

hostelpro

proyectos y proveedores de hostelería y restauración

ESPECIAL REHABILITACIÓN Y REFORMA

HOTEL CASA DE INDIAS BY INTUR, SEVILLA

HOTEL ALLEGRO ISORA, SANTA CRUZ DE TENERIFE

REPORTAJES

Software y programas de gestión

Tecnología y eficiencia

Sistemas de seguridad





KREA TOUCH

TOCAR PARA CREER.

Es fácil dejarse seducir por KREA TOUCH. Será por sus líneas suaves y modernas, por su refinado diseño, o por su amplia pantalla táctil, sencilla e intuitiva, creada para ofrecer café espresso y bebidas calientes con la más perfecta tradición italiana. Bastará un pequeño toque para descubrir una nueva experiencia de gusto. Nosotros lo sabemos puesto que nos ha encantado, desde siempre, regalar momentos únicos y emociones siempre nuevas.



KREA TOUCH.
¿Más bonita o más tecnológica?





Foto: Hotel Allegro Isora, Santa Cruz de Tenerife. Barceló Hotel Group

SUMARIO



Foto: Hotel Casa de Indias by Intur

Secciones /

Interiorismo 04

Soluciones para el canal

HORECA 68

Novedades del Sector 70

Establecimientos del Canal 72

Proveedores del Canal 73

Agenda 74

Portada: Hotel Casa de Indias by Intur, Sevilla



PÁGINA 04. INTERIORISMO

Sandra Tarruella y Ricard Trenchs:
Tarruella Trenchs Studio



PÁGINA 12. PROYECTO HOTELERO

Hotel Casa de Indias by Intur, Sevilla



PÁGINA 20. REPORTAJE

Software y programas de gestión



PÁGINA 42. ENTREVISTA

Marga Jiménez Valenzuela,
Directora del Hotel Allegro Isora



PÁGINA 56. REPORTAJE

Sistemas de seguridad



PÁGINA 08. ENTREVISTA

MARBELLA DESIGN 2019

Decoración y diseño de lujo



PÁGINA 18. ENTREVISTA

Estrella Rodríguez,

Directora del Hotel Casa de Indias by Intur



PÁGINA 36. PROYECTO HOTELERO

Hotel Allegro Isora,
Santa Cruz de Tenerife



PÁGINA 44. REPORTAJE

Tecnología y eficiencia



pro
tien
das

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

STAFF

Editora / Directora / Pilar Romero
Redactora Jefe / Laura García
Redactores y Colaboradores /
David Ramos y Andrea Sánchez
Administración / Alicia Ecija

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

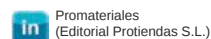
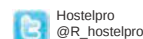




Foto: Ricard Trenchs y Sandra Tarruella (Tarruella Trenchs Studio). Foto: Ana Jiménez

ENTREVISTA: Sandra Tarruella y Ricard Trenchs



TARRUELLA TRENCHS STUDIO

Con una trayectoria profesional con más de 150 proyectos realizados, algunos de ellos con una gran repercusión mediática como referentes del diseño, tanto en España como a nivel internacional, el equipo de Tarruella Trenchs Studio se caracteriza por crear espacios que provocan emociones. Su equipo toma cada proyecto como un nuevo reto, interpretando las necesidades y deseos del cliente, mirando al futuro pero revisando y respetando el pasado. Para conocer aún más su historia, sus ambiciones y obras en los que están inmersos, sus Directores Creativos, Sandra Tarruella y Ricard Trenchs profundizan en esas cuestiones y muchas otras.

Para conocer a Tarruella Trenchs Studio, ¿cómo nace?

La empresa, como la conocemos hoy, se creó en 2009, aunque nosotros nos conocemos desde hace más tiempo. En 2015, Ricard se convirtió en socio del estudio, que adoptó entonces su nombre actual: Tarruella Trenchs Studio.

Somos complementarios. Cada uno aporta un punto de vista distinto a los proyectos ,aunque después de 16 años trabajando juntos hay muchos elementos que surgen espontáneamente, ¡al mismo tiempo! El trabajo empieza con las ideas de uno u otro y evoluciona con las aportaciones en conjunto de todo el equipo. Estamos muy contentos de contar con la colaboración de un gran equipo humano que hace el trabajo no solo más completo sino que mucho más divertido.

¿Qué aspectos son los que caracterizan al estudio?

Creamos espacios contemporáneos donde el confort y la naturaleza de los materiales nobles toman especial protagonismo. Nos gusta revisar la tradición en los procesos artesanales y mezclar con nuevas tecnologías para crear espacios equilibrados. Sentimos cada espacio como único y la singularidad de las soluciones aplicadas para dar respuesta a las necesidades del cliente también definen

Foto: Restaurante Tagomago Salustiano, Madrid.
Foto: Meritxell Arjalaguer



nuestra manera de concebir el interiorismo. Como directores creativos tomamos especial cuidado por todos los detalles. Hemos detectado que el mercado algunas veces no nos proporciona lo que estamos buscando y esto nos ha llevado al campo del diseño de producto para complementar nuestros trabajos.

Del mismo modo hemos desarrollado una estrategia creativa para que todos los elementos no considerados estrictamente interiorismo se adecuen a las directrices del proyecto, y esto nos permita aportar soluciones globales. Para ello colaboramos con otros equipos que hemos seleccionado y que son líderes en su especialidad.

Profundizando en la trayectoria profesional de sus socios fundadores, ¿podríais comentar los momentos más significativos?

El año 2009 fue cuando decidimos iniciar una nueva etapa juntos, coincidía con una crisis global consolidada que nos obligo a volver a empezar casi desde cero y buscar nuevos clientes y maneras de trabajar. Ahora, visto con perspectiva, estamos orgullosos de haber superado esa situación.

En numerosas ocasiones habéis sido galardonados por vuestros proyectos, ¿hay alguno que os haya hecho especial ilusión? ¿Y alguno que aún no hayáis alcanzado pero os gustaría conseguir?

