza. Capaz de ampliar la superficie habitable de cualquier espacio sin necesidad de obras. Dispone de sensores de temperatura, lluvia, nieve, sistema de luces RGB y focos led, así como la opción de combinarse con

cortinas de cristal para crear zonas de uso todo el año.

Para escoger bien además de estas opciones debemos entender las diferencias entre las pérgolas y los toldos. Para ello la Directora de Marketing de Ezpeleta informa que la principal diferencia es la instalación, el toldo requiere un estudio previo de la instalación, la pared en la que va a ser instalado, los permisos,

crear climas tan confortables como naturales. En un elemento de protección confortable y resistente a cualquier condición meteorológica.

En cuanto a los elementos que forman las pérgolas y toldos, desde Kauma señalan que “tenemos la perfilera de aluminio y los herrajes en aluminio inox. aseguran la máxima durabilidad de la estructura. Con este material evitamos la corrosión y aseguramos un óptimo funcionamiento por más tiempo. Si se opta por lacados RAL o efectos madera, buscar certificaciones Qualicoat y Qualideco para garantizar que los colores se mantengan vivos por más tiempo”.

En el textil, buscar siempre tejidos técnicos e ignífugos para evitar posibles propagaciones de llamas. Las lonas más innovadoras incorporan la tecnología Precontraint, un tejido caracterizado por su ligereza y durabilidad, protección frente a la incidencia solar, capas protectoras contra la suciedad e impermeables a la lluvia.



Foto: Ezpeleta

Cerramientos

También para el control solar y para poder disfrutar del exterior a pesar de los episodios de viento, se ofrece

la posibilidad de la instalación de cerramientos. Según explica María Tourón-Figueroa, Directora de Marketing de Ezpeleta, “los cerramientos modulares que permiten múltiples montajes



V I S I T A :

WWW.REVISTAHOSTELPRO.COM



Foto: DEDON

diferentes son muy buena elección. Uno de sus sistemas está fabricado con perfiles de aluminio lacados en blanco o en negro unidos mediante un sistema de curvas de poliamida. Los módulos se completan con dos opciones, metacrilato o telaje, ambas personalizables con la imagen del local. Existe el módulo con jardinera o sin ella y dispone de ruedas con freno para facilitar su recogida al finalizar el día”.

Desde Kauma nos hablan de su especialidad, ya que diseña cerramientos verticales (cortinas de cristal y paravientos) y cerramientos horizontales (techos fijos, móviles o textiles y pérgolas bioclimáticas).

Las cortinas de cristal ofrecen una altísima protección frente a la lluvia, el viento y el sol. Disponibles en sistemas correderos multicarril, abatibles o incluso sin guías en el suelo, perfecta en hostelería. Las cortinas de cristal separan estancias e introducen dentro del hotel los espacios exteriores. De esta manera, a la vez que se salvaguardan las vistas, se crea un entorno confortable.

Los paravientos, para terrazas a pie de calle o como separadores, mantienen a raya las rachas de viento sin renunciar a la sensación de espacio abierto. Kauma ofrece paravientos de paneles fijos, extensibles y plegables, todos de fácil y rápido accionamiento. Los paravientos se pueden fijar al suelo o sostenerse con placas móviles para adaptarse a las normativas de suelo público.

Según señala Jesús Moscoso, su variedad de techos fijos es la solución ideal cuando se trata de cubrir espacios con sensación total de vivir a cielo abierto. Kauma ofrece desde techos con salida de dos metros hasta luces de siete metros.

También cuenta con techos móviles que convierten cualquier zona en un espacio protegido de inclemencias meteorológicas tan sólo con pulsar un botón porque se pliega y despliega según las necesidades y es el complemento perfecto de cualquier cortina de cristal.

Por último dispone del techo textil que confiere diseño y sofisticación bajo una estructura versátil con la más alta tecnología textil.

Desde Kauma aconsejan “la combinación de ambos tipos de sistemas (verticales y horizontales) para amplificar la protección de los espacios y aumentar el aprovechamiento de las estancias exteriores”.

En cuanto a tendencias, Jesús Moscoso comenta que la conectividad juega un papel fundamental en cualquier aspecto de nuestra vida diaria. En el caso de los cerramientos, la tecnología más puntera se incorpora a los sistemas de techo y pérgolas a modo de sensores. Los sensores de lluvia, viento y temperatura automatizan las lamas, techos y toldos para que se cierren automáticamente cuando llueve o hace un viento excesivo y se abran ligeramente cuando hace calor.

La conectividad también ayuda a crear ambientes programables: escoger la iluminación perfecta, la música más idónea para cada momento o comprobar por el móvil si los sistemas están encendidos o apagados.

Por otra parte, en el caso de los cerramientos verticales, la tendencia favorece la visión sin obstáculos. Una transparencia total sin perfilierías verticales que saque todo el partido a las luces exteriores sin renunciar a la protección.

En hostelería, además, es esencial contar con soluciones accesibles a personas con movilidad reducida y que ofrezcan libertad de movimiento al resto usuarios y trabajadores. En Kauma, por ello, “hemos desarrollado la cortina de cristal sin guía inferior y la más alta del mercado. Los anclajes embutidos unen cada panel al suelo mientras estos se deslizan por guías superiores”.

Para escoger bien el tipo de cerramiento que más se adapta a nuestro tipo de alojamiento es fundamental, como señalan desde Geze, que sea en un sistema de cerramiento versátil. Poder crear entre el espacio interior y exterior una zona común sin barreras, logrando estancias flexibles y polivalentes.

Un ejemplo de esta versatilidad son los sistemas de muros móviles de vidrio de Geze, que consiguen esta versatilidad a través de la variedad de opciones, el diseño, la funcionalidad y un mayor

Foto: Mavilop



confort en el montaje. Pueden abrirse fácilmente y “aparcarse” de forma elegante y práctica aprovechando al máximo el espacio útil de la estancia o de la zona de paso. Una vez terminado el uso que se le ha dado al espacio habilitado, puede cerrarse de forma ágil y fácil. Funciona de forma idónea en el vestíbulo de centros de congresos u hoteles, para crear zonas reservadas o estancias temporales o definir zonas de espera.

En el caso de Kauma, propone que para la elección “hay que tener en cuenta los factores meteorológicos de la zona, la incidencia que ejercerán sobre el futuro cerramiento, las necesidades del cliente y las ordenanzas municipales, así como el diseño del producto”.

Por ello, en Kauma configuran cada cerramiento de manera personalizada y atendiendo al nivel de precipitaciones, posibilidad de nevadas, rachas de viento, normativas locales, uso y comodidad del cliente, diseño armonioso con el entorno... Sólo así se consigue el máximo rendimiento de la instalación y, por consiguiente, el mayor nivel de satisfacción del usuario.

Desde Kauma aconsejan “decantarse por cerramientos acristalados con tratamientos especiales, como el control solar o la baja emisividad. Es una manera de mantener las vistas y crear espacios agradables en los que querer estar”.

Foto: Ezpeleta



Foto: Mavilop

Aunque el mercado ya cuenta con buenos productos de esta tipología, se sigue trabajando para mejorarlos y aumentar todavía más las posibilidades. En este sentido, Jesús Moscoso, CEO de Kauma, indica que también van orientados a ofrecer mayor “comodidad de uso y diseño”. Ambos conceptos van de la mano a la hora de crear exteriores confortables. Las líneas puras y en simbiosis con el entorno ayudan a conectar espacios para dialogar y relajarse en la terraza.

Comenta que en Kauma, diseñan espacios en los que está presente el diseño en armonía con la naturaleza. “Eso sí, sin renunciar al manejo fácil de cada uno de los sistemas. En pocos segundos, los espacios protegidos se abren al exterior con un suave movimiento deslizante, bien sea por medio de automatismos o por accionamiento manual”.

Luminarias

Cuando el sol se va y aparece la luna bajo el manto de la noche, se hace necesario que los espacios exteriores cuenten con iluminación artificial que no deje a los clientes a oscuras.

En este sentido, Jordi Vila, CEO de Vila Import, señala que partiendo de la base de que la iluminación es uno de los elementos más importantes y

más relevantes en un espacio exterior, actualmente el mercado cuenta con piezas únicas con diseños rompedores: lámparas que, por su diseño, sirven tanto para espacios exteriores como interiores, y permiten vestir en mayúsculas las terrazas, piscinas, jardines, etc.

“La innovación de estos productos podríamos dividirla en dos vertientes: la originalidad o diseños de las lámparas por una parte: en algunas ocasiones son verdaderas obras de arte; y por otra parte la innovación centrada en la resolución lumínica, la resistencia, las prestaciones (lámparas inalámbricas, lámparas que conectadas a bluetooth emiten música, etc.)”, indican desde Vila Import.

Uno de los principales problemas con los que deben enfrentarse las luminarias exteriores es la lluvia, sin embargo, actualmente, todas se presentan en IP65, por lo que la seguridad está garantizada, tranquiliza Jordi Vila.

Como hemos podido observar en otros productos con varias funciones simultáneas, las luminarias exteriores no se quedan atrás. Gracias a la tecnología de las cosas podemos encontrar lámparas que, siendo en forma de macetas, o tumbonas, pueden conectarse mediante bluetooth y reproducir la música del móvil. También destacar las lámparas inalámbricas, desvela el CEO de Vila Import.

PROYECTO HOTELERO

Hotel Fantasia Bahia Principe Tenerife, Santa Cruz de Tenerife

EN UN LUGAR DE CUENTO



Foto: Hotel Fantasia Bahia Principe Tenerife, Santa Cruz de Tenerife

El vigésimo quinto hotel de la división hotelera Bahia Principe Hotels & Resorts (Grupo Piñero), el Hotel Fantasia Bahia Principe Tenerife, se define, como bien se puede intuir por su nombre, como el alojamiento vacacional de fantasía. 45.000 metros cuadrados tematizados bajo la narrativa de “Papimber y el Jardín de las Hespérides”, donde desde la fachada hasta las instalaciones, como las propias actividades siguen un hilo conductor marcado por las historias de cuento y la magia; todo ello rodeado por un entorno de ensueño, la costa tinerfeña.





Foto: Hotel Fantasia Bahia Principe Tenerife, Santa Cruz de Tenerife

Grupo Piñero es un grupo turístico español presente en toda la cadena de valor de la industria vacacional. Ocupa posiciones de liderazgo internacional en el Caribe y basa su propuesta de valor en tres pilares: su capacidad de generar confianza; un servicio que persigue la excelencia, la cercanía y la atención al detalle; y una relación calidad/precio único en sus distintos segmentos de actividad. Con su marca Fantasia Bahia Principe, de la división hotelera Bahia Principe Hotels & Resorts, el grupo se instaura en el archipiélago canario por primera vez con este nuevo concepto vacacional de hoteles temáticos para toda la familia.

La marca Fantasia Bahia Principe, con la que aspira a ser sinónimo de una experiencia familiar genuina, se construye bajo dos premisas básicas: su especial oferta de entretenimiento, con espectáculos tematizados, y su ambiente de ensueño, gracias a sus instalaciones acorde a dicha temática.

La compañía ha destinado a la construcción de este nuevo hotel 80

millones de euros, y se trata del primer establecimiento en España de la marca Fantasia, que, junto a las otras marcas de la cadena (Luxury, Grand y Sunlight), estructura la oferta de sus 25 hoteles.

Tras una inversión de 80 millones de euros, se inauguraba a finales de 2018 el Hotel Fantasia Bahia Principe, ubicado

en el municipio tinerfeño de San Miguel de Abona, al Sur de la isla.

El alojamiento de 5 estrellas está formado por un complejo de ocho edificios repartidos en 45.000 metros cuadrados. Cuenta con un total de 372 habitaciones -incluyendo Family Master Suites (capacidad para 5 personas) y Swim-Up

Foto: Hotel Fantasia Bahia Principe Tenerife, Santa Cruz de Tenerife



“La tematización del hotel, que caracteriza al alojamiento, gira en torno a la historia de ‘Papimber y el Jardín de las Hespérides’...”

Rooms (solo adultos)-, siete piscinas, cinco restaurantes, seis bares, kids club, Teens Club (The Loft), un parque acuático y un centro wellness Bahia Spa, entre otras instalaciones.

La tematización del hotel, que caracteriza al alojamiento, gira en torno a la historia de “Papimber y el Jardín de las Hespérides”, creado por la cadena en el marco de la cultura y leyendas tinerfeñas. Un entorno que, según la compañía, “es ideal para descubrir la magia de volver a ser niño”.

Para implicar al huésped en toda esta narrativa, muchas de sus instalaciones tematizadas. Los restaurantes están ambientados en personajes, desde sus propios nombres a su decoración, y ofrecen además un alto nivel



Foto: Hotel Fantasia Bahia Principe Tenerife, Santa Cruz de Tenerife

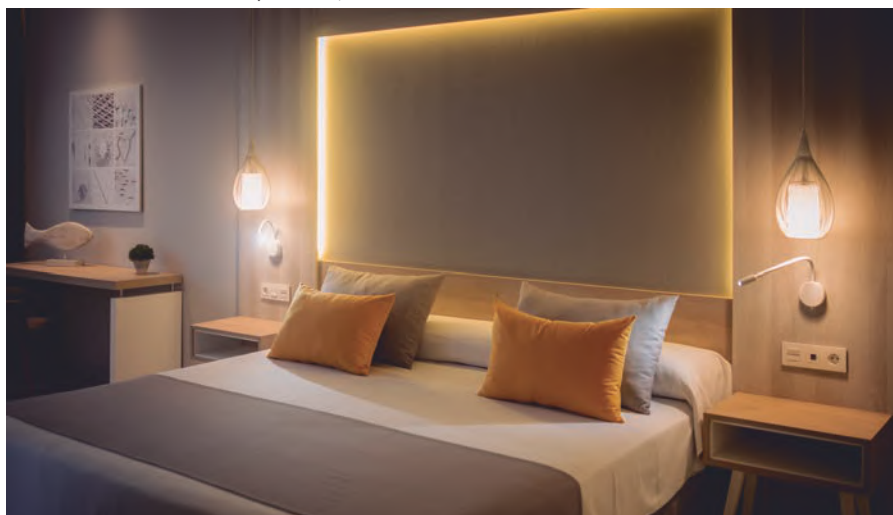
gastronómico y un servicio fantástico con una amplia variedad para todos los gustos y diferentes ambientes a disposición de los clientes.

Algunos de los elementos más característicos del hotel Fantasia Bahia Principe Tenerife destacan nada más alzar la vista, como es el caso de su

Fotos: Hotel Fantasia Bahia Principe Tenerife, Santa Cruz de Tenerife



Fotos: Hotel Fantasia Bahia Principe Tenerife, Santa Cruz de Tenerife





Fotos: Hotel Fantasia Bahia Principe Tenerife, Santa Cruz de Tenerife

propia fachada que se trata de un gran castillo a modo de cuento infantil con tonos azules, beige y blanco o como las diferentes piscinas, que constituyen el núcleo central del hotel y que cuentan con una iluminación espectacular durante la noche, además de ser el centro de algunos de los shows del hotel. Dichas piscinas parecen estar custodiadas tras la muralla del castillo (los ocho edificios que conforman el complejo) y junto a ellas, siempre vigilante, un majestuoso Drago Milenario -árbol autóctono de Canarias-.

Además de las instalaciones anteriormente mencionadas, cabe destacar dos de los espacios culinarios con los que cuenta este cuento de magia hecho hotel:

El Dreams Factory Pool restaurant, que abarca 600 m². Con él se crea un nuevo concepto basado en el color y la magia. Toda la distribución gira alrededor de la isla central donde se alza una gran escultura, la de un sombrero mágico. Desde su interior lanza una multitud

de elementos gráficos y vistosos, los cuales lo ambientan en un espacio divertido. Alrededor de la isla se alzan cuatro columnas que recuerdan a cuatro bastones de caramelo gigantes.

El resto de zonas, desde el servicio de menús hasta la zona de buffet recrean una gran máquina de fantasía para generar una experiencia de sentidos. La terraza exterior combina toda la gama cromática que se ha plasmado en el interior, creando una explosión final de color representada con un gran mosaico creado 'ad hoc' para el proyecto.

Fotos: Hotel Fantasia Bahia Principe Tenerife, Santa Cruz de Tenerife



Además de este espacio, destaca Ladon "Grill Restaurant". La planta de este restaurante ocupa un total de 660 m² y se distribuye en varias áreas con diferentes formas y texturas que transmiten una perfecta armonía. En el lobby se puede disfrutar de una atmósfera tenue gracias a la combinación de paredes y suelos de piedra volcánica, estructuras de cobre, cerámica negra en forma de escamas y una gran imagen de la piel de un dragón.

Este animal mitológico, llamado Ladon, continúa representado por una composición de luminarias que hacen de cola, además de la cocina de brasas abierta al eje central del espacio que simula el fuego que desprende. La terraza, por su parte, recoge toda la arquitectura y artesanía tinerfeña gracias al sistema de celosías y al suelo, representado a modo de playa de arena negra.

Building what's next

14-17.05
2019

Somos la feria de construcción
que piensa en presente continuo.
Sumamos todos los profesionales
que conforman el sector.

Somos una herramienta múltiple,
un lugar de encuentro,
una incubadora de innovación,
un altavoz de voces disruptivas,
un showroom de nuevos productos,
una plataforma de networking
y un hub de negocios.

We are building what's next!

Acredítate
gratuitamente online
con este código:

ODDF1921

en
www.construmat.com

B Barcelona
B Building
Construmat


Fira Barcelona

Andrés Nieto

Director del Hotel Fantasia Bahia Principe Tenerife



Foto: Andrés Nieto, Director del Hotel Fantasia Bahia Principe Tenerife

El hotel Bahia Principe es el primer establecimiento en España de la marca Fantasia, ¿por qué se ha elegido Tenerife para el estreno de la marca en el país?