Foto: Hotel AC Aitana, Madrid. Foto: David Vilanova

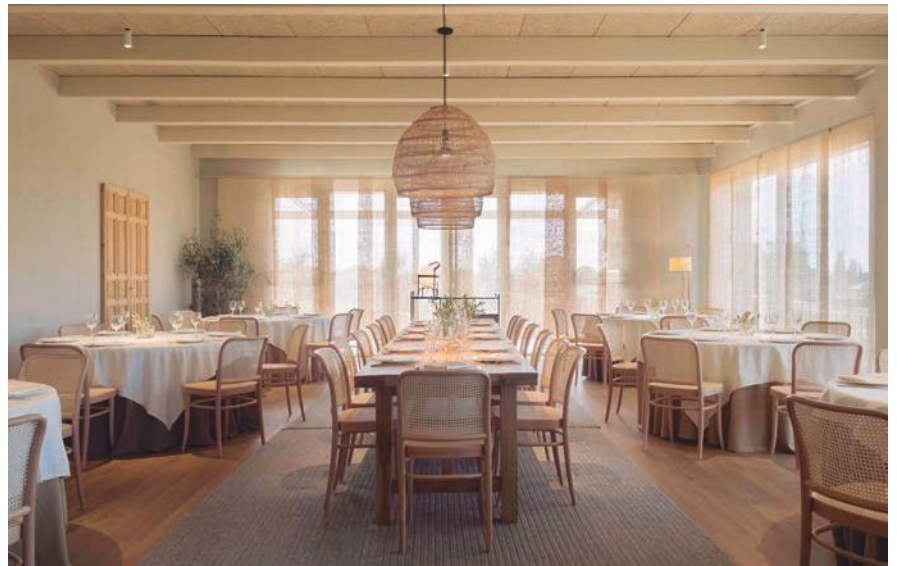


Foto: Hotel Peralada Fase II. Foto: Meritxell Arjalaguer

Todos los premios nos hacen mucha ilusión porque son un reconocimiento a una labor creativa y a mucho esfuerzo. El que más nos sorprendió fue el premio 'Best European Bar' de los premios Restaurant & Bar Design Awards que nos dieron por nuestra primera heladería Rocambolesc, considerando que era un Bar de helados...

Dentro de los más de 150 proyectos de interiorismo que habéis desarrollado, ¿cuál ha sido el más especial?

Estamos orgullosos de muchos de ellos por diferentes razones. Orgullosos de los que han satisfecho a nuestros clientes, de los que han envejecido bien, de los que tenían un espacio difícil de encajar, de los efímeros pero especiales o de los honestos con una idea bien ejecutada.

Por ejemplo, El Japonés, del Grupo Tragaluz, fue un salto cualitativo de diseño.

O Cuines Santa Caterina (ubicado en el Mercado de Santa Caterina de Barcelona) por romper totalmente la zonificación preestablecida de las zonas clásicas de un

Foto: Silla MIM Collection by Tarruella Trenchs, Madrid. Foto: Carlos Horcajada

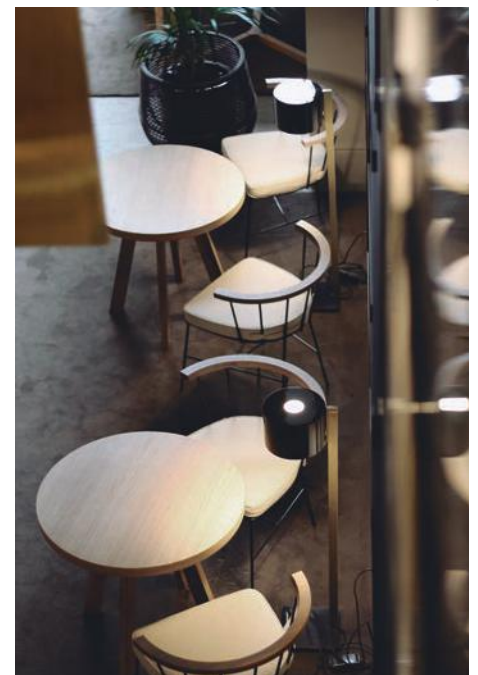




Foto: Restaurante Tagomago Salustiano, Madrid. Foto: Meritxell Arjalaguer

restaurante, donde el almacén a la vista como elemento ornamental fue un gran recurso.

¿Recordáis algunos especialmente por la complejidad que supuso?

La primera vez que trabajas en un nuevo tipo de proyecto es todo un reto, porque supone conocer la idiosincrasia de un sistema de trabajo nuevo. El primer restaurante, el primer hotel, la primera panadería...Tienes que sumergirte en muchos aspectos operativos y de funcionamiento para garantizar que el resultado final funcione.

Centrándonos en los proyectos de restaurantes, encontramos que habéis desempeñado varios con estrella Michelin

como El Celler de Can Roca, Can Jubany, Castillo Perelada, Celeri, entre otros, ¿cómo os enfrentáis a un proyecto con esta distinción?

Con mucho respeto y con los cinco sentidos, intentando interpretar los deseos de personas tan creativas en su sector.

También han realizado proyectos para hoteles, ¿cuáles son los aspectos más relevantes a tener en cuenta para este tipo de proyectos?

Entender que el concepto de hotel ha evolucionado y la experiencia del cliente (costumer journey) tiene que



Foto: Restaurante Pastamara del Hotel Ritz-Carlton Vienna, Viena. Foto: Klaus Lorke

ser una experiencia múltiple que acompañe en todo momento, sin olvidar que los espacios tienen que seguir siendo acogedores y adecuados al tipo de hotel y su categoría. Todo al final son respuestas a las nuevas necesidades de vivir espacios que han dejado de ser meros sitios para comer o dormir. Eso ha llevado a dar múltiples respuestas y crear muchos ambientes y acciones dentro de un mismo espacio para que éstas también se compartan en redes sociales.

Tarruella Trenchs Studio siempre está inmerso en un proyecto, ¿podrías avanzar en qué estáis trabajando ahora?

Estamos terminando varios hoteles como Casa Cacao para los hermanos Roca

Foto: Hotel Arima, San Sebastián. Foto: Enrique Palacio

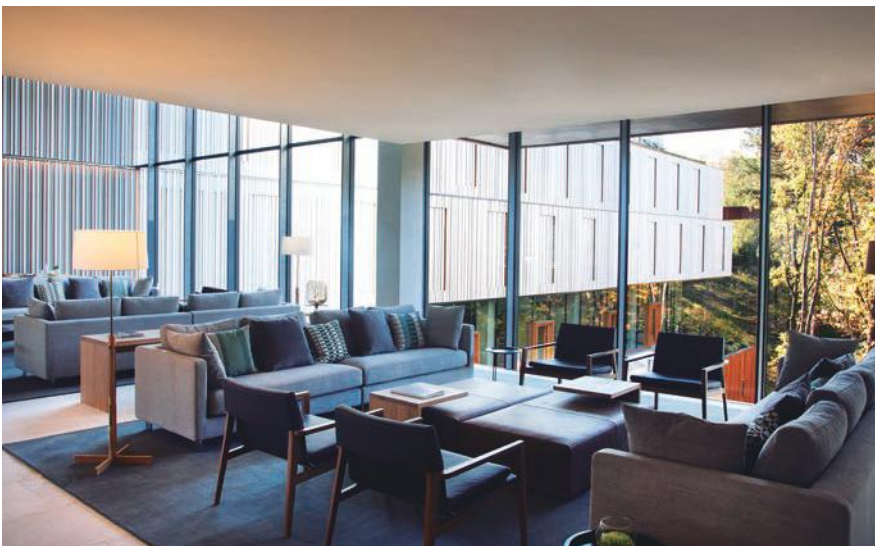




Foto: Hotel Icon Embassy by Petite Palace, Madrid. Foto: Meritxell Arjalaguer

en Girona o un Hotel H10 en Córdoba y trabajando en nuevos proyectos para dos hoteles en Lisboa. También estamos reafirmando nuestra expansión internacional con proyectos recién abiertos como el restaurante Pastamara en The Ritz Carlton en Viena o a punto de abrir otro en San Francisco o en Polonia. Este último para un conocido chef catalán con estrella Michelin. En Barcelona estamos terminando la remodelación del conocido restaurante Barceloneta y también trabajamos para jóvenes emprendedores con el proyecto de un co-working para start-ups. Además acompañamos a Grupo Saona en toda su expansión nacional y trabajamos en un restaurante chiringuito de playa en Mallorca.

Foto: Restaurante Pastamara del Hotel Ritz-Carlton Vienna, Viena. Foto: Benedetto Tarantino



Sin olvidar que hemos comenzado a trabajar en el diseño de piezas de mobiliario, un campo que nos debe permitir crecer. El primer ejemplo es la colección Mim, que hemos diseñado para Vergés.

Por último, ¿os aventuraríais a indicarnos qué tendencias de diseño encontraremos el próximo año?

Creemos que no hay una tendencia de diseño. La tendencia es que hay un terreno muy fértil donde experimentar con estilos y materiales y que la gente está abierta a ello.

“Entender que el concepto de hotel ha evolucionado y la experiencia del cliente (costumer journey) tiene que ser una experiencia múltiple que acompañe en todo momento...”

Uno de los elementos que definen nuestra filosofía de trabajo es que hacemos un interiorismo contemporáneo pero no de vanguardia. Digamos que hacemos un diseño atemporal, honesto y que envejece bien, por lo que seguiremos apostando por esta manera de trabajar.

Foto: Restaurante Pastamara del Hotel Ritz-Carlton Vienna, Viena. Foto: Benedetto Tarantino





Foto: Erico Navazo

MARBELLA DESIGN 2019

Decoración y diseño de lujo



La segunda edición del Marbella Design llegará al Palacio de Ferias, Congresos y Exposiciones de Málaga, del 4 al 15 de julio. El multitudinario evento contará con diseño, piezas exclusivas, lujo, gastronomía, música y conferencias. En esta segunda edición, más de 40 diseñadores de interiores de renombre convertirán a Marbella en el epicentro del mundo del diseño de interiores, la decoración y el diseño de lujo.

Foto: Villeroy & Boch



Después de su edición anterior, Marbella Design llega este 2019 más madura y con un objetivo y una filosofía claros: quiere posicionarse como una exposición que busca ir más allá y convertirse en experiencia. Por ello, durante once días, cada expositor, un total de 40, dará forma y vida a su espacio con una intención decorativa concreta; un discurso que los diseñadores configurarán utilizando las piezas de las firmas más exclusivas.

Marbella Design también busca atraer todos los sentidos de los asistentes, haciendo que la experiencia sea aún más completa gracias a los espacios de restauración que se diseñarán para la ocasión en los 3.112 m² del Palacio de Ferias, Exposiciones y Congresos, y donde se pueden degustar las últimas tendencias gastronómicas.

Para conocer más de las novedades de esta cita, Alejandro Zaia, Presidente y Director General de Marbella Design, y Manuel Díaz

Cebrián, Director Artístico de Marbella Design, conceden una entrevista, donde explican cómo se ha conformado esta feria, los objetivos y las expectativas de futuro que se fijan para próximas ediciones.

Marbella Design celebra su segunda edición, ¿cómo han organizado esta cita?

La edición de 2018 fue realmente un prototipo de Marbella Design. Este año, lo más destacable es la nueva dirección de Carolina Abril, con su aval de organización de ferias y eventos culturales, y el valor que aportan David Jiménez y Sergio Sánchez, directores creativos, que han diseñado un espacio sorprendente, todo ello unido a un buen número de diseñadores y marcas del más alto nivel en España.

El lanzamiento el año pasado nos dio la idea de hasta qué punto se podía llegar, como va a ocurrir en este año, a un salón de interiorismo de alto nivel.

¿Podría citar los objetivos principales que se proponen para esta edición?