En Grupo Piñero tenemos ya una amplia experiencia en Tenerife, con tres hoteles más en esta maravillosa isla -Sunlight Bahia Principe Tenerife; Sunlight Bahia Principe San Felipe y Sunlight Bahia Principe Costa Adeje. Tras analizar de manera exhaustiva las posibilidades que tendría desplegar un complejo de la marca Fantasia, como el que ya teníamos en Punta Cana, decidimos apostar por este formato.

El Hotel Fantasia Bahia Principe cuenta la historia de "Papimber y el Jardín de las Hespérides" creado por la cadena en el marco de la cultura y leyendas tinerfeñas, ¿en qué aspectos del hotel lo podemos ver representado?

Hemos querido trasladar a los huéspedes un entorno mágico y de cuento, por lo que todas las instalaciones del hotel están tematizadas. El Jardín

de las Hespérides se representa en el hotel a través de la ambientación de los restaurantes, de las habitaciones o de otros espacios comunes.

¿Cómo se ha adaptado el diseño y la decoración del hotel para que se muestre la magia del hotel?

La decoración de las estancias ha sido clave en esta tematización, ya que todos

nuestros espacios están especialmente diseñados con materiales muy cuidados para que cada rincón desprenda ese halo que queremos transmitir. Pero, además, contamos con un personal excepcional en su trabajo, que cada día hace que esta magia llegue a cada uno de nuestros huéspedes.

Junto al Dreams Factory Pool Restaurant y al Ladon "Grill Restaurant", ¿qué otros espacios son destacables?

Uno de los espacios más característicos del Fantasia Bahia Principe Tenerife es, sin lugar a dudas, su castillo. Este se ubica en el centro del hotel, al lado de la piscina para que todos nuestros huéspedes puedan disfrutar de este edificio a modo de cuento infantil. Además, para acompañarlo, hemos incluido a su lado un gran árbol, un Drago Milenario que evoca la tradición y la leyenda canaria.

El hotel cuenta con un parque acuático propio, ¿qué dimensiones tiene? ¿Qué tipo de atracciones ponen a disposición de los más pequeños?

Como parque acuático tenemos una superficie de 358 metros cuadrados, con

Foto: Hotel Fantasia Bahia Principe Tenerife, Santa Cruz de Tenerife



toboganes, cascadas y cañones de agua como atracciones principales. Luego, para los más pequeños encontramos la zona de Splash Pool, una piscina infantil de 391 metros cuadrados, con diferentes juegos de salidas de agua, puentes con pequeñas cascadas y cañones móviles.

Situado en la isla tinerfeña, ¿se ofrece algún tipo de servicio especial fuera del hotel? Y dentro del hotel, ¿cuáles son los que están teniendo mejor acogida?

Por supuesto. Somos conscientes de la belleza y oportunidades que nos ofrece la isla en la que nos encontramos, por lo que no queremos que nuestros huéspedes dejen de aprovechar este paraíso. En este sentido, ofrecemos diferentes excursiones, tales como visitas al Teide, expediciones en catamarán por el Atlántico, o incluso un tour en ferry que te lleva a la isla de La Gomera.

Dentro de los servicios que ofrecemos en el hotel, tanto el Kids Club como el Water Park junto con las piscinas y los espectáculos nocturnos son imprescindibles para nuestros clientes.

Si nos centramos en el perfil del cliente del hotel, ¿cuál es el tipo de huésped al que se dirige? ¿Cuál es el cliente que más beneficios reporta al hotel?

Principalmente estamos enfocados a familias, ya que la oferta de este complejo está diseñada para que los más pequeños disfruten tanto como los mayores que los acompañan.

Pero esto no significa que no tengamos clientes de otras tipologías que disfruten también de la magia de este hotel. Ejemplo de esto son nuestras Swim-Up Rooms: habitaciones 'solo adultos' que cuentan con piscinas privadas que están destinadas, principalmente, a parejas que quieren disfrutar de una experiencia exclusiva en un entorno como el que está enclavado este hotel.

A grandes rasgos, ¿qué acogida está teniendo desde su reciente inauguración



Foto: Hotel Fantasia Bahía Príncipe Tenerife, Santa Cruz de Tenerife

y que previsiones tienen a corto y medio plazo?

Respecto al nivel de ocupación, hemos tenido un arranque muy positivo desde la inauguración del hotel, con algunos periodos además con el establecimiento lleno en noviembre, diciembre, enero y febrero.

En cuanto a las previsiones, desde abril hasta final de verano tenemos una proyección de alta ocupación que, en la mayoría de los casos, es superior al 90%.

¿Qué hace que el hotel sea exclusivo en cuanto a otras ofertas hoteleras de la isla?

El Fantasia Bahía Príncipe Tenerife ofrece una experiencia familiar genuina

bajo dos premisas básicas que lo hacen exclusivo: su especial oferta de entretenimiento, con espectáculos tematizados y profesionales, y su ambiente de ensueño, gracias a sus instalaciones acorde a su temática.

Por último, el Hotel Fantasia se clasifica como un hotel de estilo vacacional, ¿qué cuestiones son las que determinan el éxito a un alojamiento de esta índole?

Al menos para nosotros, el éxito consiste en la satisfacción de nuestros clientes. Nuestro objetivo último como hotel es el de ofrecer un espacio con el que nuestros huéspedes disfruten de su periodo de vacaciones, por lo que todos nuestros esfuerzos se centran en que el cliente finalice su estancia feliz y totalmente satisfecho.

Foto: Hotel Fantasia Bahía Príncipe Tenerife, Santa Cruz de Tenerife





Foto: Grassoler

Confort y descanso

Deseados por todos

Cuando decidimos pasar una temporada en un hotel, por regla general, ésta no es de una larga duración y lo que más anhelamos durante este periodo es sentirnos cómodos y poder descansar. Ante esto los hoteleros se encuentran con un hándicap y es que “como en casa en ningún sitio”, por ello deben conseguir romper con esa barrera ofreciendo a sus clientes las mejores prestaciones en los equipamientos de descanso, ya sea en los elementos que conforman la habitación como en aquellos que se encuentran en las zonas comunes. Una buena elección de colchones, almohadas, canapés, sillas, sillones... influirá directamente en un alto porcentaje de la opinión que el cliente genere sobre el establecimiento.

La búsqueda del hotel ideal para nuestro alojamiento puede convertirse en una ardua tarea. ¿Qué servicios ofrece? ¿Tiene piscina? ¿Y la comida? Un sinfín de dudas y condicionantes a tener en cuenta en la valoración. Sin embargo, la cuestión primordial que todo huésped anhela encontrar en su alojamiento escogido es el confort y descanso que en sus estancias pueda sentir. Pero... ¿cómo conseguir estas sensaciones?

Según opina Miguel Jiménez, Gerente de SELLEX, la sensación de confort se construye con cuestiones organizadas en forma de pirámide. La base está compuesta por cuestiones básicas

y necesarias que deben cubrirse a la perfección. Nos referimos principalmente a un buen colchón, almohada cómoda y sillas y sillones confortables. Sin ellas el resto no tiene sentido.

A medida que vamos ascendiendo en la pirámide van apareciendo cuestiones menos “básicas y necesarias” y entramos más en los detalles. En este último caso influyen la tipología del hotel y el emplazamiento del mismo.

Así, la sensación de confort del cliente del hotel lo determinan muchos factores, desde las instalaciones del establecimiento, las propias habitaciones y hasta los detalles más pequeños. Todo cuenta y es importante ser consciente de ello. Al hablar de sensaciones nos alejamos de lo racional y entramos en el mundo de lo intangible. Por lo tanto, es importante identificar todos los aspectos que pueden influir en la sensación de confort, ya que quizás tenemos que dar importancia a factores que ‘a priori’ no tendríamos en cuenta.

De igual modo lo ven desde el Equipo de REQUENA Y PLAZA, el cual señala que el máximo confort y comodidad de la clientela es el principal objetivo buscado por todo hotel y comienza con el propio emplazamiento, ya que el establecimiento debe tratar de ubicarse lo mejor posible en función de su enfoque general: hotel vacacional, de negocios, etc. Tras lograr la ubicación adecuada, la búsqueda del confort continúa tras cruzar las puertas del hotel: la atención del personal, la



Foto: Guadarte

iluminación, el mobiliario, la decoración de las habitaciones, la oferta gastronómica y de servicios... todo ello suma para satisfacer el conjunto de las variables de la experiencia del usuario, tratando que sea excelente y así finalmente se convierta en prescriptor del establecimiento.

Por tanto, podemos decir que “la sensación de confort del cliente no viene dada por un solo factor, sino que se genera por la experiencia global que éste vive durante su estancia. Para ello, todos los detalles cuentan y todos los elementos tienen que estar en armonía”, como señala Mamen Pérez, Gerente de Carmela Martí.

Como hemos podido observar varios son los elementos que influyen en el confort y descanso del huésped de nuestro hotel. Aunque algunos lo hacen de una forma

más directa que otros. Delimitaremos que aquellos que lo hacen de forma más directa son los sillones, sillas, y equipos de descanso en la habitación, junto con los textiles que los acompañan.

El equipo de descanso debe ser el pilar fundamental del hotel, -determinan desde Flex- entendiendo éste como el conjunto de colchón, base, almohada y demás complementos. Si el cliente no descansa confortablemente, su opinión global del hotel no será buena. No es suficiente con realizar una inversión cada cierto tiempo, además hay que mantener los equipos de descanso en óptimas condiciones realizando el mantenimiento y lavado según las recomendaciones del fabricante. Existen otras dos cuestiones muy importantes como son el baño y la higiene.

Para Luis Rahona, Responsable de Hotelería y Contract en Relax, todo se resume en “la calidad del colchón, la limpieza de las habitaciones y la ausencia de ruidos” como los aspectos más destacables en la sensación de confort que percibe el cliente de un hotel. Y, la calidad del colchón vendría determinada, como explica José Pascual, Export-Contract Director de Monrabal Chirivella, por la firmeza, que no es lo mismo que dureza; la amplitud, mejor extragrande; la ventilación y la adaptación a la anatomía del cliente.

También, la Gerente de Carmela Martí indica que “el textil es un factor determinante en esta experiencia, ya

Foto: Greendesign



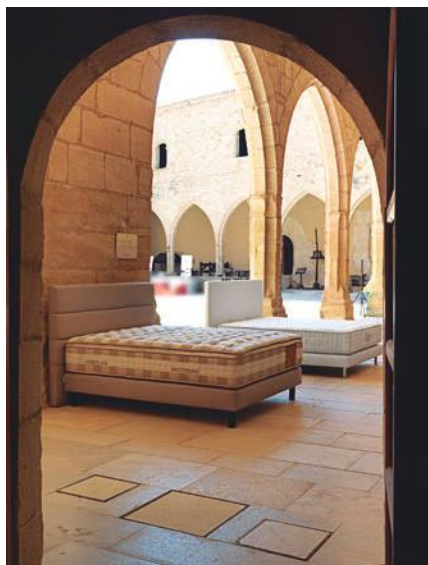


Foto: Relax

que su presencia es capaz de crear un ambiente cálido y confortable. Pequeños detalles como el plaid de la cama o los cojines decorativos hacen que la habitación sea mucho más agradable". Además, para Félix Martí, Director General de Resuinsa, "esta sensación no sólo se consigue gracias a una elevada calidad del equipamiento textil, sino también cuando estos son innovadores, distintos y personalizados, según la decoración del hotel. Estos detalles hacen que la estancia sea más exclusiva y, por tanto, el propio cliente se siente único, de manera que el confort es mayor".

Asimismo, María José Esteve, Directora de Comunicación en Vayoil Textil, pone el foco también en los textiles. "Es muy importante que el huésped no pase calor ni frío, que puedan alterar su sueño o que las toallas y albornoces cumplan su función de secado".

Concretamente, las cuestiones que determinan la sensación de confort del cliente en el hotel pasan por unas sábanas que transmitan suavidad y que sean absorbentes y transpirables para que cumplan su función termorreguladora; en el baño por unas toallas sobre todo absorbentes, esa es su función principal, pero para que sean realmente confortables tienen que ser también suaves y esponjosas. No se puede olvidar que son las prendas que están en contacto directo con la piel del huésped, añade la Directora de Comunicación en Vayoil Textil.

Por su parte, Patricia Gras, Directora Comercial de Grassoler, indica que "la ergonomía y unas buenas proporciones en el diseño y sus medidas es un factor esencial para el confort de una silla o un sofá. Después está los materiales interiores y las espumas, que es lo que da la sensación de placidez y descanso".

Otras cuestiones que también cobran relevancia en cuanto a confort y descanso se refieren, son el ruido o mejor dicho la ausencia de él, "un condicionante muy importante a tener en cuenta en los hoteles" y según el Responsable de Hotelería y Contract en Relax, el tratamiento de la luz. "Es vital que cumplan su función de bloqueo de la luz no sólo para que el cliente pueda alargar el sueño todo lo que necesite, sino también para evitar la entrada de luces artificiales durante la noche", señala Mamen Pérez.

La opinión del cliente

La reputación del hotel está muy ligada a la opinión que se lleva el cliente de éste. Lo que a su vez lo relaciona directamente con la opinión que éste se lleve sobre el confort y descanso que se ofrece en el alojamiento.

Tanto es así que, según señala el Director General de Resuinsa, "puede afectar de sobremanera, ya que si un cliente no ha tenido una estancia agradable, el hotel puede ver mermada su imagen de marca. El 'boca a oreja' es muy importante a

la hora de atraer nuevos huéspedes y fidelizar los que ya se tienen". Igual opina el Equipo de REQUENA Y PLAZA, ya que "si el cliente no se siente cómodo y confortable en el establecimiento, no volverá al mismo, por supuesto no lo recomendará, e incluso puede convertirse en crítico en redes sociales, por ejemplo".

Obviamente en los tiempos que corren esto es muy relevante, por la propia importancia de las redes sociales, los buscadores de hoteles y la gran cantidad de oferta hotelera, una opinión negativa sobre el confort o el descanso es suficiente para tomar la decisión de elegir un hotel u otro. Por lo que la opinión del cliente condiciona claramente la imagen de la marca, tanto para bien como para mal, determina Luis Rahona, Responsable de Hotelería y Contract en Relax.

Por otro lado, si pasa todo lo contrario y "un cliente descansa bien, siempre se acordará positivamente de la marca. Por eso es importante no equivocarse a la hora de diseñar y escoger el producto", indica el Export-Contract Director de Monrabal Chirivella.

"Está claro que al final las buenas opiniones del cliente de un hotel, hace que la cadena hotelera confíe en una marca y desee utilizarla en futuros proyectos de nuevos hoteles", añade la Directora Comercial de Grassoler. Ejemplo de ello es el caso de Flex, que según cuentan, desde la compañía han comprobado que "son muchos los usuarios de

Foto: Suinta



nuestros equipos de descanso en establecimientos hoteleros que, después de haberlos disfrutado, busca adquirirlos para su uso particular o equipar otros establecimientos hoteleros”.

Por todo ello, se puede decir que “la experiencia del usuario tiene hoy en día más que nunca un impacto enorme en la imagen de marca de un establecimiento. Nadie reserva un hotel o restaurante sin haber leído antes las opiniones que éste recibe en redes sociales, buscadores online u otras plataformas que dan voz a todo aquel que quiera expresar su opinión. Por este motivo, en Carmela Martí consideramos que es importante que cada establecimiento transmita una personalidad propia que deje una huella positiva en la memoria del cliente”, opina Mamen Pérez. Y sobre todo, cuando tiene que ver con el confort y descanso, los aspectos básicos que buscamos cuando vamos a un hotel porque constituyen los cimientos sobre los que todo lo demás se construye. ¿Volveremos a un hotel en el que hemos dormido mal porque el colchón era malo? ¿En el que las sillas y sillones son incómodos? Obviamente no. Son indispensables y posteriormente entran en juego el resto de factores, concluye el Gerente de SELLEX.

Descansar es un factor clave dentro de la ecuación del confort. Entendamos descanso, en este caso, por la posibilidad de desconectar, relajarse y, por supuesto, dormir adecuadamente. Para esto el mobiliario, los colchones y almohadas, la ropa de cama, la iluminación, la insonorización... suman y ayudan a



Foto: Vayoli Textil

alcanzar la meta del descanso, apunta el equipo de REQUENA Y PLAZA. ¿Pero cómo conseguir un buen descanso?

Según Miguel Jiménez hay que poner el foco en los colchones, almohadas, sillas y sillones. Sin olvidarnos de los textiles que se han convertido en un elemento imprescindible para que el huésped descanse debidamente, como indica Félix Martí.

El equipamiento de descanso

Un aspecto determinante es tener en cuenta que el cliente de un hotel, por norma general, pasará pocas noches en él. Por este motivo es importante la rápida adaptación al equipo de descanso, para

poder disfrutar un descanso continuo y reparador que le permita afrontar un nuevo día con la máxima energía, opinan desde Flex. Porque como bien señala José Pascual, el confort es la suma de muchos factores al mismo tiempo, pero quizás el que predomina es la sensación de paz al tumbarse en los colchones. “Un colchón cómodo junto con una buena almohada, unas sábanas de calidad y una buena temperatura determinarán ese descanso”, apunta María José Esteve.

“El equipo de descanso debe concebirse como un elemento que sea confortable para todo tipo de usuarios, como sería el caso de los que se mueven mucho, los calurosos, etc. Además existen distintas tipologías de usuarios dependiendo del índice de masa corporal. Este aspecto también influye a la hora de dormir. Un colchón de espuma con viscoelástica por ejemplo, no es recomendable para usuarios con un índice de masa corporal alto, porque tenderán a hundirse, se reducirá su movilidad (efecto atrapamiento) y su temperatura corporal se incrementará considerablemente”, puntualizan desde Flex.

Como hemos podido ver, no existe el colchón perfecto para todo el mundo, la forma de dormir es muy personal y las necesidades varían por razones físicas, de edad, etc. Por ello, consideramos que en un hotel es muy difícil satisfacer al 100% a todos los huéspedes con el colchón.

Foto: SELLEX





Foto: Resuinsa

Tomando lo dicho, como base de partida, se deben analizar factores generales del hotel que contribuyan a escoger mejor el equipamiento de colchones. Una cuestión relevante para tener en cuenta son las condiciones climatológicas de la zona donde se encuentre el hotel: hay colchones fabricados con materiales más adecuados para el tiempo frío y otros para lugares cálidos. Incluso los hay que favorecen la circulación del aire, apropiados para ubicaciones donde el calor es muy fuerte, puesto que ayudan a que el huésped se sienta más fresco y seco, señala el equipo de REQUENA Y PLAZA.

Elegir una buena calidad del colchón garantizará el descanso de aquellos

quienes lo usen. “A nivel general siempre se asocia este concepto a que el producto ha sido fabricado con materiales de gran calidad, tejidos, bloques de muelles y espumas. Además hay que tener en cuenta la experiencia del fabricante, las certificaciones de resistencia al fuego, y también de plena actualidad, tecnologías antichinches”, explican desde Flex.

Para conseguir un colchón de calidad, “lo principal es que los materiales sean de calidad, tanto el núcleo como los materiales que configuran el conjunto de capas del acolchado. Un buen núcleo de muelles double offset, que aportan mucha resistencia y a la vez, con unos buenos materiales de acolchados, mucha confortabilidad; o bien un núcleo

de muelles ensacados que son muy ergonómicos, se podrían considerar de las mejores opciones de descanso”, opina Iolanda Bécades, Directora de Marketing y Comunicación en Astral.

Una vez está clara la necesidad de contar con productos de calidad, se debe tener claro cuáles son los tipos de colchones que encontramos en el mercado. Desde Flex informan que para el sector hotelero es importante disponer de colchones que estén concebidos para soportar un uso intensivo, que ofrezcan el máximo confort y su hundimiento y desgaste al uso sea mínimo. Estas premisas se consiguen sobre todo con colchones en los cuales el núcleo está formado con muelles, dado que ofrecen menor desgaste y mayor transpirabilidad que las espumaciones y viscoelástica que tienden a hundirse más fácilmente.

Además los colchones de muelles son por lo general más adecuados para la gran mayoría de usuarios, las espumas y la viscoelástica son menos recomendables para personas con IMC alto y quienes tienen tendencia a moverse durante el sueño (efecto atrapamiento) o son calurosas (genera mayor temperatura), como comentábamos anteriormente.

Algunas características que se derivan de la calidad del producto son que el colchón ofrecerá, según José Pascual, firmeza, densidad, será 100% transpirable, antibacteriano y será ergonómico. Además su composición será con

Foto: REQUENA Y PLAZA



Foto: Relax

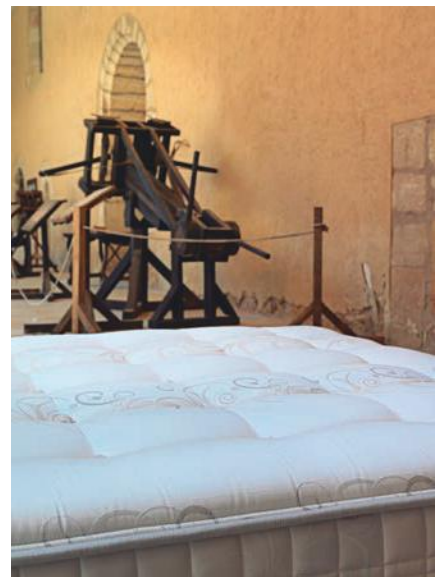




Foto: Flex

fibras y lanas naturales como por ejemplo de bambú, camello o caballo.

Nos detendremos un momento, para hacer un inciso para hablar de la firmeza, porque es un factor muy comprometido y personal, pues cada persona tiene una manera concreta y especial de dormir, determinada por sus características anatómicas, explican desde el equipo de REQUENA Y PLAZA. Ante eso, como para gustos los colores, ¿cómo acertar en su elección para nuestro hotel? Sin duda alguna, como comentan desde Flex, el grado de firmeza de un colchón



Foto: Flex

puede ser el elemento más diferenciador e inmediato que se aprecie a la hora de dormir. Es importante que esta firmeza no sea excesiva para que el confort recibido sea el adecuado. Por el contrario, el colchón con demasiada acogida, el cliente lo asocia a “muy usado” y “viejo” e inmediatamente a “poco higiénico”,

además un colchón blando puede generar las contraprestaciones citadas, efecto atrapamiento, incremento de la temperatura corporal... Por ello, es vital escoger la firmeza adecuada.

Para el Responsable de Hotelería y Contract en Relax, “un colchón de una

DESCUBRE
LAS NUEVAS
SOLUCIONES
DE DESCANSO
DESCUBRE
FLEX



ATENCIÓN AL CLIENTE

contacto@flexhoteles.com

91 744 87 21



PROTECCIÓN NATURAL CONTRA CHINCHES Y OTROS INSECTOS



Foto: Fama

firmeza media-alta es el más demandado por los clientes”. Aunque, no podemos olvidar, como recuerda Iolanda Bécares, que “la elección de un colchón más duro o más suave es en parte muy cultural”.

Aquí, en España, siempre se ha considerado que el colchón tenía que ser duro. En el Norte de Europa suelen preferir colchones más suaves y acogedores. En Rusia o China les gustan los colchones muy duros. La cuestión es que la persona durmiente descanse bien y se sienta a gusto, pero sí es cierto que es necesario que el colchón tenga una superficie de adaptación de un grosor mínimo para que se adapte la anatomía de la persona y que ésta se adapte sin posiciones forzadas, detalla.

Ahora aquí parece que la tendencia va hacia colchones algo más confortables, incluso acompañados con un topper para hacerlos más confortables, puntualiza la Directora de Marketing y Comunicación en Astral.

Tipos de colchones

En este sentido, según Luis Rahona, los colchones se dividen en tres tipos: aquellos HR, los que son de muelle ensacado y los de muelle bonell. En cambio para la Directora de Marketing y Comunicación en Astral estos tres tipos principales de colchones serían:

- Colchones de muelles tradicionales, que sería el muelle double offset, por ejemplo,

aportan mucha resistencia y durabilidad al colchón, cuestión muy importante en los equipamientos hoteleros. Con unos acolchados de viscoelástica o HR suave, podemos tener un colchón de gran resistencia y confortabilidad a la vez. Son transpirables y muy higiénicos.

- Colchones de muelles ensacados son muy confortables y ergonómicos. Requieren más mantenimiento, pero son una opción cada vez más apreciada para hoteles que quieren apostar más por proporcionar un gran descanso. Son también muy transpirables e higiénicos.

- Colchones de espuma o HR deben ser de una densidad alta para que proporcionen una dureza y resistencia adecuada. No son demasiado aconsejables en los lugares húmedos, ya que pueden

aparecer hongos y bacterias, ya que son menos transpirables.

La evolución del mercado de los colchones es continua, y las innovaciones en materiales, tejidos, etc. se incorporan habitualmente a las propuestas de los diferentes fabricantes. De modo general, hay que apuntar que además de los tradicionales de muelles, que lógicamente se van sofisticando tecnológicamente, y que consiguen un rápido retorno a la posición inicial... también encontramos en el mercado de látex, que permiten una mejor adaptación a la forma del cuerpo y de viscoelástica, que ofrecen firmeza, pero también adaptabilidad, señalan los miembros del equipo de REQUENA Y PLAZA.

Además de los colchones también existe otro elemento muy similar que hay que conocer y ya se ha mencionado, el topper definido comúnmente como “un colchoncillo que se colocan sobre el colchón y bajo la sábana bajera que proporciona una sensación de confort y descanso mucho mayor”, explican desde Vayoil Textil.

Según el Director General de Resuinsa “el topper ha revolucionado el descanso en sí”. Hay que tener en cuenta que por un hotel pasan multitud de huéspedes, de distintas compleciones y pesos, que pueden hacer mella en un colchón, aunque sus cualidades sean inmejorables. La cama de un hotel se caracteriza, además de por la calidad de los textiles, por el confort con el que se descanse. Esto hace que el establecimiento sea

Foto: Carmela Martí Decoración

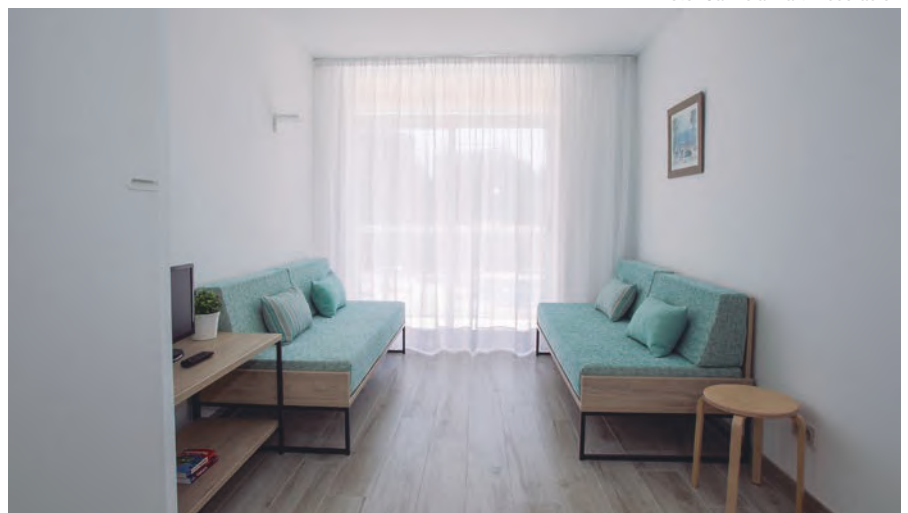




Foto: REQUENA Y PLAZA

recordado de mejor o peor manera, por lo que la superficie donde se apoya la espalda para dormir resulta fundamental.

También hay que tener en cuenta que el colchón no se lava, por lo que el topper lo protege, alargando su vida útil y mejorando su calidad, ya esté nuevo o usado. De esta manera, existe un mayor nivel de higiene, pues la mayoría de los toppers son lavables, y supone un importante ahorro económico.

Para el Director General de Resuinsa, “el topper es la pareja ideal del colchón, ya que sus ventajas y prestaciones le han convertido en un producto indispensable en un hotel”. Como hemos visto, un colchón muy duro no se adapta a las curvas del cuerpo de una persona y uno muy blando las hunde, arqueando así la espalda, por lo que resulta difícil conseguir un colchón a gusto de todo el mundo en los hoteles. En este sentido, los toppers ayudan a adaptar la fisionomía de cada persona con la firmeza justa, de manera que el descanso mejora considerablemente.

Otra característica que todo el mundo destaca de los toppers es que parece que se duerma en una nube. Como el topper es un ‘sobrecolchón’, la cama queda más mullida, da sensación de estabilidad, y se consigue una perfecta adaptación de la curvatura de la espalda. Por eso, ayuda a evitar dolores y lesiones de espalda por las malas posturas y logra un descanso realmente placentero.

Además de lo anterior, la otra funcionalidad del topper es juntar dos camas sin que se note la unión entre ambas.

El topper no es el único elemento que acompaña al colchón en el equipamiento de descanso. Otros productos muy importantes son las almohadas y cojines.

Además del topper, hay otros elementos, como explica María José Esteve, que nos garantizan la protección y vida útil del colchón, los protectores de colchón, que pueden ser de PVC, protectores de poliuretano, impermeables o acolchados. Y los edredones y almohadas que, como los toppers, pueden estar rellenos de plumas, fibras HCS o viscoelástico + fibras. Son artículos que proporcionan el mayor grado de confort para el huésped y, por lo tanto, mejoran aún más su descanso.

En estos últimos artículos, según explican desde Vayoil Textil, pueden estar fabricados con fibras, éstas proceden del reciclado de botellas en mares, océanos y otros paisajes por lo que, además de resultar fundamentales para el descanso, cumplen una función social y medioambiental.

Para todos ellos buscamos las mismas premisas que en los colchones, que sean de calidad; y según explican desde Flex esto viene dado por la calidad del material con el que están fabricados y la experiencia del fabricante. Así puntualiza la Directora de Marketing y Comunicación

en Astral que si son productos de procedencia europea sabemos que cumplen siempre todos los parámetros de higiene y garantía aquí establecidos.

En referencia a esto, la calidad viene muy marcada por el tipo y la cantidad de relleno (plumón, fibra, etc.), de gran importancia para el confort. Además, la tela con la que está elaborada la funda es clave: a mayor cantidad de “ciclos Martindale”, mejor resultado en cuanto a durabilidad. Y, por último, el propio modo de fabricación: por ejemplo, la fortaleza de las costuras determina si los elementos finales resultantes tendrán una larga vida o no, señalan desde el equipo de REQUENA Y PLAZA.

Además, según explican desde Flex de la calidad deriva la durabilidad de estos productos en el hotel y está directamente relacionada con el correcto mantenimiento y lavado de estos elementos. Por ejemplo, una almohada de pluma requiere un lavado y mantenimiento más lento y cuidadoso que una almohada con relleno de fibra hipoalérgica. Si el mantenimiento no se realiza de la forma recomendada por el fabricante, el producto puede deteriorarse y ofrecer un confort totalmente distinto al inicial. Por ello, para Luis Rahona todo se resume en “su interior. El componente interno es el que determina la calidad.

Foto: Vayoil Textil



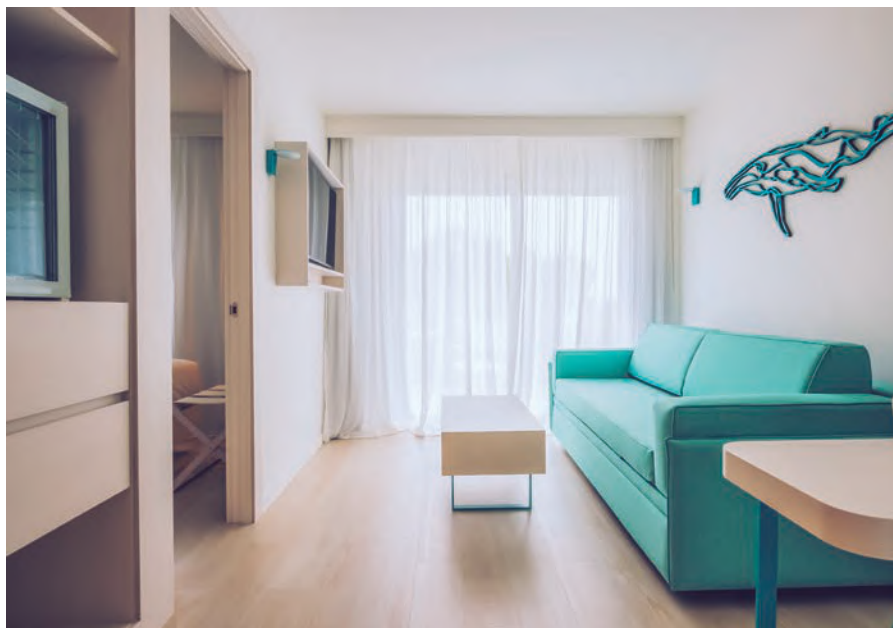


Foto: Suinta

Aunque, una buena funda de algodón también aporta un diferencial frente a una acrílica o mezcla”.

Como se explicó sobre los colchones, cuanto más natural sea la composición, más confortables serán, en este caso los almohadones y cojines. Hay que tener en cuenta en este sentido, que cada persona es distinta, y en el caso de los colchones no se pueden dar opciones dentro de una misma habitación, sin embargo las almohadas por tamaño y coste si permiten ser suministradas en las distintas tipologías que ofrece el mercado, explican desde Monrabal Chirivella. Por ello, es importante que el hotel defina una estrategia sobre cuántas almohadas, qué medidas y qué tecnología colocar en

cada cama y si quiere prestar el servicio de carta de almohadas, señalan desde Flex.

En este sentido, la carta de almohadas es uno de los servicios más demandados por los huéspedes, ya que, como hemos visto, cada persona tiene unos hábitos distintos a la hora de dormir. Por ello, desde Resuinsa señalan las que son más demandadas: blanda, ideal para aquellas personas que tiene por costumbre dormir boca abajo; medio blanda, para las que duermen en diferentes posturas a lo largo de la noche, ya que se adapta a las posiciones del cuerpo; y dura, para quienes descansan de lado, puesto que mantienen la columna recta para que no haya dolores de espalda al levantarse.

Otro punto muy importante frente a la calidad tanto de las almohadas y cojines como de los colchones y toppers es, según el Director General de Resuinsa, que “la calidad debe ser demostrada por los certificados que se logran para garantizarla, ya que son sometidos a lavados industriales muy agresivos”. Y, para conseguirlo, las prendas deben ser resistentes a los productos utilizados durante este proceso y mantener la calidad.

Tipos de relleno

Como se ha señalado el interior como el determinante de la calidad de los almohadones y cojines, hay que conocer por tanto los diferentes tipos de rellenos que nos ofrece el mercado de este tipo de productos. Según señalan desde Flex los principales rellenos podemos destacar:

- Fibra poliéster: existen diferentes tipos y calidades de fibra, ésta viene determinada por la capacidad de recuperación de la fibra ante la presión y su poder de aireación y gestión de la humedad.

En el mercado existen fibras muy sencillas, pero también existen fibras muy técnicas de gran calidad, que ofrecen un confort fresco y adaptable a todo tipo de usuarios. Incluso existen almohadas con rellenos de fibra que transmiten sensaciones similares al duvet en lo que se refiere al confort percibido, con un mantenimiento mucho más sencillo.

Las ventajas de las almohadas de fibras es que son adecuadas para la mayoría de

Foto: SELLEX



Foto: SELLEX





Foto: Greendesign

los usuarios, siendo menos propensas a la aparición de alergias que las almohadas de duvet y su mantenimiento y lavado suele ser sencillo y rápido de realizar. Y, según añaden desde Resuinsa, este tipo de almohadas “ayudan a mantener el cuello y la cabeza en una posición recta para proporcionar la máxima estabilidad y descansar correctamente”. Además de que “son más bien suaves y adaptables de una altura media. Las hay de fibra en bolitas que son todavía más adaptables”, explican desde Astral.