Marbella Design nace de una inquietud inesperada, que emerge en los inicios de Art Marbella, su exposición "hermana", que este año tendrá lugar del 30 de julio al 3 de agosto. Alejandro, Director General de ambos eventos, y con quien llevo trabajando 10 años tanto en España como en el Reino Unido, me invitó a participar en esta nueva



ALEJANDRO ZAIA, PRESIDENTE Y DIRECTOR GENERAL DE MARBELLA DESIGN

aventura dada mi colaboración con él en las áreas de diseño de sus ferias. Aunque mi experiencia y trayectoria está muy ligada a la cultura y el arte (con la gestión de exposiciones como Aztecas, Royal Academy of Arts, Frida Kahlo en la Tate Modern, Tina Modotti/Edward Weston en Barbican Centre, entre otras), considero el diseño un campo fundamental que nace, para mí, de una necesidad primaria de sostenibilidad.

Bajo este contexto y con estos valores, el objetivo y el espíritu de Marbella Design 2019 es crecer hasta



MANUEL DÍAZ CEBRIÁN, DIRECTOR ARTÍSTICO DE MARBELLA DESIGN

convertirse en una marca cada vez más reconocible y consolidada en el sector del diseño, el interiorismo y el lujo en España; convertirse en lo que ARCO, por ejemplo, significa para el arte. Con esta nueva edición de Marbella Design pretendemos también posicionar a la ciudad de Marbella como referente del diseño internacional.

La cita tendrá lugar en Marbella, ¿por qué en esta ciudad? ¿Qué le aporta este emplazamiento en esta cita?

Por su enorme potencial, porque Marbella es un lugar muy codiciado por marcas, diseñadores, empresas de construcción

Foto: KA International



Foto: Erico Navazo





Foto: Villeroy & Boch

y reforma de villas, con un entorno multicultural y estándares de primerísimo nivel mundial. Por tanto, es un lugar especial para generar un evento de esta naturaleza.

En el contexto de la ciudad malagueña, Marbella Design resulta muy interesante porque la ciudad cuenta, entre otras cosas, con la milla de oro de tiendas de interiorismo. El primer reto ha sido conseguir que estas tiendas y estudios no nos vean como competencia, sino como un complemento. Es importante resaltar que venimos a colaborar con ellos y a

Foto: KA International



crear, entre todos, una marca local y regional que sitúe a la ciudad en lo más alto de la industria.

Otro reto es intentar que los españoles se crean la exposición en sí misma. En Andalucía, en Málaga especialmente, hay un espíritu muy claro y latente para lograrlo, aunado al alma rica y de hospitalidad del pueblo andaluz. Este ambiente que ya se deja notar en toda la región es la línea a seguir fuera de ella y, desde la organización de Marbella Design, trabajamos dando los pasos para lograrlo. Animar a aprender, a relajarse, a criticar y, por qué no, a adquirir también.

¿Qué magnitudes cumple la feria (número de expositores, metros cuadrados...)?

Pues algunas de las cifras son éstas:

- Superficie diáfana de 3.112 m².
- Terraza exterior de más de 100 m².
- Más de 40 espacios decorados, a través de los que crear una experiencia multisensorial única para los visitantes.
- Y casi una veintena de interioristas de prestigio y más de medio centenar de marcas y firmas del sector.

**¿Cuál es el perfil del asistente a este evento?
¿Qué cifras esperan cumplir en cuanto a visitantes?**

Marbella Design está orientado a todos los públicos que pueden disfrutar y gozar de un evento de gran calidad, de mobiliario, iluminación, tecnología para las casas, arte... Proponemos un paseo por todo ello, la interrelación con otras personas que aprecian la belleza, en un entorno relajado la mayoría de las veces, pero que también contará con eventos y ocio como aportaciones.

¿Con que podrá encontrarse el visitante al acudir a esta edición?

Con una experiencia multisensorial completa. Casi una veintena de profesionales de prestigio del sector del interiorismo se acompañarán de las firmas más renombradas de la industria, para dar vida a diferentes espacios interiores con una intencionalidad clara y volver a situar a Marbella como epicentro del mundo del interiorismo, la decoración y el diseño de lujo. Además, los visitantes también podrán disfrutar de espacios gastronómicos sin parangón, en los que disfrutar del ambiente, realizar encuentros, reuniones...

La idea de unir firmas del sector con diseñadores está suponiendo un apoyo muy grande para ambos. Es una forma de conseguir que los diseñadores enmarquen las piezas de alto nivel de las distintas marcas en un entorno o ambiente en el que el visitante pueda

Foto: KA International



entender mejor ese objeto, ese producto. Se trata de una contextualización esencial en exposiciones como Marbella Design, teniendo en cuenta, además, que el mercado de Marbella, económicamente fuerte, es un gran imán para las marcas de lujo y el diseño al más alto nivel. Más aún en una época como el verano.

Además de los expositores, un año más el evento contará con las Jornadas Design for Life, para quienes no las conozcan, ¿en qué consisten? ¿Podría avanzar la programación?

El año pasado, las jornadas "Design for Life" tuvieron un papel tan importante y destacado como la propia exposición en sí. Fueron un reclamo potentísimo para los visitantes y acudieron personalidades de lo más destacadas dentro del mundo del diseño, el arte y el interiorismo a nivel internacional. Entre ellos, el director del Design Museum de Londres, Dejan Sudjic, por ejemplo, a quien invité personalmente, entre muchos otros. Fueron unas Jornadas académicas estupendas y supusieron para Marbella Design una plataforma de lanzamiento. Podemos decir que la exposición nació de ellas.

Este año queremos seguir manteniendo la importancia de las Jornadas, por supuesto, y acudirán a ellas destacados miembros y profesionales de la comunidad, pero la idea es que no eclipsen la exposición en sí. El objetivo es que sean parte del evento, que se conviertan en el complemento perfecto, pero que no acaparen todo el protagonismo y que dejen en un segundo plano el trabajo de los brillantes expositores e interioristas que participarán en Marbella Design. Tenemos ya varias confirmaciones potentes que compondrán el cartel de "Design for Life", pero que aún no



Foto: Viteri Lape

podemos desvelar. Serán grandes sorpresas que encajarán como anillo al dedo en el nuevo concepto de la exposición.