- Duvet: son almohadas naturales y su relleno se compone de Pluma y Plumón. La diferencia entre ambas es muy clara, el Plumón no tiene raquis (estructura central), dispone de una estructura más redondeada, un tacto más suave, y su poder calorífico y de evacuación de la humedad es mayor.

La calidad de estos productos se distingue básicamente por la cantidad de Plumón del producto, a mayor cantidad de Plumón la calidad del producto en términos de suavidad, ligereza y volumen aumentan, también es un indicador de calidad la procedencia de ésta.

- Viscoelástica: su firmeza suele situarse en el punto medio-alto, son almohadas muy adaptables, dado que la viscoelástica reacciona al calor, volviéndose más blanda y creando un molde exacto al del usuario, no se recomiendan para personas calurosas porque “puede dar calor” como señalan desde Astral.

Además según REQUENA Y PLAZA “ofrece una alta higiene”.

- Látex: este tipo de material ofrece una alta resistencia, flexibilidad y un rebote característico. Además, a diferencia del viscoelástica, es atérmico y “más suave”, indican desde Astral. Y, según el equipo de REQUENA Y PLAZA es “con el que se consigue una gran adaptabilidad”.

Según el Export-Contract Director de Monrabal Chirivella, de los tipos de rellenos que hemos visto en el mercado, los que predominan en el más alto nivel básicamente serían tres:

- Las almohadas de viscogel: con propiedades térmicas, siempre se

mantiene fresco, es duradero y no pierde sus propiedades.

- Las almohadas de vicocarbono: caracterizadas por poseer partículas de carbón en su núcleo contra los malos olores y humedad. Proporcionan un efecto antiestrés y descanso profundo.

- Las almohadas tacto pluma: fabricando el núcleo con fibra de poliéster de alta calidad con la intención de proporcionarle una máxima capacidad de recuperación y máxima firmeza. La fibra es hueca y siliconada de gran volumen para ofrecer un descanso suave y confortable.

La almohada es determinante a la hora de aportarnos un descanso saludable y reparador. Y ese descanso lo buscamos también cuando viajamos y nos alojamos en un hotel. Tanto si duermes boca abajo, abrazando la almohada, de lado, boca arriba, etc., apunta María José Esteve.

Y los hoteleros, como hemos visto, pueden encontrar almohadas para todo tipo de huésped, con el objetivo de ofrecerles un sueño reparador y hacerles sentir como en su propia casa. Almohadas de poliéster, de algodón, de fibra, de microfibra, viscoelástica, de pluma, de plumón, de látex en una amplia variedad de gramajes y firmeza forman parte del catálogo de esta compañía.

Otro de los elementos que afectan al descanso son los somieres sobre los que reposan los colchones. Según explican

Foto: Grassoler





Foto: Fama

desde Flex, la base es un elemento necesario para la sustentación del colchón y el comportamiento de éste se modifica dependiendo de la base donde esté sustentado. Por eso hablamos de equipo de descanso. Es un conjunto. En el mercado encontramos diferentes tipos de somieres:

- Bases rígidas tapizadas son las más adecuadas para el correcto funcionamiento del colchón. Según la Directora de Marketing y Comunicación en Astral, "lo más demandado en el sector hotelero por su resistencia y durabilidad. Aportan a todos los colchones una buena superficie de apoyo y pueden ser muy decorativas, ya que pueden ser de mayor o menor altura y tapizadas en toda clase de tejidos.

- Bases tapizadas de muelles. En la base flexible la sensación percibida del colchón es más blanda.

- Bases de laminas de madera, en ellas el desgaste del colchón es mayor al no

apoyar uniformemente toda su superficie por la separación entre las laminas de madera.

Por otro lado, existen bases con diferentes funcionalidades que no tienen que ver con el tipo de lecho. Actualmente las bases con mayor auge en el canal hotelero son las bases elevables que permiten regular la altura de la cama, de forma mecánica mediante un actuador que libera pistones hidráulicos o con actuadores eléctricos accionados con mando a distancia infrarrojo, a una altura óptima para que las camareras puedan realizar las labores de limpieza y reduciendo los riesgos de salud laboral.

El somier ayuda a realzar las características del colchón. Ambos han de complementarse para que el descanso del cliente sea un éxito. Hay somieres fijos, con patas tradicionales, o canapés móviles, con ruedas y

similares; en el mercado también los hay articulados... En muchas ocasiones la configuración de las habitaciones y de las operaciones necesarias para su limpieza, mantenimiento, etc. son las que orientan la elección final, explican desde el equipo de REQUENA Y PLAZA.

Por último el equipo de descanso lo completan los textiles que acompañan a todos estos productos, los protectores, sábanas fundas, edredones, etc. Según explican desde Vayoil Textil se trabaja mucho en este sentido, la construcción de los tejidos son estudiados a fondo en hilos y pasadas, en urdimbre y trama y en todos los componentes que se van incorporando al producto en su proceso de fabricación para que ofrezcan el grado de confort (suavidad, absorción, transpirabilidad), adecuado para un descanso óptimo.

Y en ellos la calidad y la innovación también juegan un papel fundamental, indican desde Resuinsa. Así, hablamos ya de sábanas de hasta 1.000 hilos; ya que éstos determinan las diferentes calidades de este producto: a mayor cantidad de hilos por pulgada, más finos serán y, por tanto, más suave al tacto. En estas sábanas el descanso está asegurado, debido a su máxima suavidad y frescura y, además, poseen un acabado y un brillo único.

Para garantizar la calidad de los productos textiles existe, como informa la Directora de Comunicación de Vayoil Textil, el Instituto Tecnológico Textil (Aitex), que se encarga de certificar que los productos cumplen con el grado de confort sobresaliente. Con este certificado se

Foto: Astral



Foto: Grassoler



garantiza al usuario se encuentra ante un artículo cómodo evitando sensaciones extremas, tanto de calor como de frío, que pueden alterar su sueño. Este certificado responde a la demanda de sus clientes tanto hoteles como colectividades que necesitan incorporar este tipo de productos para garantizar el descanso de sus huéspedes y garantiza la calidad de la lencería de habitación de esta compañía.

Sillas y sillones

La oferta en confort y descanso en el hotel, no se limita tan sólo a los productos que confieren el equipamiento de descanso en las habitaciones, las sillas y sillones que encontramos en las zonas comunes, restaurantes e incluso en zonas de spa o piscina en forma de tumbonas o camillas, forman parte del equipamiento de descanso que debe tener el hotel en su totalidad.

A la hora de elegir nuestro mobiliario de sillas y sillones, debemos tener en cuenta, como explica Miguel Jiménez, Gerente de SELLEX, que debe ser “un equilibrio entre durabilidad y estética”. Durabilidad porque a lo largo de su vida el mobiliario será utilizado por muchas personas, por lo que debe ser robusto, de calidad y de fácil mantenimiento. El objetivo es elegir mobiliario que tenga un buen envejecimiento y que mantenga el mismo estado que el primer día. Un mobiliario en mal estado afecta negativamente a la imagen del hotel. Y, estética porque debe encajar con el diseño arquitectónico y de interiores del hotel. Para ello es importante disponer de una gama amplia de opciones y de materiales que concuerden con el estilo proyectado.

Además últimamente esta fusión de estética y confort viene acompañada de la ergonomía, como señala el Export-Contract Director de Monrabal Chirivella.

Como resume, Andrea Gómez, del Departamento de Marketing y Comunicación de Greendesign, “generalmente, el mobiliario de hotel debe aunar tres factores. Lo primero a tener en cuenta es el diseño del producto, el estilo que imprimirá a la estancia donde se instale. Y la imagen que queremos proyectar desde el establecimiento. El segundo y para nosotros igual de



Foto: Greendesign

importante, es la comodidad para el usuario. Un diseño no es sólo estética, debe también aunar ergonomía y practicidad. El tercero se relaciona con la facilidad de operativa del hotel, con ello nos referimos a que sean productos de fácil limpieza y bajo mantenimiento, que permanezcan inalterables durante largos períodos de tiempo, que una pieza sea fácilmente reemplazable, que sea un producto adaptable, que encaje en diferentes usos...”.

Según el equipo de REQUENA Y PLAZA, el mobiliario del establecimiento hotelero es un elemento que ayuda en gran manera a definir su estilo, el ambiente y, por supuesto, también la experiencia del cliente. Por ello, las necesidades e ideas que el propietario del establecimiento plantea para su negocio han de ser

tenidas en cuenta a la hora de elegir el mobiliario adecuado. En cuanto a las características en las que hay que poner atención para seleccionar los diferentes elementos del mobiliario, se han de mencionar su confort, la resistencia y la durabilidad.

Para que esa durabilidad se dé, es muy importante la calidad del producto; y ésta comienza en las piezas de tanto del interior como exterior, “el esqueleto y rellenos” de calidad, apunta David Muñoz Mateo, Director Comercial de Guadarte.

“Principalmente hay que pensar en los materiales y la calidad de los mismos, los hoteles son espacios de alto tráfico de personas con lo cual los muebles sufren un desgaste importante”, señala Patricia Gras, Directora Comercial de Grassoler.

Foto: Guadarte





Foto: Grassoler

“La calidad principalmente reside en la comodidad y firmeza de asientos y respaldos, así como en la calidad y suavidad de los tejidos utilizados”, indica José Pascual.

Asimismo, Miguel Jiménez puntualiza que “la calidad reside en los materiales utilizados y en el propio diseño. Por un lado, materiales que resisten el uso continuado y en los que el tiempo no hace mella. Por otro lado, un diseño robusto creado para que dure y que por supuesto, sea confortable y facilite el descanso”.

En el caso de que ese mobiliario sea exterior, “es fundamental la resistencia

Foto: Vayoil Textil



de los materiales para que sean capaces de hacer frente no sólo al desgaste por el uso intensivo de un establecimiento, si no a condiciones meteorológicas adversas (humedad, contaminación, radiación solar...). Ello es fundamental tanto en los materiales envolventes, como en estructuras, cojinería, etc.”, indica el Departamento de Marketing y Comunicación de Greendesign.

En definitiva, para escoger bien, según señalan desde el equipo de REQUENA Y PLAZA, “son varias cuestiones las que hay que valorar: la estética, los materiales que lo componen y, obviamente, la ergonomía del sillón, según su firmeza, transpirabilidad, etc. La elección final está también íntimamente vinculada con la coherencia que tenga ese elemento concreto en el conjunto del hotel, en cuanto a su imagen, público objetivo, etc.”.

Los materiales que se encuentran al alza en este tipo de productos, según José Pascual es la vuelta a la tendencia de incorporar elementos nobles, combinando madera con textiles naturales, suaves pero resistentes al mismo tiempo. Como también opina Patricia Gras, que mezcla los acabados en madera y las telas de aspecto fresco y natural. En cambio bajo la opinión del Gerente de SELLEX, el aluminio, acero y madera son materiales que nunca fallan. El polipropileno nos da mucha versatilidad por la amplia gama de colores disponibles.

“Desde Greendesign apostamos por el uso de la teca y aluminio como elementos estructurales. Ninguno de ellos precisa mantenimiento y son una verdadera inversión, pues permanecerán inalterables con el paso del tiempo. Como envolventes recomendamos tejidos técnicos de fácil limpieza, con una amplia gama de personalización en cuanto a texturas y colores, y a nuestra cuerda in/out, un material de última generación y sin mantenimiento que, gracias a su trenzado artesanal, proporciona un producto final de estética inigualable”, opina Andrea Gómez.

Para el equipo de REQUENA Y PLAZA, “los materiales son otra variable del mobiliario que se encuentra en continua evolución, entre otros motivos por las innovaciones tecnológicas aplicadas a su fabricación. A los materiales más tradicionales, como las diferentes maderas y los metales, se han unido otros como el polipropileno o el policarbonato, que aumentan las opciones de utilización, pues son materiales que permiten su ubicación tanto interior como exterior, por su alta resistencia a las variaciones e inclemencias climáticas”.

Para no fallar en la elección de los materiales, David Muñoz Mateo aconseja elegir productos de calidad. “Con la calidad nunca se falla. Elegir un buen partner es garantía de que las cosas saldrán bien”.

Además de ello, José Pascual apuesta por los materiales nobles, como roble, cerezo, así como telas de piel o polipiel con colores cálidos y suaves, como el acierto seguro. Mientras que Miguel Jiménez lo hace además por el aluminio y el acero, porque son elegantes, tienen personalidad y son de gran calidad. Andrea Gómez, por su parte, lo hace con la teca, aluminio, tejidos técnicos, cuerda in-out y textiles tintados en masa.

La Gerente de Carmela Martí comenta que “las modas cambian con los años pero hay piezas que son una inversión a largo plazo y siempre van a aportar diseño. Además, estas piezas se pueden personalizar y darles un toque original mediante el textil, ya sea por su color o estampado o por el tipo de tejido utilizado”.

Tendencias de diseño

Atendiendo a la opinión de Miguel Jiménez, la apuesta más segura son diseños atemporales que perduran en el tiempo. Elegantes y sobrios en su concepción, siempre se puede jugar con la tapicería para dar colorido y frescura al conjunto. “Formas curvas, gran formato y pies originales tanto por su terminación (pintados en lacados) como por su diseño y composición (forja artesanal)”, añade David Muñoz Mateo, Director Comercial de Guadarte, mientras que Andrea Gómez pone el foco desde piezas de líneas rectas y puras, con colores neutros, capaces de encajar en cualquier ambiente, hasta piezas de diseños elaborados que, jugando con un colorido totalmente personalizable, tomen el protagonismo del espacio en el que se instalen.

Para la Directora Comercial de Grassoler, “en los últimos tiempos la tendencia viene siendo formas más orgánicas, huyendo de las líneas rectas y los minimalismos, los lobbys de los hoteles cada vez se asemejan más al salón de un hogar, mucho más cálido y ambientado”.

El Art Decó es sin duda una tendencia al alza, pero llega con un aire renovado con piezas en las que los materiales usados son más sobrios y minimalistas y la paleta de colores se abre a tonos más atrevidos. También el estilo Boho coge fuerza utilizando textiles de aspecto natural que se asemeja al lino. Estos tejidos se combinan con estampados, explica Mamen Pérez.

Foto: Fama



Foto: Greendesign

El Director Comercial de Guadarte indica que la tendencia actual también recoge los terciopelos en multitud de opciones cromáticas, tonos pastel, colores intensos y estampados geométricos. De igual modo opina el Export-Contract Director de Monrabal Chirivella, quien apunta la predominancia de los colores suaves y cálidos, si bien es cierto que en una pieza determinada, se busca un color llamativo para dotar de exclusividad a la decoración de la habitación.

Por su parte, el Gerente de SELLEX apuesta más por los colores neutros, grises y marrones, porque transmiten la sensación de tranquilidad que se busca en cualquier hotel. Son una apuesta segura, colores siempre vigentes que nunca pasan de moda. De hecho, Pantone, que marca la tendencia anual de colores, los identifica como colores que marcarán la decoración para el 2019.

Pero si queremos más colorido podemos apostar por los rojos terrosos, los azules intensos y el amarillo Cadmio.

El Departamento de Marketing y Comunicación de Greendesign siempre tiene en cuenta los colores neutros, pero para arriesgar considera que la tendencia de los diseños actuales se encamina hacia los tonos rosas empolvados, amarillos, caldera... siempre combinados con turquesas y verdes profundos.

Para la Gerente de Carmela Martí, “no cabe duda de que el color del año es el coral, un tono vibrante y suave, lleno de matices que transmite optimismo y energía. También están de moda los tonos blush o maquillaje sobre todo combinados con gris. Además, los estampados pisan fuerte en 2019, sobre todo si son de inspiración étnica”.

Ante la elección cromática, es relevante tener en cuenta el emplazamiento del hotel, como explica Patricia Gras, Directora Comercial de Grassoler “en zonas urbanas se llevan gamas de grises o con notas de colores vivos, en zonas de playa se llevan los blancos y colores muy suaves y empolvados”. De igual modo opinan desde REQUENA Y PLAZA: “no se puede afirmar que exista una tendencia general cromática, pero sí la detectamos según tipos de establecimientos. Los hoteles urbanos utilizan más las gamas neutras medias (arenas, grises, etc.), que son contrastadas con colores muy claros u oscuros, y con motivos más o menos llamativos. Las maderas claras tienen gran protagonismo y se tiende a la utilización



Foto: Grassoler

de una gran diversidad de materiales. En cambio, en los hoteles vacacionales la paleta de colores se lleva a colores más frescos, suaves y claros (tonos blancos, pasteles...), y también más color, con un mayor atrevimiento, en definitiva.

En el caso del sector de la restauración, como indican desde el equipo de REQUENA Y PLAZA, “la sillería de un restaurante es un factor clave e imprescindible a la hora de definir y reafirmar el estilo y mensaje que cada establecimiento quiera transmitir a su clientela. Igualmente, a otros puntos anteriormente comentados, diríamos que es crucial conocer perfectamente las necesidades de la propiedad del establecimiento, en cuanto a dichos estilo

y mensaje que quieren expresar, y a partir de ese consenso buscar la sillería más adecuada a ello: con estilos más o menos retro, con visión futurista, industrial, etc.”.

Según José Pascual, en este sector predominan las estructuras de metal, aunque imitación madera en muchos casos, para dotar de mayor resistencia a este mobiliario, combinados con polipiel o telas de fácil lavado, siempre en tonos coloridos, o combinando distintos colores en un juego de cuatro sillas.

Asimismo, para Miguel Jiménez, Gerente de SELLEX no se concibe un espacio destinado al ocio sin un taburete alto. Aunque la hostelería ya no tiene la exclusividad en el uso de los

taburetes, es cierto que son asientos que tradicionalmente hemos encontrado en bares y restaurantes. Los taburetes ahora van más allá de la barra y muchos restaurantes ofrecen a sus clientes la posibilidad de sentarse a comer en un taburete alto frente a una mesa alta.

Los hoteles se han convertido en otro espacio donde los taburetes adquieren protagonismo. Los taburetes para hoteles ayudan a dar un aire más actual y desenfadado a los hoteles más clásicos. De esta forma, además de poder utilizarlo como asiento o como mesa auxiliar, el taburete puede ser clave en la decoración de un hotel.

Los taburetes de diseño en todos sus formatos son además de elementos decorativos, muebles versátiles que se adaptan fácilmente a cualquier estancia o espacio al aire libre, más aun si son taburetes apilables. Si su diseño permite que tengamos taburetes apilados uno sobre otro, optimizaremos el espacio de la estancia o la terraza del bar o restaurante. Aunque el término taburete se refiere en principio a un asiento sin brazos ni respaldo, muchas banquetas se presentan como taburetes ergonómicos que disponen de un pequeño respaldo que los hacen más cómodos.

En el caso de la Gerente de Carmela Martí, “en este tipo de mobiliario se introducen las líneas curvas, frente al minimalismo de líneas rectas. También ganan protagonismo por utilizar colores llamativos y alegres, muchos de ellos tapizados en terciopelos”.

Tapicerías

Como ya se ha podido ver, los textiles que se emplean en las tapicerías del mobiliario también tienen su relevancia. En ellos encontramos de la mano de David Muñoz Mateo, que los materiales más empleados son los terciopelos. Al igual que lo hace Mamen Pérez, Gerente de Carmela Martí, considerando que el terciopelo es sin duda uno de los materiales estrella que ha demostrado que ha llegado para quedarse. La clave reside en jugar con colores atrevidos para conseguir un resultado moderno y sofisticado, pero al mismo tiempo cálido. También se utilizan tejidos con aspecto

Foto: Guadarte



natural similar al lino que combinan muy bien con los estampados étnicos.

Por otro lado, para el Departamento de Marketing y Comunicación de Greendesign, para clientes que buscan comodidad de uso y gustan de materiales naturales, recomendamos textiles acrílicos de coloración en masa. Son productos repelentes a manchas y con una fantástica estabilidad del color para que impidan la degradación derivada de su exposición la radicación solar. Son telas duraderas, de tacto suave y fácil limpieza en lavadora. Además, para los clientes que necesitan un producto práctico y cómodo de mantener, resistente a manchas y humedad, recomendamos los tejidos impermeables, similares a una piel artificial, que no absorben manchas, ni líquidos y que se limpian cómodamente, sin necesidad de desenfundar, con un paño húmedo y jabón neutro.

Patricia Gras apuesta por tapicerías con un alto grado de Martindale, con grandes propiedades de cara a la limpieza, que pasen 'el test del cigarillo', en definitiva, con grandes cualidades para su uso en contract.

Por su parte desde el equipo de REQUENA Y PLAZA, apuntan a los coordinados de tejidos jaspeados (Jacquard) con tratamientos antimanchas, con tonos atrevidos, como contraste. También tejidos de algodón o linos, con mezcla de

Foto: REQUENA Y PLAZA



Foto: Relax

fibra para reducir las arrugas, y obteniendo un tacto sedoso. En instalaciones más sofisticadas, los brocados, sustituyendo los hilos metálicos por fibras sintéticas. Igualmente, la utilización de las pieles sintéticas ha irrumpido con mucha fuerza, al haber conseguido unas calidades muy elevadas con precios muy competitivos y, adicionalmente, cuentan con la ventaja de un fácil mantenimiento.

Una de las principales preocupaciones de los hoteleros y restauradores es el deterioro de las tapicerías por el uso reiterado. Ante esto desde Guadarte tranquilizan explicando que "actualmente existe una amplísima gama de tejidos con alta resistencia al deterioro. Grandes firmas con diseños originales e innovadores".

Asimismo, el mercado cuenta con espumas de relleno de alta densidad para que los asientos no se deformen con el uso, con textiles fabricados a partir de las mejores materias primas y tintados en masa, que posibilitan su exposición al sol y lavado, permaneciendo en óptimas condiciones de uso durante años, señalan desde Greendesign.

Para garantizar su resistencia según explican desde Grassoler, se analizan los ciclos Martindale de los productos. De este modo, para el canal Horeca se aconseja que las tapicerías no tengan menos de 50.000 ciclos y una muy buena tela para hotelería se podría decir de las que tienen 100.00 ciclos Martindale.

Para no cometer errores en la elección, según recomiendan desde Carmela Martí, "lo ideal es dejarse asesorar por un especialista que pueda elegir los tejidos no sólo por su diseño sino también por sus características técnicas. Por ejemplo, en un restaurante sería conveniente que la tapicería tuviera propiedades antimanchas, mientras que si se sitúa en una zona muy soleada su resistencia a la luz solar debe ser alta. También es importante diferenciar entre tejidos indoor or outdoor, ya que los segundos van a recibir condiciones más agresivas".

Como hemos visto, y reiteran desde REQUENA Y PLAZA la resistencia es importantísima para elegir o no un tejido. Es fundamental identificar el uso que tendrá cada elemento del mobiliario para tomar una decisión acertada con la tapicería, pues el rozamiento que tiene cada tela es lo que produce su desgaste.

En definitiva, como hemos podido observar gracias a los expertos, en cuestiones de confort y descanso nada puede dejarse al azar, pues todo está directamente relacionado con las sensaciones que a huésped recoge del alojamiento, influyendo éstas en la opinión que éste tenga del hotel o restaurante. Aspectos que a simple vista pueden pasar desapercibidos como la firmeza del colchón o los materiales de sillas y sillones, son de total relevancia y necesitan de un estudio exhaustivo en el que influirá el tipo de hotel y el tipo de cliente, entre otras cuestiones.



Foto: Grupo Toledo

Servicio de mesa

Marcado por la lencería

El servicio de mesa es una de las actividades principales que se llevan a cabo dentro de los restaurantes y en todos los alojamientos que dispongan de éstos. Pero no siempre se presta la atención que se merece a todos los aspectos que confieren a este servicio la relevancia que realmente tiene. El montaje de una mesa, acertar en los elementos que la completan o las tendencias en diseño que la realzan, son algunos de estos aspectos tan importantes, que sin duda pueden darnos el éxito o el fracaso frente al cliente. Un comensal que obviamente quiere disfrutar de una experiencia gastronómica inolvidable sobre todas las cosas, pero que sin saberlo, opinará sobre el establecimiento condicionado por todo lo que vea en la mesa, a parte de la propia comida.

En el mundo de la restauración, como en la vida misma, muchas veces, la frase hecha “comer por los ojos” es una realidad, y por ello se vuelve fundamental la presentación y el servicio de mesa que ofrecemos a los comensales. En estos momentos ya no es tan sólo el qué le servimos a nuestros clientes lo que importa sino que, es igual de relevante el cómo lo hacemos.

Desde el punto de vista de Marc Ceron, Responsable de Marketing del Grupo Dino, la presentación de la mesa es la primera imagen que nos llevamos del establecimiento en el que estamos, es lo que va a determinar a primera vista la

mejor o peor impresión del ágape que vamos a tomar. “La presentación de la mesa sería como la imagen que presta un posible candidato a una selección de personal. Obviamente la entrevista posterior será como el servicio de comida que tendríamos en una mesa. No olvidemos que la frase comer por los ojos también se asocia a la cantidad de comida y no sólo a la presentación”.

De este modo, “la presentación de la mesa influye de forma clara y rotunda en la experiencia del cliente que se dispone a degustar una comida. Es algo absolutamente evidente”. Una mesa con mantel limpio, una cristalería, una vajilla y unos buenos cubiertos predisponen a que la actitud del comensal y su valoración tengan una calificación positiva. De la misma forma que una mesa con manteles individuales de papel, una cristalería pobre, una vajilla vulgar y unos cubiertos con mal aspecto y cada uno de modelos distintos y demás harán que la “experiencia del cliente” pase absolutamente desapercibida, comenta Pablo Sayas, Jefe Nacional de Ventas de Cubertería de Rhointer España.

Antonio Pérez Tornero, Vicepresidente del Grupo Heleo, de igual opinión, es conciso: “es la primera impresión de la calidad del restaurante”. Y “una mesa bien puesta, suele ser sinónimo de buena calidad y servicio”, sentencia Bernardo Balaguer, Director Comercial Zona Caribe del Grupo Toledo.

La ‘mise en place’ de la mesa, al igual que el resto de la decoración, “transmite unas sensaciones que permiten a los comensales saber mucho del establecimiento, incluso antes de que los platos lleguen a la mesa”. Por este motivo, debe ser coherente con el tipo de establecimiento en el que se encuentra, indica Mamen Pérez, Gerente de Carmela Martí.

“En Carmela Martí consideramos que una mantelería bien cuidada es un elemento imprescindible para una correcta ‘mise en place’. Cuando una persona elige un establecimiento está influido por muchos factores. Se busca disfrutar, saborear, meterte en el ambiente y concepto de restaurante y llevarte un recuerdo que te lo haga inolvidable. Esto se consigue



Foto: Nacional Sedera

añadiendo a lo principal, que es la comida, un conjunto de sensaciones donde el elemento textil es cada vez más importante”.

Más adelante se analizarán los elementos principales que visten adecuadamente una mesa. Pero por lo pronto, Luis Ramírez Villarroya, Consejero Delegado de Nacional Sedera, adelanta que “en la sala de un restaurante lo que predominan son las mesas y su decoración. Una mesa vestida con buenos textiles transmite distinción a los clientes; y no sólo por el mantel, sino también porque hará que luzca la vajilla, la cubertería, la cristalería...”

Los manteles proporcionan una sensación de distinción y elegancia, tanto visual como táctilmente, puesto que el contacto con un tejido de calidad hará sentir confortables a los comensales una vez sentados alrededor de la mesa”.

De igual modo opina María José Esteve, Directora de Comunicación de Vayoil Textil, quien también pone el foco sobre la lencería de mesa. En cualquier hotel que se precie cada detalle tiene importancia. Nada debe dejarse al azar, desde el interiorismo de las estancias, pasando por el servicio de habitaciones, el color que adorne las estancias y también la combinación de colores y diseños en las mantelerías.

“La lencería hotelera en general juega un papel fundamental porque tienen un

contacto directo con la piel del huésped y es un producto determinante para que se sienta a gusto y recibir sensaciones de confort, de limpieza, de bienestar, en definitiva, para que quieran repetir esa experiencia”, explican desde Vayoil Textil.

Asimismo, para Félix Martí, Director General de Resuinsa, “los manteles acompañan al comensal, sumándose a la experiencia gastronómica, y envolviéndolo en el ambiente que quiere transmitir el restaurante a través de la decoración. Así pues, los clientes valoran el diseño y la calidad de una mantelería, pero también la higiene que proporciona. Comer sin mantel de tela o con uno fabricado con PVC conlleva mayores índices de suciedad en la mesa y, en

Foto: Vayoil Textil





Foto: Rhointer España

este sentido, los comensales son cada vez más exigente con las cuestiones relacionadas con la higiene de la mesa. Esta idea quedó demostrada en un estudio que desarrolló el año pasado el Instituto Tecnológico Textil (Aitex), el cual concluía que comer sin mantel multiplica por 37 la presencia de bacterias en la mesa y que los fabricados con PVC llegan a acumular hasta cuatro veces más microorganismos que los de tela”.

Además, su diseño siempre está en sintonía con la imagen del hotel y con el estilo que se quiere transmitir. Siguiendo esos parámetros se crea el producto teniendo por supuesto en cuenta la imagen corporativa del hotel y como se puede integrar en el producto textil, en este caso la mantelería, llegando a convertirse en una herramienta más en la estrategia de marketing del establecimiento, ya que le ayuda en su diferenciación frente a otros establecimientos, puntualiza la Directora de Comunicación de Vayoil Textil.

Por todo ello, se puede concluir que “la presentación de la mesa es un factor muy importante a tener en cuenta por los restauradores y/o hoteleros”. Por ello, en GOMÀ-CAMPS “contamos con diferentes marcas para decorar la mesa y todas ellas ofrecen una amplia gama de manteles y servilletas de un solo uso, en diferentes colores y diseños, que permiten adaptar la decoración del local en función del momento del día, celebración, evento...”. Una de las ventajas de la servilleta o mantel de un

solo uso es que siempre esta impecable y perfecto, no sufre desgaste como la tela, por lo que garantiza una presentación perfecta.

Un buen servicio de mesa

Muchos son los elementos que conforman la mesa del restaurante, pero es necesario identificar cuáles son los que le dan el verdadero éxito al servicio de mesa. Ante esto, el Director General de Resuinsa explica que “las mesas deben estar bien vestidas. Para ello, la calidad y el diseño de los textiles son los puntos en los que se debe centrar un establecimiento para dar un buen servicio. Por un lado, calidad porque los manteles deben ser resistentes a los lavados industriales a los que son sometidos y, por otro, diseño para que siga una coherencia con el resto de la decoración y se convierta en seña de identidad del hotel o restaurante”.

Por su parte la Gerente de Carmela Martí, también ve como punto fuerte los textiles de mesa, “una mantelería textil es un elemento fundamental para que la experiencia sensorial sea completa. Vivimos en un mundo que se mueve a gran velocidad, en el que es difícil vivir en el momento. Ir a un restaurante supone una oportunidad para relajarse y pararse a sentir todas las texturas que envuelven esta experiencia. Del mismo modo que el vino no se disfruta igual en una copa apropiada que en una copa cualquiera, una mesa bien vestida no crea las mismas sensaciones que una mesa desnuda”.

Los restauradores son cada vez más conscientes de que el éxito de un establecimiento se consigue añadiendo a lo principal que es la comida un conjunto de sensaciones que queden marcadas en la mente de los comensales y el elemento textil es fundamental para conseguirlo, añade Mamen Pérez.

Además el Consejero Delegado de Nacional Sedera comenta que lo importante en los textiles de la mesa es que tengan un tacto agradable y suave. Concretamente, la servilleta debe ser absorbente, suave y de materiales naturales para proporcionar una sensación agradable. Igualmente, el que los textiles estén bien planchados es fundamental.

Para la Directora de Comunicación de Vayoil Textil, no hay que olvidar a qué condiciones extremas se someten las mantelerías. Por lo tanto, es necesario que sean duraderas, con poder de secado, con presencia, es decir, que tengan caída, solidez de colores y fácil planchado. Además, su diseño y color debe estar en perfecta sintonía con el resto de elementos decorativos de la estancia y personalizado si así lo requiere el establecimiento.

Para conseguir estas prestaciones, la mantelería deber estar elaborada con fibras naturales y sus mezclas de

Foto: Vayoil Textil



**Para tus huéspedes, el confort.
Para ti, la tranquilidad.**



Con Vayoil tienes la mejor lencería de hotel junto con la confianza y el servicio de una marca líder: gran capacidad de producción, seguridad en tus pedidos, precisión en los tiempos de entrega, flexibilidad, máxima garantía... por algo somos una de las marcas más reconocidas del mercado.

BIENVENIDO A LA TRANQUILIDAD VAYOIL

 **vayoil**
TEXTIL S.A.

www.vayoiltextil.es

poliéster, con medidas acordes, peso en gr/m² y con una confección donde destacan los dobladillos, que pueden tener diferentes anchos y la confección inglesa en las esquinas de las prendas. Aunque también pueden confeccionarse con esquina inglesa, siempre da una mejor imagen la esquina montada, además de tener más resistencia al descosido.

Otro elemento muy a tener en cuenta a la hora de seleccionar una mantelería u otra es la medida de las mesas. No necesitamos las mismas medidas para un mantel de mesa cuadrada en el que cuanto mayor es “la caída” mejor queda vestido a mesa y por tanto el restaurante. En este caso estamos ante un mantel que colgará por las cuatro esquinas, pero sin arrastrar el suelo.

Aunque la buena “presentación y la calidad”, como señala el Director Comercial Zona Caribe del Grupo Toledo, son los valores que deben seguir los encargados del servicio de las mesas. Profundizando en ello, desde GOMÀ-CAMPS se centran en la decoración, “crear una buena decoración en la mesa que vaya acorde con su establecimiento, dando así una sensación de continuidad entre ésta y el resto de la sala es esencial”.

Aunque para el Responsable de Marketing del Grupo Dino, el cuidado de la mesa



Foto: GOMÀ-CAMPS

es lo primordial, apunta a que el servicio de mesa es también el cuidado de la sala, el personal, la propia bienvenida al comensal, los tiempos..., para él estos son algunos de los principales ítems con los que se tiene que tener especial cuidado en el servicio de mesa. A lo que el Jefe Nacional de Ventas de Cubertería de Rhointer España añade que “lo más importante son las personas. A partir de aquí todos los detalles que surgen cuando alguien se sienta a la mesa son importantes. Algunos más que otros y desde luego, los cubiertos, que al final nos los llevamos a la boca pienso que son fundamentales. Son el nexo de unión entre el comensal y la comida”.

Como se ha comentado anteriormente, la mantelería tiene un doble objetivo. Por una parte, vestir bien las mesas, con diseños que estén en consonancia con la idiosincrasia del establecimiento y, por otro, ser un elemento de higiene, ya que evita la multiplicación de bacterias sobre la superficie, explica Félix Martí. Al mismo tiempo evitan que los cubiertos y demás utensilios se apoyen directamente en la mesa proporcionando una mayor higiene, añade la Gerente de Carmela Martí.