Pensando en el futuro, ¿veremos una nueva edición para el próximo año?

Como decía anteriormente, hemos pasado de un prototipo a un encuentro de más de decenas de diseñadores y casi medio centenar de firmas, todos ellos de alta consideración. Estamos generando un entorno que hará que todo ello genere una experiencia única para el visitante. Estoy seguro de que en años próximos podremos seguir sorprendiendo y que muy probablemente esa sorpresa vendrá de experiencias tecnológicas, sin abandonar el disfrute de la materia, las texturas y los colores.

El futuro pasa por que Marbella Design siga consolidándose como referente en la industria y en todos los sentidos de los que hemos hablado. Le auguro un futuro muy interesante y prometedor, en el que el apoyo y la credibilidad que le conceda el pueblo español al completo (no sólo el andaluz), jugará también un papel muy importante.

Se trata de generar una exposición diferente cada vez, pero que tenga el sello del éxito y la riqueza de las ediciones anteriores. Vemos el futuro de Marbella Design marcando y señalando el camino de las tendencias, de lo que está por venir en diseño, interiorismo y decoración. Queremos estar al día e intentar superarnos cada año. Auguramos un futuro atrevido para Marbella Design, creando expectación entre la gente que se pregunte qué vendrá en su siguiente edición.

Foto: AS Interiorista



Foto: Villeroy & Boch



PROYECTO HOTELERO

Hotel Casa de Indias by Intur, Sevilla

'BOUTIQUE' DE TIEMPOS PASADOS



Tras sobrevivir a cuatro siglos de historia y una rehabilitación de dos años, un conocido edificio de la céntrica plaza de la Encarnación en Sevilla alberga el nuevo hotel Casa de Indias by Intur. Un alojamiento definido como ecléctico, con esencia retrosevillana, que ha querido mostrar a sus huéspedes las vidas pasadas del edificio que lo alberga, manteniendo resquicios arquitectónicos de esos otros tiempos vividos en sus habitaciones.



Foto: Hotel Casa de Indias by Intur



Foto: Hotel Casa de Indias by Intur

Intur Hoteles, perteneciente al Grupo Gimeno, suma más de 50 años de historia y gestiona ocho hoteles tanto urbanos como vacacionales, ubicados en destinos tan atractivos como Alcázar de San Juan, Madrid, Castellón, Benicàssim, San Sebastián o Sevilla,

donde también cuenta con un edificio de apartamentos vacacionales.

Es en esta última ciudad y en un emblemático edificio de cuatro siglos de antigüedad y gran calado social, donde se alberga el nuevo hotel Casa de Indias by Intur, que ha abierto sus puertas

tras dos años de construcción y una minuciosa rehabilitación que ha supuesto una inversión de aproximadamente cinco millones de euros.

El establecimiento, situado en la céntrica plaza de la Encarnación, conocida popularmente como la plaza de las

Fotos: Hotel Casa de Indias by Intur





Fotos: Hotel Casa de Indias by Intur

Setas, se encuentra en pleno centro de la capital hispalense, a un paso del Palacio de Dueñas, las calles comerciales, el Ayuntamiento, el barrio de Santa Cruz, el Puente de Triana o la Catedral de la ciudad, y supone la apuesta del Grupo Intur de un nuevo concepto de hotel 'boutique', es decir, establecimientos con carácter singular, de exquisita decoración y en ubicaciones 'prime', que se complementan con el resto de los hoteles urbanos, vacaciones y apartamentos turísticos.

Levantado sobre un edificio de marcado carácter señorial, el nuevo hotel boutique de Intur cuenta con partes protegidas,

como los patios, la escalera principal o la fachada que han sido minuciosamente cuidadas en su restauración, consiguiendo que muestren una imagen muy actual, pero recuperando el sabor y la esencia original de la casa. El edificio ha vivido miles de historias, de vidas, de testimonios de Sevilla y de su gente, desde que en el año 1521 se construyera como el Convento Regina Angelorum, por orden de Teresa de Zúñiga, marquesa de Ayamonte, ha ido transformándose para convertirse, por ejemplo, en los exclusivos almacenes y sombrerería "La Castellana" o ya entrado el siglo XX, en un edificio residencial reservado para las clases adineradas,

que adquirieron los lujosos pisos de estilo regionalistas del céntrico histórico de la ciudad.

Se trata de un edificio muy dinámico que ha sido testigo de grandes cambios sociales y culturales. Precisamente ese dinamismo, es lo que ha caracterizado el proceso de obra -ejecutada por Ignacio Toribio, el arquitecto jefe del estudio local OA110)-, que ha ido evolucionando constantemente, calificándolo como un 'desarrollo vivo'.

Desde su propio nombre, que rinde tributo al Archivo de Indias, a la decoración y detalles del propio hotel, Casa Indias es

Fotos: Hotel Casa de Indias by Intur

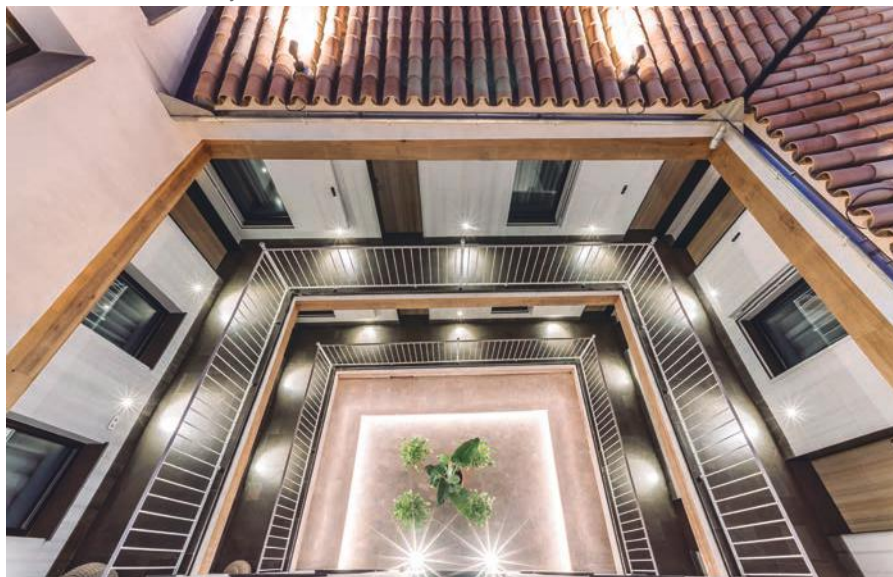




Foto: Hotel Casa de Indias by Intur

artesonados de madera de finales del siglo XIX, pasando por arcos del patio del claustro del propio convento.

El establecimiento también cuenta con patios y un salón de lectura, además de dos salas donde celebrar reuniones, así como la posibilidad de organizar encuentros inolvidables en la piscina que hay en la terraza del ático. Este último, otro de los atractivos del hotel por su terraza de más de 250 m² con excepcionales vistas a la plaza y el edificio de “las Setas”, con servicio de bar, solárium...

Además, cuenta con una terraza a pie de calle, en una de las plazas más bellas y emblemáticas de Sevilla, con 63 m² y 80 sillas, donde se distingue la oferta gastronómica de su cafetería, con una carta saludable y atractiva de la mano de la cadena de restauración andaluza ‘No Piqui’.

un establecimiento contemporáneo que transmite la magia de Sur y el carácter local.

algunos de los rasgos originales, desde muros vistos de ladrillo del antiguo convento de Regina Angelorum, a

El proyecto de interiorismo se ha desarrollado junto a uno de los estudios de Sevilla más relevante del momento: Las2Mercedes, Mercedes Peralta y Mercedes Valdenebro, que han conseguido integrar de forma armónica elementos originales hasta los materiales, colores y texturas de cada rincón. El resultado: un hotel ecléctico con esencia retrosevillana.

El recinto cuenta con 61 habitaciones, en cuatro modalidades diferentes, y muchas de ellas únicas ya que conservan



Fotos: Hotel Casa de Indias by Intur





Cruz de Malta
DESDE 1925



OFRECER CRUZ DE MALTA EN SU ESTABLECIMIENTO MARCA LA DIFERENCIA

Distinga a sus clientes con un cubierto de máxima calidad, fabricado en España con el mejor acero inoxidable. Ofrecer Cruz de Malta en hoteles, restaurantes, cafeterías, bares es una referencia de distinción y excelencia. Si piensa abrir un nuevo establecimiento de hostelería, o si quiere renovar la cubertería actual: llámenos.

Tenemos una oferta especial para usted. Cruz de Malta es la marca más renombrada desde hace un siglo en España.



Información: I.E. RHOINTER ESPAÑA, S.L.



Tfno 94 612 6111, Guernica



info@rhointer.es

Estrella Rodríguez

Directora del Hotel Casa de Indias by Intur



Estrella Rodríguez, Directora del Hotel Casa de Indias by Intur

El Hotel Casa de Indias by Intur está emplazado en un edificio del siglo XVI, ¿ha condicionado su historia para el acabado final que se le ha querido dar al establecimiento?

Sí, por supuesto. Se ha mantenido absolutamente toda la composición original del edificio y, en ese sentido, tanto la fachada como los espacios interiores, escaleras, patios e incluso los artesonados y elementos ornamentales originales se han recuperado.

¿En qué elementos podemos ver el estilo de un hotel ecléctico con esencia retrosevillana con el que se define?

La composición de los materiales utilizados en la restauración es una muestra visible del estilo que se ha querido definir, en el que se ha mezclado la aplicación de las últimas tecnologías a materiales nobles y actuales con los elementos originales de la arquitectura sevillana que se han recuperado del edificio, como suelos hidráulicos, estucos de cal o pétreos naturales. Todo ello manteniendo la composición tradicional de 'corrala

sevillana', de viviendas abiertas a patios interiores.

¿Es el hecho de que el hotel se encuentre en pleno centro de Sevilla lo que aumenta su éxito?

Sin duda es un valor añadido. El Hotel se ubica junto al 'km 0' de la ciudad, en la histórica Plaza de la Encarnación, donde se encuentra el monumento del Metropól Parasol, más conocido popularmente como las 'Setas'. El Hotel cuenta con unas envidiables vistas a este monumento, que posee la estructura

de madera más grande del mundo. En ese sentido, el hecho de estar situados en un enclave privilegiado permite a nuestros clientes desplazarse andando por todo el centro histórico de la ciudad.

Después de dos años de reforma, ¿cómo se han cumplido las expectativas frente al cliente?

El cliente que se aloja en el Hotel Casa de Indias by Intur encuentra todo lo que busca para disfrutar de unos días de vacaciones y relax. Esto es, un entorno privilegiado, buen trato por parte del personal, una decoración actual sin perder la esencia de lo que es una auténtica casa sevillana, además de poder disfrutar de unas vistas inmejorables mientras se da un baño en la piscina o se toma en la terraza un cocktail preparado por nuestro barman.

Desde su apertura, ¿qué sensaciones transmite el Hotel Casa de Indias by Intur a los usuarios que han pasado por el establecimiento?

La sensación es la de sentirse como en casa. Tanto los clientes que se encuentran alojados como las personas que vienen a disfrutar de nuestra terraza encuentran un hotel lleno de detalles, con una decoración

Foto: Hotel Casa de Indias by Intur



sin excesos, muy personal y fresca, donde la combinación de tejidos y fibras naturales consigue crear un ambiente único.

¿Cuál considera que es el perfil del huésped estrella del hotel Casa de Indias by Intur?

El Hotel Casa de Indias by Intur tiene un perfil de huésped muy diverso y heterogéneo, por lo que no podemos hablar de un perfil determinado. Recibimos huéspedes de todas las nacionalidades y edades. En ese sentido, igual nos escoge como alojamiento una pareja joven que quiere celebrar aquí su noche de bodas como un matrimonio que festeja su aniversario después de 25 años de casados o una familia con niños que viene a disfrutar de unas vacaciones.