Sin embargo, todo ello es así por un objetivo final, que para Bernardo Balaguer es el de “fidelizar al cliente”. Desde GOMÀ-CAMPS explican que se debe perseguir la finalidad de captar la atención de los clientes, y que a éstos les guste lo que ven con sólo entrar en el establecimiento. “Ser acogedor, bonito y hacer la estancia del comensal lo más

agradable posible”, como indica Luis Ramírez Villarroya, para conseguir que el cliente repita. Lo importante no es la primera vez que se visita, sino que el cliente quiera repetir la experiencia, opina el Responsable de Marketing del Grupo Dino. En definitiva, por la satisfacción del cliente, concluye Pablo Sayas.

Tendencias

Al igual que en el resto de tejidos, la moda y las tendencias de diseños se ha instaurado en los textiles de mesa. Bajo la opinión del Director General de Resuinsa en cuanto a mantelerías se refiere, los diseños deben ser coherentes a la temática del restaurante, por ejemplo si es japonés, mexicano o mediterráneo. Las tendencias marcan la personalización de estos textiles, si bien es cierto que cada vez se está introduciendo más el color en detrimento del blanco, sobre todo, los pasteles. También vemos diseños geométricos y estampados enmarcados en la época del año, como las flores en verano.

Asimismo, según el hotel, el mantel puede cambiar si se trata de desayuno, comida o cena. Sin embargo, por normal general, la mantelería es diferente en función de la comida que se realice. Así pues, en la hora del desayuno pasan multitud de huéspedes por la misma mesa, por lo que se producen numerosos cambios de ropa. Esta mantelería suele ser blanca, con un mantel y cubremantel, siendo este último el que se va cambiando. Mientras, para la comida o la cena suelen hacerse

Foto: Nacional Sedera. Jordi Geli



La buena mesa, siempre vestida con mantel

La mesa de un restaurante debe ofrecer siempre sus mejores prestaciones al comensal y eso pasa por acompañarle siempre con una mantelería. Además de reforzar la imagen estética del establecimiento, los textiles ayudan a crear experiencias y a ofrecer espacios más acogedores y agradables. Solo hay que comprobar la sensación que ofrece una mesa desnuda de una que se haya vestido: la primera resulta fría, mientras que la segunda desprende calidez y calidad. Las mantelerías también reflejan la identidad del



restaurante a través del diseño, los tejidos y las formas decorativas con las que han sido confeccionadas. Así pues, la personalización de los textiles se ha convertido en uno de los aspectos más demandados en el sector hospitality. Por ello, Resuinsa cuenta con el **servicio Atelier by Carmela Martí** a través del cual los clientes pueden personalizar sus artículos siguiendo las tendencias que se sigue en el ámbito internacional y adaptándolos a la decoración y a la singularidad del establecimiento.



Además, los textiles son sinónimo de distinción y ayudan a destacar el resto de elementos, como la decoración del espacio, la cubertería o la vajilla. Es



decir, la mantelería incrementa la sensación de calidad, excelencia y buen hacer y se ha convertido en una seña de identidad. No importa que el establecimiento sea más grande o pequeño, de una temática u otra, el mantel es siempre una apuesta segura.

Mantelería y pulcritud

Al igual que la gente se lava las manos antes de comer, la mantelería aporta un extra de higiene. Y esto ha sido corroborado por un estudio que el año pasado realizó el Instituto Tecnológico Textil (AITEK) en el cual se demuestra que comer sin mantel o en uno fabricado con PVC acumula más suciedad que uno de tela.

Por todo ello, la compañía internacional Resuinsa encabeza la defensa de la buena mesa, aquella que utiliza mantelería, pues combina dos características fundamentales: la higiene y el diseño. Además, la mesa sin mantel ha sido una moda muy desacertada en España, la cual, afortunadamente, ya se ha dejado atrás, algo que no se ha visto en otros países como Francia e Italia, donde poseen una gran tradición gastronómica.





Foto: Resuinsa

dos o tres servicios por mesa y se opta por otro tipo de tejidos y colores.

Para Bernardo Balaguer actualmente no hay unos parámetros definidos ni concretos, depende del tipo de comida, restaurante (temáticos) y horario. Sin embargo, al igual que proponían desde Resuinsa, sí que denota que dependiente de momento del día, el servicio de mesa sufre modificaciones. “En desayunos se utiliza mucho papel mientras que para comida y cena, sobre todo para esta última, la mesa se viste mucho más. La tendencia es utilizar mucho mantel individual, sobre todo al mediodía y una mesa más vestida con ‘caminitos’ o ‘cubres’ para el servicio de cena”.

Esto es así entre otras cuestiones, por una cuestión económica. “Un factor importante son los precios y márgenes que se trabaja en cada servicio y también el momento del día en que se visitan. En un desayuno el coste por comensal es más económico, hecho que significará el posible uso de servilletas de papel y menaje más sencillo. Para almuerzo y cena se impregnará más valores en la mesa, sea por ser comida principal, más cara y con más márgenes de trabajo. A veces en la cena se utilizan más utensilios informales, por el hecho de ser una comida más llevadera”, explica Marc Ceron, Responsable de Marketing del Grupo Dino.

A la hora de vestir la mesa, la creatividad y la originalidad son valores en alza para potenciar la identidad del restaurante y

que deje una huella en el comensal. La mantelería es un elemento con el que innovar para crear distintas sensaciones.

Si se quiere dar un aire informal a la mesa generalmente utilizamos manteles individuales o caminos de mesa, mientras que si queremos transmitir más calidez y confort pondríamos una mesa más vestida. El tipo de mantelería no depende tanto del servicio que se ofrezca sino de la sensación que queramos transmitir.

Las mesas no tienen por qué ser homogéneas, se juega con los colores complementarios o combinando diferentes estampados en un mismo tono. Las mantelerías lisas abren paso a nuevos diseños con motivos geométricos, valora Mamen Pérez, Gerente de Carmela Martí.

Además, comenta que “lo que más se demanda es la personalización. El desarrollo de una mantelería que se adapte perfectamente a la identidad del establecimiento. Para ello, estudiamos la idiosincrasia del restaurante y diseñamos los elementos textiles conforme a ésta. Asimismo, entendemos que el textil tiene que cumplir también una funcionalidad, por lo que aconsejamos a nuestros clientes sobre los mejores materiales dependiendo de la utilidad que se le vaya a dar”.

Sin duda alguna, como señalan desde GOMÀ-CAMPS, hay una infinita variedad de posibilidades a la hora de decidir cómo decorar una mesa. Una de las opciones más elegidas son las servilletas

y manteles con diseños de tendencia y coloridos. “Nuestros diseños en colores y formas en tendencia permiten dar un estilo o toque diferente para cada servicio u ocasión”.

Desde tiempos inmemoriales el color blanco ha sido el color por excelencia, ya que como defendían los expertos era sinónimo de pulcritud e higiene. Aunque esto no ha cambiado, bien es cierto, como subraya Luis Ramírez Villarroya, que “siempre podemos tematizar según el tipo de restaurante u hotel. Es decir, podemos introducir tonos azules en restaurantes u hoteles con temática marinera o tonos tierra y cálidos en aquellos con temática de montaña. El estilo de la mesa del desayuno siempre será más informal y se permitirán individuales o caminos de mesa. En cambio, la mesa de la cena será más elegante y refinada”.

Como comentábamos en cuanto al uso del color, la tendencia es el blanco como recalca María José Esteve, pero para establecimientos que quieren poner color a sus mesas y, haciendo un estudio de la demanda que tenemos en nuestra empresa, estas son las tendencias. Dentro de los colores clásicos, aparecen colores un poco más fuertes como el burdeos, que te ayuda a aportar mayor elegancia a cualquier tipo de espacio, así como el color terracota. Para los hoteles más vanguardistas incluso aparecen el naranja o el amarillo, combinados o no con negro o blanco.

Foto: GOMÀ-CAMPS



En cuanto a las tendencias que van más hacia los colores pasteles, el color pistacho o el turquesa son ideales para terrazas hoteleras y por supuesto el color Pantone de 2109 es el 'living coral'. Este año, ha entrado también con fuerza el verde sobre todo para zonas exteriores o patios interiores con mucha luz.

Otra de las tendencias son los manteles estampados, en cuyo caso lo más recomendable sería elegir vajilla, cristalería y centros de mesa sencillos para combinar.

También el diseño se ha instaurado en otros de los elementos de la mesa, como pueden ser los cubiertos. Según señalan desde Rhointer España, "ahora mismo en la hostelería de nivel medio podemos afirmar que se trabaja en la implantación de modelos atemporales que aportan una coherencia de diseño sobre las tendencias que surgen con los gastrobares y los restaurantes de marcado carácter cosmopolita. Si bien, es cierto, que hay también una hostelería



Foto: Carmela Martí

que sigue trabajando con líneas más clásicas con modelos de cubiertos que llevan muchos años ya sobre las mesas de los restaurantes.

Respecto a si existen variaciones en función del tipo de comida que sea, la variación que más solemos apreciar se da fundamentalmente en el tamaño del cubierto, fundamentalmente en el

desayuno o en el 'brunch' en los que se suele trabajar con las piezas del servicio de postre a diferencia de las comidas y las cenas en las que se trabaja con las piezas de mesa".

Los elementos principales

Como nos han recalcado los expertos es fundamental que la mesa esté bien

 **heleo**
Grupo

Una gran empresa que
responde a sus necesidades
SERVICIO INTEGRAL DE PRODUCTOS Y SISTEMAS DE LIMPIEZA E HIGIENE PROFESIONAL

Tel. 91 447 20 56
Fax: (+34) 91 594 53 22

e-mail: grupo@grupohelo.com
www.grupohelo.com



Foto: Grupo Dino

vestida y para ello, es elemental que conozcamos la tipología de artículos que podemos encontrar en una mesa de cualquier establecimiento. Aunque como explica Pablo Sayas, “va a depender de forma directa del tipo de establecimiento hostelero en el que nos situemos. La alta restauración tiene que apostar sin lugar a dudas por tener todas las piezas que conforman el servicio de mesa; desde las piezas propiamente de mesa, pasando por las piezas de postre, las piezas de ‘lunch’ y también por supuesto piezas de servir; tanto de pescado como de legumbres”.

- Cristalería. En cuanto a este elemento, lo primordial es tener diferenciadas las copas de vino, pues no son las mismas si se trata de vino tinto o vino blanco. También debemos disponer de copa de agua y de zumo, esta última para los desayunos. Es cierto que en numerosos restaurantes tanto las copas de agua como las de zumo son sustituidas por vasos de refresco. Todos ellos como bien puede suponerse son de cristal. También si el establecimiento dispone de zona de bar y coctelería, esta gama de elementos se amplía considerablemente con vasos y copas para cócteles, combinados o licores.

Foto: Grupo Dino



Según opina Marc Ceron, Responsable de Marketing del Grupo Dino, “el juego de copas de vinos, cavas o licores son los habituales junto con el del agua. El juego de café u otros componentes son los otros que restan. El uso de cristalería de combinados se sirve habitualmente después del servicio”.

Aunque en los restaurantes de cadenas de comida rápida o autoservicio y buffet es reconocido el uso de elementos de un solo uso, en cuyo caso, como explica el Responsable de Marketing del Grupo Dino, la cristalería no es de cristal y es de materiales blandos como el plástico (que va a la baja) o bien cartón. También hay de polipropileno como material más rígido. Cuanta más calidad haya en los materiales, más estándares de garantizar el contagio térmico, desinfección... habrá.

“Los estilos vienen dados por las tendencias de moda que pueda haber. El factor minimalista va a la baja y cada vez más se utiliza productos con una imagen sostenible o ecológica, gamas Nature o 100% ecológica que disponen diversos fabricantes”, añade Marc Ceron.

- Vajilla. Tradicionalmente las vajillas de la mayoría de establecimientos se ha identificado por ser de porcelana. Ante la pregunta de qué artículos debemos tener, se debería disponer de al menos platos planos, hondos y de panecillo. Aunque esta clasificación es muy sencilla para todo el tipo y tamaño de platos que pueden emplearse según el protocolo.

Como ocurre con la cristalería la propia naturaleza de los nuevos estilos del restaurante donde se hace necesario el menaje de un solo uso, ha hecho necesario que se configuren nuevas formatos también de vajilla. En este caso, Marc Ceron, Responsable de Marketing del Grupo Dino, observa que el plástico va desapareciendo y cada vez más aparecen productos con materiales biodegradables o compostables. La normativa cada vez es más seria en el uso de plásticos y en zonas turísticas es más habitual que el cliente esté concienciado en el medioambiente.

- Cubertería. “Un juego para toda la comida y una cuchara para el postre

es el mínimo kit de mesa, a partir de aquí jugaremos con los de ensaladas, pescados, carnes, marisco... Es infinita la variedad de soluciones para la mesa que tenemos. Dependiendo de la categoría del establecimiento jugaremos con las opciones que queramos dar”, señala Marc Ceron.

El estilo de éstos va a depender del propio estilo que el establecimiento quiera dar a su local o establecimiento. Podemos encontrar con ambientes de estilo más clásico hasta establecimientos con diseños más cosmopolitas o urbanos.

En este sentido otro aspecto que puede marcar diferencias es el propio concepto de servicio de restauración que se quiera ofrecer; un servicio clásico para comidas o cenas con un servicio completo de comidas o cenas con primeros platos, segundos platos, postre... o bien establecimientos en los que se ofrece un servicio más rápido con medios menús. Hoy en día existe un mix entre un servicio clásico y un servicio más cosmopolita en los que el formato “brunch” también tiene cabida.

Para todos estos estilos podemos ofrecer desde cuberterías más clásicas hasta modelos de cubiertos más atemporales o modernos en cuanto a su diseño con líneas más estilizadas. Parece que las nuevas aperturas de establecimientos están más enfocadas en ésta última tendencia, señala Pablo Sayas, Jefe

Foto: Vayoil Textil



Nacional de Ventas de Cubertería de Rhointer España.

- Dosificadores. Marc Ceron, recomienda que “en un restaurante que se quiera evitar desde del minuto uno la atención constante en la mesa, encontraremos los dosificadores desde la llegada a la mesa, pero es habitual que sólo haya la sal y en función del manjar que hagamos, se irá acercando los diferentes acompañamientos que deseemos.

Es cada vez más habitual, y a raíz de la normativa existente, que los aceites vayan con el envase original del fabricante (a fin de garantizar evitar el relleno con otro producto). El diseño funcional debe ser el más implantado en la mesa, y si es transparente para garantizar contenido, mejor...”.

Marc Ceron, Responsable de Marketing del Grupo Dino, aclara que partiendo de los indispensables que se han citado anteriormente, podemos ampliar la mesa con más cubertería, más platos o



Foto: Nacional Sedera

cristalería dependiendo de los platos que serviremos. A partir de aquí tendremos también plato para el pan, la bandeja de los aliños, un posible centro decorativo, los palillos,... pero soy de los que pienso que cuantas menos cosas haya, mejor.

De este modo, bajo su punto de vista concreta que “una mesa básicamente debe tener los cubiertos, los platos,

el vaso y la servilleta. A partir de aquí el abanico de accesorios es ilimitado en función del prestigio o sello propio que desee impregnar la propiedad del establecimiento. Como estamos fijados a convertir las casas de comidas en espacios de experiencias, tenemos que partir de la base que cuantas más aportaciones hagamos a la mesa, más grata será la experiencia”.



Siempre cerca de ti

Cobertura total en toda Europa



GLOBAL SERVICE



dino.es



Atención local personalizada



Atención comercial y S.A.T. in situ



Rapidez en el servicio



Flexibilidad



Foto: GOMÀ-CAMPS

- Lencería de mesa. El gran protagonista. "Por supuesto no pueden faltar los textiles. Vestir bien una mesa -como hemos visto- es indispensable para ofrecer una buena imagen al comensal y, además, es garantía de higiene. Durante un tiempo los restaurantes españoles han prescindido de la mantelería, siguiendo una errática moda que no era del todo higiénica, pero en la actualidad se ha vuelto a apostar por la buena mesa con mantel", señalan desde Resuinsa.

Como explican desde GOMÀ-CAMPS, los elementos indispensables en una mesa son básicamente dos: el primero el mantel, el cual nos proporciona higiene sobre la mesa, y el segundo, la servilleta de calidad y diseño. "Cada vez más en sintonía con diseños diferentes y en tendencia con la moda textil o de decoración del hogar". A los que el Consejero Delegado de Nacional Sedera añade uno más ampliándolos a tres. Él considera que también es necesario el cubremantel.

En el caso de María José Esteve indica que "las mesas pueden estar vestidas con mantel completo (mantel, servilleta, cubremantel, tira-mantel), mantel individual (servicio de mesa de desayuno) o un camino de mesa. El uso de textiles dependerá de la propuesta gastronómica del establecimiento, del ambiente que se quiera diseñar y de las tendencias estéticas del momento".

La lencería de la mesa juega un papel muy importante a la hora de transmitir

estilo, delicadeza y elegancia. Además, contribuirá a crear un ambiente acogedor que influirá en la experiencia del cliente, apunta el Consejero Delegado de Nacional Sedera. A lo que Marc Ceron añade que "utilizando según qué colores y materiales daremos más sobriedad o daremos más informalidad a la experiencia gastronómica", con lo que influye directamente en el comensal y las sensaciones que éste experimenta. Por ello, el Director Comercial Zona Caribe del Grupo Toledo determina que un cambio de color o de textura puede hacer que parezca otro restaurante diferente al cual ya hemos accedido en otras horas del día.

Decoración

Además de los propios elementos necesarios para que los comensales puedan disfrutar de su experiencia culinaria, los restaurantes disponen artículos de decoración para que la mesa se encuentre vestida al completo.

En este sentido, desde GOMÀ-CAMPS explican que el uso de jarrones, velas, flores, etc. "si los usas para potenciar la combinación elegida junto a la mantelería y servilletas siempre es un plus, ya que consigue hacer llegar con más fuerza al cliente la imagen que el establecimiento quiere mostrar".

Asimismo, el Responsable de Marketing del Grupo Dino indica que "toda decoración correcta y óptima viste la mesa y da más elegancia a la experiencia

gastronómica. No por poner más elementos será más elegante. El uso con sentido común de los mismos da espacio, calidez y placer a los comensales". Además añade que la tendencia es escoger los artículos de decoración que dan calidez y sobriedad. "Son los diseños que más gustan en el mercado español". Ejemplo de ello, son los objetos como velas, centro floral mínimo o jarrones pequeños... que no quiten espacio al resto de la mesa y sean sencillos, son los más habituales.

Lo ideal es que estos artículos de decoración estén en sintonía total con el resto de elementos que conforman la mesa, y a su vez con el restaurante. Esto garantiza que todo lo que el cliente ve al entrar al local lo asocie a un todo, a la marca del restaurante o el hotel.

Higiene

Como ya comentaban algunos de los expertos el servicio de mesa y sobre todo la lencería en éste es sinónimo de higiene, por ello hay que tener especial detenimiento a la hora de ejercer una buena higienización en el servicio de mesa en todos sus elementos.

Félix Martí, Director General de Resuinsa, recuerda que "durante el servicio, el uso del mantel de tela es un elemento de higiene muy importante, ya que evita la concentración de microorganismos. Como ya comentaba anteriormente, según un estudio del Instituto Tecnológico Textil (Aitex), comer sin textiles multiplica hasta por 37 la presencia de bacterias en la mesa. Además, también existe un mayor número de microorganismos en aquellos manteles fabricados con PVC, por lo que la mejor opción siempre va a ser el uso de una mantelería de tela."

La higiene en la mesa es uno de los hechos en los que más hincapié debemos hacer. No olvidemos que antes de realizar la digestión de la comida, los alimentos que van de la cocina a nuestra boca han pasado por una mesa. Los platos, la cubertería, la mesa... son espacios y útiles que deben tener unos estándares de limpieza e higienización, y en gran parte deben regirse por unos principios de limpieza. "Un buen limpiador y un buen desinfectante de superficies son

los mejores aliados para garantizar este proceso”, sentencia el Responsable de Marketing del Grupo Dino.

Respecto a este tipo de productos, los que están compuestos de amonios cuaternarios están desplazando a los clorados por durabilidad y por el no perfume a cloro, señala el Vicepresidente del Grupo Heleo. A lo que Marc Ceron añade que “el más empleado es el que limpia y desinfecta a la vez. Productos con base alcohólica son los más utilizados, puesto que el alcohol es un correcto desinfectante y facilita el secado de la superficie agilizando el aclarado de la misma”.

Para llevar a cabo una buena higienización además del limpiador y desinfectante, son necesarias las bayetas y los paños. En este caso, se han lanzado al mercado “nuevas microfibras antibacterias con distintos rizos y composiciones, con un objetivo principal, no contaminar”, explica Antonio Pérez Tornero, Vicepresidente del Grupo Heleo.

Desde GOMÀ-CAMPS, en cuanto a estos productos unos de los más eficaces son los que están especialmente diseñados con el fin de utilizarse en el sector profesional ya que sus calidades de alto gramaje proporcionan una resistencia y absorción óptimas para la mejor limpieza en estos entornos.

Según añade Marc Ceron, son necesarios tanto los paños como las bayetas, porque los primeros nos ayudan a poder secar bien una superficies a bien de poder dejarla impoluta, pero previamente habrá sido necesario pasar una bayeta para limpiar las superficies con las manchas más rebeldes. Los paños semidesechables y las bayetas microfibras son en la actualidad las más fiables y seguras.

Otros sistemas de limpieza son como señala Antonio Pérez Tornero las fregadoras pequeñas para comedores grandes. Estos aparatos se están imponiendo por fiabilidad y rendimiento. Además, encontramos que por tener una superficie con muchas imperfecciones o bien puntualmente para poder hacer una limpieza más minuciosa utilizamos máquina que generan vapor, las

vaporetas, para garantizar limpieza y desinfección, o bien aspiración para poder llegar a espacios que no llegan las bayetas, informa el Responsable de Marketing del Grupo Dino.

En el caso, por ejemplo, de la cristalería es muy importante el uso del abrillantador, ya que como informa el Vicepresidente del Grupo Heleo “facilita el secado y la no adherencia de la cal”. Este producto, en el lavaplatos (el líquido azul) además de dar un excelente acabado a la cristalería y jugar el papel importante de facilitar el secado, hace saltar los restos de jabón y otros materiales que quedan en la superficie”.

Aunque según apunta el Responsable de Marketing del Grupo Dino, “para tener un buen acabado no sólo es necesario este producto químico, sino que también un buen agua, una correcta temperatura de la máquina y una presión del agua óptima de la máquina ayudaran al proceso”.

Las normativas, sobre todo en cuestión de respeto con el medioambiente, están llevando a los fabricantes a seguir trabajando e innovando en este campo. En este sentido, según comenta el Vicepresidente del Grupo Heleo, “estamos implantado cada vez más los lavavajillas ecológicos con Ecolabel y los sistemas de sólidos frente a líquidos”. Además, se está innovando en el uso de productos con ‘secuestrantes’ que dañen lo menos posible el medioambiente, concentrados para obtener envases más pequeños (facilitando riesgos laborales y espacio en las cocinas), así como también productos que garanticen la obtención de un agua pura (osmosis) para el proceso de lavado”, añade Marc Ceron.

En el mundo del papel se está trabajando mucho para garantizar que tanto los productos como el proceso de producción sea lo más sostenible posible, así como ofreciendo la posibilidad a los clientes de elegir una gama de productos 100% reciclados, indican desde GOMÀ-CAMPS.

Actualmente, según informa el Responsable de Marketing del Grupo Dino, se está dando un momento de concienciación mutua tanto de los fabricantes como de los clientes. “Cada



Foto: Nacional Sedera

vez más los productos ecológicos o con sello Ecolabel son más comunes en la hostelería y los clientes cada vez más solicitan este tipo de productos”.

Muchos son los aspectos que debemos tener cuenta en el servicio de mesa de nuestros establecimientos: los elementos con los que debemos montar nuestra mesa, las tendencias en diseño que nos harán destacar, incluso cómo realizar una buena higienización. Estar al tanto de las innovaciones y novedades en estos sentidos harán que nuestro restaurante u hotel garantice una experiencia total de lo más gratificante a nuestro comensal, lo que sin duda se traducirá en un reporte para el establecimiento ya sea en forma de prestigio, difusión o, como no, en un reporte económico.

Foto: Vayoil Textil



■ El hotel Villa Magna equipado por PRIM SPA ■



Un nuevo y exclusivo espacio de bienestar y salud equipado por Prim Spa en uno de los hoteles más lujosos de España, el hotel Villa Magna en Madrid. La compañía, fundada en 1870 y por tanto con más de 140 años de presencia en el mercado, actualmente, es la empresa líder del sector de la Salud y el Bienestar.

PRIM al Servicio de la Salud diseña, fabrica, comercializa, instala y mantiene soluciones avanzadas en el mercado de suministros médicos hospitalarios y ortopédicos, Balnearios, Termas,

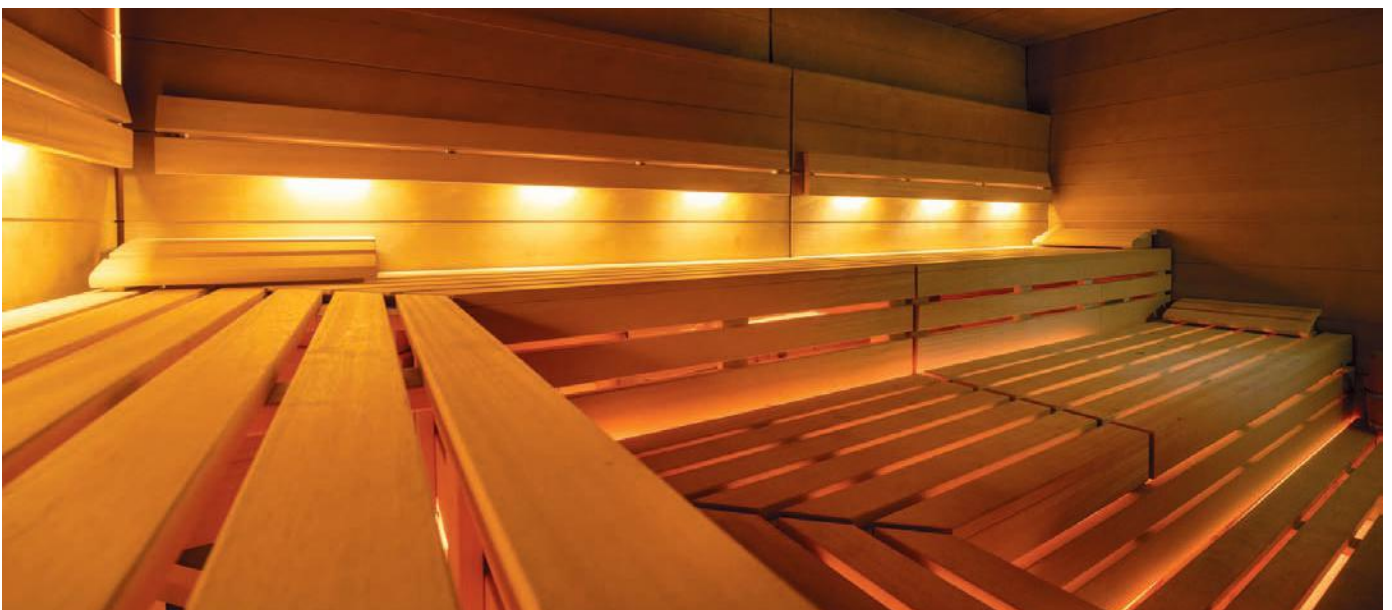
Spas y Wellness, tanto en el sector Público como Privado. Además, es la única empresa del sector que cotiza en el mercado continuo de la Bolsa Española. PRIM Spa es una división perteneciente a PRIM y en la que consolida sus ventas.

El alojamiento de lujo Villa Magna, situado cerca de museos de renombre, de los restaurantes más novedosos y junto a una vibrante vida nocturna, además de encontrarse en el mejor distrito comercial

de la ciudad, no es lo único que le distingue de otros alojamientos del lugar. En él destaca The Spa, situado en la planta -1 del hotel, un espacio para el bienestar que cuenta con salas de tratamientos, sala de relajación, áreas húmedas con jacuzzi, ducha sensorial, sala de vapor y sauna. Un espacio creado de la mano del especialista en diseño, construcción y equipamiento de este tipo de proyectos, Prim Spa.

En las nuevas instalaciones, ponen a disposición de los clientes más exigentes un SPA con un espectacular jacuzzi desbordante con hidroterapia y cromoterapia, una sauna de la marca Prim Spa-Klafts modelo profesional con acabados panelados en hemlock, un baño de vapor de la marca Prim Spa-Klafts con revestimientos en mármol, cromoterapia y aromas esenciales. Como contraste de temperatura la ducha "Sensaciones" de Prim Spa permitirá disfrutar de una cascada de relajación y sensaciones placenteras. La zona termal se completa con un Hammam, cuyo mármol ha sido extraído directamente de Turquía y con el mismo ritual que marca la tradición.

Para los clientes que quieran disfrutar de un masaje o tratamiento personalizado, THE SPA cuenta además con cuatro cabinas de tratamientos con camillas térmicas de la exclusiva marca "Gharieni" distribuidas por Prim Spa y que completan una experiencia única del lujo de la belleza y el bienestar.



■ Disarp lucha por el medioambiente con EcoZ system ■



Desde que en Disarp, iniciaron hace un año su plan 'Green over Green', cada acción que realizan es un paso más en su camino de mantener el verde sobre verde, para que no se marche de nuestras vidas. Esto les ha llevado a solicitar más certificados Ecolabel y a cambiar su manera de funcionar:

- Aprovechando al máximo la luz natural en nuestras instalaciones.

- Cambiando toda la ubicación de la planta fabril para anular los residuos.

- Invirtiendo más en I+D+i para "inventar" nuevos productos ultra concentrados que evitan el transporte innecesario de grandes volúmenes, lo que conlleva a mucha menos emisión de CO₂ y un ahorro también en palets, cartón y plástico.

- Fabricando con materias primas sostenibles con el medioambiente.

Con su plan Green Over Green, quieren eliminar el uso de envases vacíos y ser más eficientes con el respeto a la naturaleza. Analizan cada uno de los puntos donde se pueda mejorar la reducción del impacto medioambiental, tanto en la fabricación, en el almacenaje y la utilización final de sus productos.

En sintonía con este ideal desde Disarp han patentado el Sistema EcoZ, un nuevo sistema de pistolas de dosificación donde el escaso uso de plástico en las cargas ayuda a disminuir un 85% el residuo plástico, que a su vez tiene punto verde, ya no son necesarias las empresas de retiradas de residuos. Con esto conseguimos abaratar los costes del usuario en el producto y en envases. Consiguiendo un sistema de limpieza más cómodo y respetuoso con el medioambiente.

EcoZ es un sistema práctico, fácil de mover y se distingue con un código de colores, "la pistola verde con la bolsa verde". Así cada producto tiene su color bien diferenciado para que no haya confusiones y mal uso. Al estar las cargas al vacío no influye la posición de la pistola, funciona igual del derecho que del revés o de lado, siempre succiona el producto a diferencia de las botellas más convencionales, que sólo funcionan en una posición.

Hoy en día todos los gobiernos están buscando alternativas para eliminar la contaminación y el sueño de Disarp es convertirse en un referente activo en material de sostenibilidad para el sector profesional y de gran consumo. Fueron los pioneros con la fabricación de monodosis hidrosolubles, con las cajas de concentrados y sistemas novedosos de predisolución sólida. Actualmente disponen de equipos de dosificación patentados y sistemas de aplicación exclusivos.



mavilop MAVILOP Mobiliario de diseño para terrazas de hoteles

La terraza o porche de los resorts y hoteles son un elemento fundamental de la imagen de marca de un espacio. Ahora que llega el buen tiempo y se aproxima la temporada alta es buen momento para tener a punto el mobiliario de nuestra terraza o piscina. Los hoteles y alojamientos turísticos albergan diferentes espacios muy versátiles con pérgolas, techos fijo o móviles, techumbres de mimbre o espacios totalmente al aire libre por lo que es importante que estos muebles, que pueden estar directamente a la intemperie, resistan las condiciones atmosféricas de exteriores y tengan a la vez la comodidad y de los muebles de interior ya que son lugares donde los huéspedes quieren estar relajados y a gusto tomando el sol, leyendo cómodamente un libro o tomando algo tranquilamente. Por esta razón en Mavilop te ofrecemos una línea de mobiliario contract diseñado para este tipo de espacios. Son muebles aptos tanto para interior como para exterior que cumplen estas condiciones de resistencia, de comodidad y que combinan a la perfección en una terraza de diseño, integrándose perfectamente en el entorno. Las novedades en este sentido son: la Marine es un sofá de una o tres plazas realizado con estructura en aluminio y tapizado en malla de vinilo y la Turqueta es una silla realizada en aluminio y tapizado en malla de vinilo con PVC.



EUROFRED Supercapri y Stratos, novedades en vitrinas de heladería

EUROFRED
being efficient



Eurofred, compañía que con más de 50 años de experiencia se ha consolidado como un partner para los profesionales del sector Horeca, presenta las nuevas incorporaciones a la gama de heladería profesional de ISA, las vitrinas Supercapri y Stratos. Conscientes de que en una heladería lo más importante es el producto, el helado artesano, ISA ofrece una amplia gama con la mejor tecnología, una gran visibilidad y opciones de personalización. La última novedad de Eurofred es la incorporación de las vitrinas Supercapri y Stratos a su catálogo, que combinan un elegante y atractivo diseño italiano con características técnicas de alto nivel. Sus prioridades son la buena conservación y la mejor exposición del producto. Ambas, además, cuentan con tres posibilidades de ventilación, que les permite adaptarse a las necesidades específicas de cada cliente. La modalidad de ventilación Plus dispone de un evaporador individual de doble salida de aire con flujo frontal; la Plus 1, de doble evaporador con salida individual de aire con flujo posterior; y la modalidad Plus 2, con doble evaporador con dos salidas de aire y flujo posterior. Supercapri destaca porque garantizan la mejor visibilidad del producto y el mantenimiento de la textura idónea del helado artesano, aunando así atractivo comercial y calidad de producto. Por su parte, Stratos, dispone de apertura frontal semiasistida hacia arriba y cierre posterior con puertas correderas o cortina de retroceso manual; cristal superior con interruptor, además de los cristales laterales y el frontal con doble cámara climatizada, ruedas pivotantes con freno para un fácil desplazamiento y altura regulable.

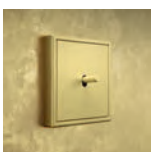
FOCUS FOCUS Nuevo acabado para los modelos Outdoor

Focus anuncia que su acabado al óxido ahora está disponible para los siete modelos de chimeneas que acogen la gama outdoor: desde la emblemática y reconocida Gyrofocus hasta otras referencias como la Bathyscafoc, Domofocus, Emifocus, Ergofocus, Miofocus y Paxfocus. En la fábrica, cada pieza es tratada con ácido con la idea de iniciar así un proceso de oxidación que hará que dicha pátina evolucione de forma natural. En el momento de la entrega al cliente, el óxido que cubre la chimenea es de color naranja, pero su instalación al aire libre hará que éste desarrolle con el tiempo una estructura y acabe adquiriendo un tono marrón. La constitución del acero bruto es tal que el hidróxido de hierro (óxido) que se crea de forma natural en la superficie de la chimenea, en presencia de oxígeno en el aire y en un ambiente húmedo, puede presentar colores aleatorios difíciles de controlar, desde el naranja al negro. Entre las ventajas de este acabado, en comparación con el de pintura negra habitual de la gama outdoor, es que estas chimeneas sí se pueden instalar cerca del mar. Los materiales como el acero, la madera, el cuero, la terracota... son, en algunas de sus formas, materias primas que evolucionan, son materiales vivos maleables, lo que hace que su interés estético sea diferente a los materiales inertes y amorfos.