¿Qué servicios ofrece el establecimiento para adaptarse a este tipo de cliente?

Ofrecemos todos los servicios de un hotel boutique de cuatro estrellas. Tenemos zonas comunes donde poder disfrutar de un rato de lectura, una cafetería con un ambiente agradable y tranquilo, así como una terraza con piscina y vistas privilegiadas a la ciudad en la que, en días seleccionados, por la tarde-noche ofrecemos además música en directo.

Foto: Hotel Casa de Indias by Intur



Foto: Hotel Casa de Indias by Intur

¿Podría señalar las dimensiones que ha tomado el hotel tras la reforma (superficie, habitaciones, empleados...)?

El edificio cuenta con una superficie total construida de más de 3.000m² y dispone de 61 habitaciones distribuidas entre la planta baja, primera, segunda y tercera. En la planta baja también se ubican la cafetería y los salones, mientras que en la cubierta o terraza, que tiene una superficie de 253 m², el Hotel cuenta con una piscina y un bar. Actualmente el Hotel tiene una plantilla de 18 empleados.

¿Cuál indicaría como el espacio por excelencia del hotel?

Es una elección difícil, pues cada espacio del Hotel tiene su encanto y peculiaridad. Pero, si he de elegir, creo que la terraza es muy representativa por las extraordinarias vistas que tiene a uno de los monumentos más visitados de la ciudad.

Para finalizar, ¿qué nuevos retos se han marcado para el futuro?

El futuro lo construimos día a día. Nuestro mayor reto diario es buscar la excelencia en el trabajo bien hecho para que el cliente se sienta como en casa y ofrecer alternativas y servicios de calidad. Para ello es importante contar con un equipo humano profesional y al que le apasione lo que hace. A su vez, como parte de la Cadena Hoteles Intur, nuestros retos y objetivos van en consonancia a los del resto del Grupo.

En ese sentido, nos encontramos en un momento clave de expansión, siempre bajo la premisa de búsqueda de la excelencia en el trabajo bien hecho y manteniendo a nuestro cliente por encima de todo, consiguiendo que se sienta como en casa y encuentre en Hoteles Intur un lugar de referencia para sus estancias vacacionales y de trabajo.



Foto: Schultes

Software y programas de gestión

Hacia la nube

Tanto en el sector hotelero como en el de la restauración, se ha hecho elemental la informatización de los datos recopilados de la gestión y administración del establecimiento. De este modo, desde hace años, los programas y sistemas de gestión se han convertido en el mejor amigo del hostelero. Ahora estos programas, en continua evolución, se encaminan hacia una tendencia 'cloud' donde poder acceder a los datos desde cualquier lugar con una mayor seguridad será una realidad.

La era digital ha permitido, entre otras muchas cosas, avances sobre la administración y gestión de los negocios. Hoteles y restaurantes, pertenecientes al sector servicios, emplean sistemas de software y programas de gestión para hacer sus actividades cotidianas, como facturas, reservas, comandas... quehaceres más sencillos y rápidos. De este modo, poco a poco los softwares de gestión se han extendido como una de las formas más fáciles para la administración del establecimiento con tan sólo el requerimiento de un ordenador y conexión a Internet.

En este sentido, James Metzger, Senior Marketing - Communications Manager

de Roiback, apunta que “el ritmo actual de cambios desde la irrupción de la era digital no tiene precedentes en la historia. Las nuevas tecnologías e Internet han cambiado el escenario totalmente en el sector travel durante estos últimos años y existen muchas oportunidades de negocio”. Asimismo, Javier Hernández, Product Manager de Othello@.NET by Millenium Soft, señala que es un “mercado creciente en el que cada vez llegan nuevos y más poderosos agentes que ofrecen nuevas soluciones ya que la tecnología presta nuevas oportunidades para un sector que cada vez ofrece mayores y mejores rentabilidades”.

De este modo, la modernización ha llevado a diferentes tipos de programas diseñados para soportar los distintos segmentos de la empresa. Y así abarcar casi todas las funciones comunes de una organización (clientes, nóminas, contabilidad, etc.), facilitando el manejo de la información del negocio.

“El sector servicios y, dentro de él la hostelería y la restauración, ha contado desde hace décadas con potentes soluciones de gestión, en su mayoría desarrolladas por empresas locales para mercados verticales. Las necesidades y oferta de estos establecimientos no han parado de evolucionar y esta evolución ha supuesto nuevas funcionalidades del software para atender, gestionar y fidelizar a los clientes y la operativa del negocio. Estamos hablando de aplicaciones cada vez más complejas y potentes, desarrolladas desde una perspectiva 360 que permiten unificar la gestión de grandes grupos hoteleros y de restauración, desde la gestión de plantillas y turnos, a las cadenas de aprovisionamiento, la gestión de clientes, de servicios dentro del hotel, el marketing y las ventas, la fidelización, etc.”, comenta Alberto Redondo, Director de Marketing de SERES para Iberia y LATAM.

Sin duda, el mercado del software de gestión está en constante crecimiento y no parece que vaya a detenerse ya que estas herramientas son indispensables para el desarrollo de la actividad diaria de las empresas de cualquier sector, comenta Ana Isabel Pérez, del Departamento de I+D de Landín Informática. Además, las pymes se están