JUNG Lanza la serie LS 1912 de interruptores de palanca

JUNG



Jung presenta su nueva serie de mecanismos eléctricos LS 1912. Bautizada así como homenaje al año en que Albrecht Jung fundó la empresa, la serie supone sin duda un sentido reconocimiento a sus raíces estilísticas y conceptuales. La nueva serie LS 1912 refleja claramente una 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 las mejores soluciones para viviendas y edificios. Las alternativas para decoradores y estilistas se multiplican aún más gracias al porfolio de acabados aplicables a la serie LS 1912. La firma 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.



EVOKA GROUP Dually, la máquina doméstica más profesional

Dually, de la marca Saeco del Grupo Evoca, representa la síntesis perfecta entre una máquina para la pausa del café en entornos de trabajo y una para uso profesional en bares, restaurantes y salas de desayuno de hoteles, gracias a su capacidad para proporcionar un alto número de bebidas diarias. El profesional apreciará la posibilidad de suministrar agua caliente, modular la erogación de vapor y establecer la dosis y la temperatura de las bebidas en la pantalla. En el lugar de trabajo, Dually es apreciada por su pequeño tamaño, facilidad de uso, amplia selección de bebidas y velocidad de erogación. El diseño compacto resalta los dos grupos de café y la gran pantalla táctil de 7". Dually dispone de un sistema ALL-CAP que le permite gestionar varios tipos de cápsulas; actualmente disponible en versiones compatibles Espresso Point® y Nespresso®. Por todo ello, la nueva máquina de cápsula con dos grupos Made in Italy de la firma Saeco, ha recibido el premio Good Design Award 2018, el reconocimiento internacional más antiguo y prestigioso por su excelencia e innovación en el diseño. Promovido por el Athenaeum Museum of Architecture and Design de Chicago, el premio se estableció en 1950. Cada año celebra las innovaciones que abren nuevos caminos y amplían las fronteras del diseño industrial.



GROSFILLEX Amplía la colección Sunset



Grosfillex, fabricante de mobiliario Contract de interior/exterior y revestimiento decorativo, actualmente es una empresa puntera en el desarrollo sostenible de todos los productos que fabrican, con más de 90 años de experiencia, presenta las novedades 2019 en su Gama de Productos Contract con las nuevas incorporaciones de telas en el sillón y en la tumbona Sunset. Grosfillex presenta una ampliación de esta colección Premium de mobiliario para exterior, de línea elegante y diseño atemporal para crear espacios serenos, actuales y sobre todo, con sumo estilo. Sillón y tumbona disponible en cuatro acabados: chasis Blanco Glacier / Textilene Beige T33, chasis Gris Platinum / Textilene Gris T30, chasis Blanco Glacier / Textilene Turquesa T35 y chasis Bronce Fusión/ Textilene Marrón T36; Mini tumbona: chasis Bronce Fusión / Textilene Marrón T36, y la nueva tumbona Sunset Confort disponible en tres acabados: chasis Blanco Glacier/ Textilene Beige T33, chasis Gris Platinum/ Textilene Beige T33 y chasis Bronce Fusión/ Textilene Marrón T36.

VONDOM® VONDOM Nueva colección Suave por Marcel Wanders

La colección Suave es el resultado de cinco años de trabajo entre el mundialmente conocido estudio de diseño Marcel Wanders y la compañía española de mobiliario Vondom. "Convertir cualquier espacio exterior en un verdadero oasis, con el único objetivo de unir a las personas y celebrar la vida", Marcel Wanders. Esta colaboración juega un papel fundamental en el crecimiento de Vondom, al lanzar la primera colección en la historia de la compañía que combina nuevos materiales, texturas y tejidos para crear una experiencia al aire libre más sofisticada y elegante. Ante todo, la colección desdibuja las fronteras entre mobiliario interior y mobiliario exterior, consiguiendo un mayor nivel de suavidad, confort y relajación. Con Suave, Vondom introduce un nuevo método productivo increíblemente resistente – la inyección de poliuretano – y desafía toda una década de trabajo que le ha situado en el mapa internacional del diseño de muebles. Reinventándose, Vondom lleva a cabo una meticulosa manufactura, supervisada por más de 20 especialistas que han trabajado junto a Marcel Wanders para realizar su sueño. Fusionando artesanía y tecnología avanzada, cuidado por los detalles y producción industrial y desdibujando las fronteras entre interior y exterior, la colección Suave es el reflejo de esta gran sinergia. Los productos incluidos son un sofá modular, pufs de cinco medidas diferentes y elegantes macetas disponibles en tres tamaños. En conjunto, las nuevas texturas y delicados tejidos reflejan la sensualidad, calidez y poesía de Marcel Wanders. "Hemos seleccionado colores cálidos, sensuales y apacibles para crear un ambiente acogedor e icónico que se convierta en el lugar en el que estar", afirma Gabriele Chiave, director creativo de Marcel Wanders.



VINFER Da a conocer novedades en desinfectantes clorados



Los laboratorios de Vinfer, han desarrollado nuevos desinfectantes clorados de la línea HACCP, dentro de la familia Vinfer Profesional. En estos "dos nuevos productos formulados específicamente para la industria alimentaria" encontramos por un lado, el Limpiador Colorado V104 con un alto poder desengrasante, además de su fuerza desinfectante sobre suelos, azulejos, baños, cocinas, etc. Con una acción bactericida y fungicida. Ideal para la industria alimentaria. Por otro lado, el Detergente Máquinas Colorado V507. Se trata de un detergente líquido alcalino clorado para máquinas lavavajillas industriales. Su capacidad secuestrante se encuentra entre aguas blandas y aguas semi. Máximo poder de detergencia, desengrasante y desinfección. También apto para la industria alimentaria. Estos desinfectantes completan la línea junto con sus dos desinfectantes de base amonio cuaternario: Vinfermatón Limpiador Desinfectante V801, un limpiador de superficies apto para la industria alimentaria en condiciones sucias y el Desengrasante Desinfectante Jaguar Multi V203 que combina un alto poder desengrasante con acción desinfectante, un desinfectante que no debe faltar en ninguna cocina.

Catalonia Hotels & Resorts cocina 1.400 menús para Arrels Fundació

CATALONIA
HOTELS & RESORTS



restaurantes entre el 1 de diciembre y el 6 de enero.

La cadena hotelera con más presencia en el centro de Barcelona, Catalonia Hoteles Resort, impulsó una acción solidaria durante la campaña navideña llamada 10 Menús 1 Navidad. Mediante esta acción, Catalonia Hotels & Resorts se comprometió a donar un menú solidario por cada diez menús consumidos en sus hoteles y restaurantes entre el 1 de diciembre y el 6 de enero.

Tras consumirse 14.000 menús navideños por parte de empresas y particulares, Catalonia ha puesto en marcha la segunda parte de la acción, la de elaborar 1.400 menús para Arrels Fundació. Gracias a esta iniciativa, las 40 personas que visitan cada noche el comedor de La Llar Pere Barnés cenarán, durante 35 días, un menú equilibrado cocinado en la cocina de un hotel de cuatro estrellas. Estas personas sin hogar han vivido en la calle y su estado de salud es frágil, tanto a nivel físico como a nivel mental. Actualmente, y mientras Arrels Fundació busca otras alternativas, residen de manera temporal en la Llar Pere Barnés.

Esta donación en especies no podría efectuarse sin la colaboración de Club Rotary Barcelona Centre y el programa de voluntarios de "la Caixa". Gracias a estas dos entidades los menús se recogen en los hoteles y se transportan, en vehículos acondicionados, hasta La Llar Pere Barnés de Arrels Fundació.

Vincci Hoteles se suma un año más a "La Hora del Planeta"



Cada pequeño gesto cuenta, japaga la luz por el planeta!, iluminamos la naturaleza. Con esta premisa la cadena hotelera se unió una vez más a esta campaña promovida por WWF en la que se anima a apagar la luz durante una hora y que este año se presenta bajo el lema "Apaga, por la naturaleza, en la hora del planeta". Vincci Hoteles se suma a la iniciativa como parte de su firme compromiso con su entorno social y medioambiental.

La cadena hotelera aplica desde sus inicios un modelo global de crecimiento sostenible que aboga por el respeto y cuidado del entorno en el que desarrolla su actividad tanto de sus oficinas centrales como de cada uno de sus establecimientos. Desde su creación en 2001, Vincci Hoteles se ha marcado una serie de compromisos relacionados con el respeto por el entorno social y medioambiental y ha puesto en marcha distintas vías de actuación incluidas en su Plan Director de Responsabilidad Social Corporativa y en su Memoria Anual de Sostenibilidad, que publica cada año.

Barceló Hotel Group y Sabre Hospitality Solutions unidos en una nueva estrategia

Barceló
HOTELS & RESORTS

Barceló Hotel Group, empresa de turismo líder en el mercado español y una de las más grandes de todo el mundo, ha elegido a Sabre Hospitality Solutions como proveedor de distribución y socio comercial para sus hoteles de todo el mundo.

En el marco de este histórico acuerdo, Barceló Hotel Group, como parte del Grupo Barceló, utilizará la plataforma de Sabre SynXis, que incluye SynXis Central Reservations (CR), para su nueva estrategia de distribución. El Grupo utilizará la plataforma de tecnología avanzada SynXis de Sabre para evolucionar sus operaciones y extender su alcance mundial asegurando una estrategia de canal efectiva y preparada para el futuro, que ayudará a maximizar los ingresos de sus canales directos e indirectos.

Sabre y Barceló Hotel Group también trabajarán juntos en agilizar la descarga de reservas de tour-operación introduciendo un procedimiento de automatización dentro de SynXis Tour Manager pionero en la industria. La solución, anunciada a mediados de 2018, permite la distribución a cientos de operadores turísticos a través de la Plataforma SynXis, lo que facilita a los hoteleros gestionar sus cupos, inventarios y tarifas para el segmento de operadores turísticos y vacacionales en tiempo real.

Además, Barceló Hotel Group podrá identificar oportunidades de mejorar tanto sus ingresos como la experiencia de sus huéspedes gracias a la información que ofrece la gama completa de servicios digitales y analíticos de Sabre como parte de las soluciones a su disposición.

La directiva del grupo Gallery Hoteles liderada por mujeres



Las cifras en Gallery Hoteles llaman poderosamente la atención, sin buscarlo expresamente, sus tres hoteles de Barcelona, Málaga y Mallorca están dirigidos por mujeres. A ello hay que sumarle que el Grupo hotelero no sólo cuenta con Directoras al frente de sus establecimientos, sino que todos los puestos directivos en sus oficinas centrales también los ocupan mujeres, e incluso, dentro del número total de empleados de cada hotel, el porcentaje de mujeres es más de la mitad en cada centro.

La presencia de la mujer en Gallery Hoteles tiene nombres propios como: Marta Golobardes, Directora General del Grupo, Lourdes Grau, Directora de Gallery Hotel (Barcelona), Myriam Ortiz, Directora de Molina Lario (Málaga), Elena Oliver, Directora de Hotel Honucai (Mallorca); y también en el equipo directivo corporativo ubicado en Barcelona que cuenta con mujeres en la dirección de las principales áreas de la compañía, como Raquel Romero en la Dirección de Marketing & Ventas, Ana Muñoz en la Dirección Financiera e Imma Bosch en la Dirección de RRHH.

ServicePlus, el servicio postventa de Rational que marca la diferencia



Rational no sólo se preocupa de ofrecer la mejor solución técnica para la cocción de alimentos, sino que va más allá para ofrecer el paquete de servicios más completo para dar un soporte de 360° para que el chef se sienta seguro y acompañado en todo momento.



El ritmo en una cocina profesional es frenético, así que ¿cuánto tiempo le queda al chef para sacar a delante un menú único y de excelente calidad? Seguramente muy poco. Por eso desde

Rational, hemos ideado dos equipos de cocción únicos que no tan solo ofrecen la máxima calidad de cocción, sino que además y, de forma gratuita, incluyen el mejor servicio post-venta del mercado.

En el mismo momento en que se adquiere uno de sus equipo, su servicio post-venta ServicePlus gratuito se activa para el cliente. Quién se decide por Rational no sólo consigue los mejores equipos en cocción, sino también una gran cantidad de beneficios extras en forma de servicios, de los cuales la mayoría son gratuitos. De esta manera seguimos al servicio de nuestros clientes también después de la compra y a lo largo de toda la vida útil del equipo.

Como especialistas en equipos de cocción, en Rational desean que todos sus clientes aprovechen al máximo su equipo, por eso, dentro del paquete de servicios ServicePlus, el primer servicio que pueden solicitar es la Introducción Inicial donde un chef les explicará los conceptos básicos para poder utilizar el equipo de manera inmediata.

Vayoil textil elegida de nuevo miembro del comité organizador de Hostelco 2020



La empresa Vayoil Textil, representada por su Director Comercial Ramón García, ha sido elegida de nuevo para formar parte del Comité Organizador del certamen Hostelco 2020 que este año que se celebrará del 20 al 23 de abril del 2020 en Fira Barcelona.



El comité organizador de Hostelco está formado por personalidades clave del sector y su función es consultiva y de asesoramiento. Se han seleccionado empresas de referencia del sector como es el caso de Vayoil Textil como expertos proveedores de lencería para hostelería y colectividades.

El comité ya ha tenido su primer encuentro con el objetivo de continuar incrementando el interés del sector en este certamen y con la vista puesta en incorporar nuevas propuestas de dinamización. Se trabaja ya en un plan de actos paralelos para convertir a Hostelco en un motor sectorial y en una plataforma de negocios, así como en aumentar su visibilidad internacional.

Resuinsa da las claves de una buena mesa vestida con mantel



La mesa de un restaurante debe ofrecer siempre sus mejores prestaciones al comensal y eso pasa por acompañarle siempre con una mantelería. “La importancia de contar con los textiles no sólo se debe a una cuestión estética, ya que también refuerza la higiene de la mesa”, ha explicado el Director General de Resuinsa, Félix Martí.



Así pues, por un lado, las mantelerías subrayan la identidad del establecimiento a través del diseño, los tejidos y las formas decorativas con las que han sido confeccionadas. “La personalización de los textiles se ha convertido en uno de los aspectos más demandados en el sector hospitality. ha continuado Martí. De hecho, en Resuinsa contamos con el servicio Atelier by Carmela Martí a través del cual los clientes pueden personalizar sus artículos siguiendo las tendencias que se sigue en el ámbito internacional y adaptándolos a la decoración y a la singularidad del establecimiento”.

La mantelería es sinónimo de distinción y ayudan a destacar el resto de elementos, como la decoración del espacio, la cubertería o la vajilla. Así, el Director General de Resuinsa ha explicado que estos textiles “incrementan la sensación de calidad, excelencia y buen hacer”.

CISA lanza su nuevo catálogo 2019



CISA Cerraduras presenta su nuevo catálogo-tarifa 2019 que incluye una extensa gama de soluciones para la gestión de accesos; cerraduras eléctricas, cerraduras para carpinterías metálicas y de madera, cerraduras de seguridad a borjas y para puertas acorazadas, cilindros, candados, cierrapuertas, cajas fuertes, manillas, cerraduras cortafuego y cerraduras con función antipánico, dispositivos antipánico, dispositivos de emergencia, etc...

En la nueva edición del catálogo CISA 2019 en formato digital, se incluye la actualización de su amplia gama de productos en formato PRESTO. Un estándar de traspaso de información digital entre el fabricante de productos de la construcción y los proyectistas de obras, compatible con una amplia variedad de softwares a través del estándar FIEBDC.

Desde viviendas particulares a edificios de oficinas, desde centros de enseñanza a centros hospitalarios o el sector hotelero, la seguridad es el primer objetivo de cualquier solución de control y gestión de accesos. CISA está a la vanguardia para satisfacer las necesidades en todo tipo de entornos, con soluciones específicas para prevenir el acceso ilícito en cualquier tipo de acceso. Otro objetivo de CISA es desarrollar sistemas para permitir el tránsito seguro de las personas, incluso con movilidad reducida, en caso de peligro o emergencia.

pro
tten
das

promateriales

(9 números a partir de la fecha de pago)

Precio: **120 €** (IVA Incluido)

hostelpro

(6 números a partir de la fecha de pago)

Precio: 90 € (IVA Incluido)

protiendas

(6 números a partir de la fecha de pago)

Precio: **60 €** (IVA Incluido)

Editorial Protiendas, S.L. - Avenida Juan Carlos I - nº 13 - 6ºA - Edificio Torre Garena - 28806 Alcalá de Henares (Madrid)

Tel. 91 802 41 20 - Fax. 91 802 01 32 - www.editorialprotiendas.es - contacto@editorialprotiendas.es - CIF: B84458231

Datos Personales / Profesionales:

Nombre / Empresa: _____

NIF/CIF: _____ Actividad: _____

Dirección: _____

Código Postal: _____ Población: _____ Provincia: _____

Teléfono: _____ Fax: _____ Email: _____

Web: _____ A la atención de (profesional o dpto.): _____

Forma de Pago:

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

Banco: _____

Titular: _____

Cuenta:

[illegible]

Firma / Sello:

Fecha: _____



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 —





Axess Hospitality



Solución integral para su hotel con la última tecnología

- Sistema de control de accesos por RFID para clientes y empleados de hotel.
- 3 modelos de escudos electrónicos: NANO, SLIM y ADAPT.
- Gestión mediante software de los diferentes puntos de seguridad.
- Adicional: Envío de autorizaciones de forma remota y App MCM para apertura de clientes con smartphone.

NANO



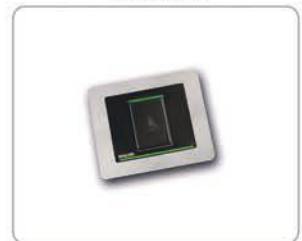
SLIM



ADAPT



LECTOR



AHORRADOR



TAQUILLA



MOBILIARIO



CAJA FUERTE