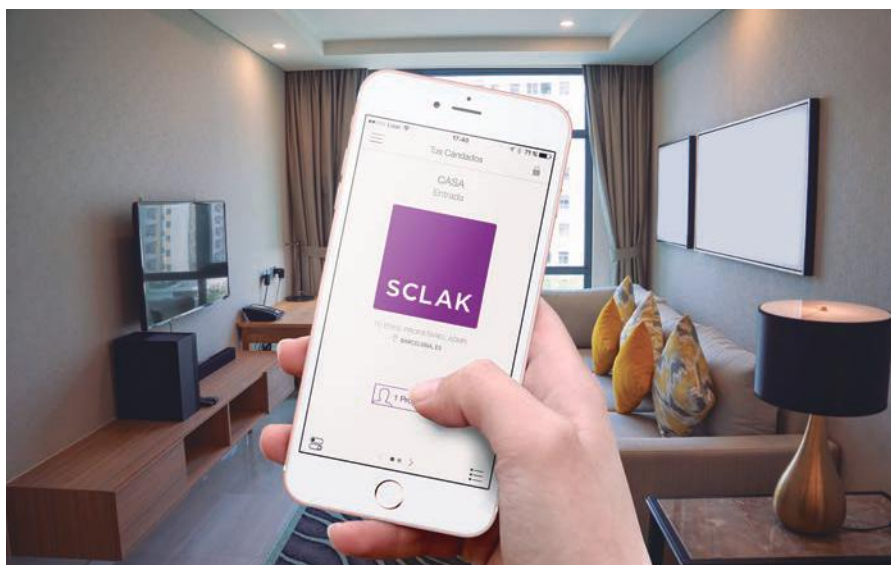


Foto: STI CARD

dando cuenta de todas las ventajas que les ofrecen los últimos avances para ampliar sus objetivos como, por ejemplo, los desarrollos basados en la nube o la inteligencia artificial y parece que empiezan a dejar el coste en un segundo plano.

Esto se ha hecho patente, sobre todo, para las empresas que venden por todo el mundo, explican desde Redforts. Puede que en alguna parte del globo la tendencia sea a la baja, pero generalmente la industria turística sigue creciendo un 5% anual. Este crecimiento se observa aún más claramente en la industria hotelera que entre 2009 y 2018 ha tenido un avance medio del 6% cada año. Y, esta situación de crecimiento continuado hace que las empresas sigan pudiendo invertir en tecnología.

“El mercado en el sector de software de gestión hotelera es un mercado maduro, en constante evolución y que requiere de un gran esfuerzo en innovación ya que el nivel de profesionalidad y exigencia ha aumentado enormemente”, añade Frede Palmés, Departamento de Marketing de Engisoft. En este sentido, “el mercado de los sistemas de software de gestión está sufriendo un cambio importante en estos últimos años que lo convierte en uno de los mejores momentos del mercado. El motivo es que los profesionales del sector, especialmente las nuevas generaciones, han llegado a la conclusión de que es imprescindible la aplicación de sistemas informáticos al negocio de la hostelería”,

informa Jordi Belsa Posino, Director de Schultes Microcomputer Vertriebs.

Nacho García, Director Comercial Sector Hotelero de Ofimática Jaén, explica que apenas hay ya empresas que sigan usando la libreta y el lápiz y no dispongan de un ERP, CRM, PMS... Esta evolución se ha ido produciendo por varios motivos:

- Las obligaciones legales de diferentes estamentos han hecho que el hotelero, y desde hace poco los apartamentos, implante un sistema o software de gestión para agilizar el sistema y no gastar tiempo en repetir mecanismos que se pueden solucionar con un simple clic, como por ejemplo el envío de la ficha policial o envío de la estadística INE, en el sector hotelero, o búsquedas de vuelos, hoteles, o cualquier tipos de servicios de una propia agencia de viajes...

Foto: Landín Informática



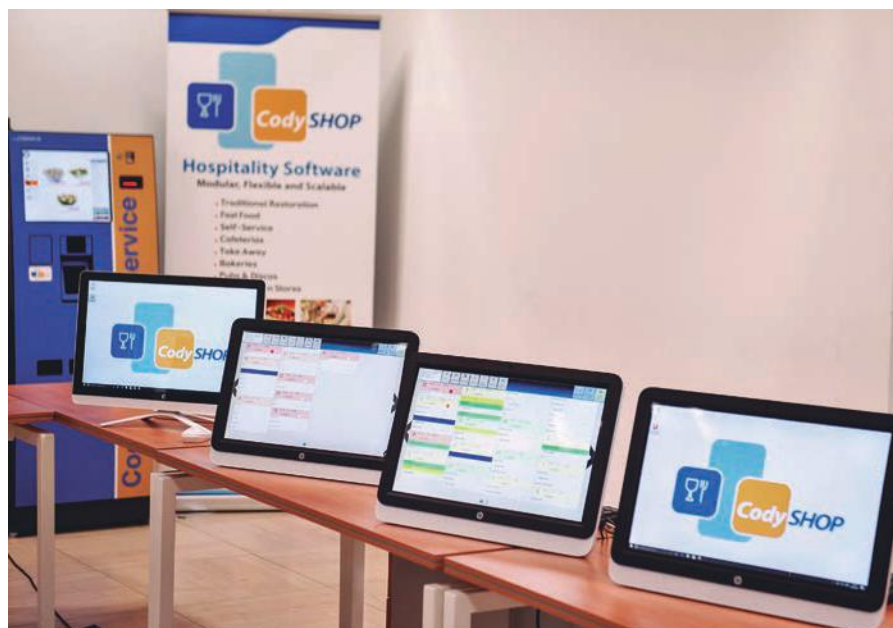


Foto: Codisys

- Evitar desviaciones o errores humanos. Antes no se le prestaba tanta atención pero hoy en día se controla todo el negocio y un software te ayuda a evitar todos estos errores, ejemplo claro es disponer de un mismo sistema para envío de las consumiciones del bar a recepción.

- Evidentemente, otra causa de esta evolución es la mejora de la atención al cliente. Y mejora de la experiencia de éstos. Gran objetivo y "obsesión" de cada uno de los hoteleros.

- A esto podemos sumar la imagen tecnológica que quiere dar toda empresa en la actualidad facilitando mecanismos no sólo de gestión por parte del hotelero, sino ayudando al cliente final para que disfrute de la mejor forma de los servicios que se le ofrecen.

Todo esto ha provocado que los proveedores de software tengan un gran mercado y por tanto un futuro inmenso. Una vez que el cliente contrata un software de gestión para cualquier sector, genera en él una necesidad que anteriormente no existía, necesidad que no sólo se cubre con la compra del software en sí, pues supone una serie de adaptaciones, actualizaciones posteriores, asegurando el futuro de estas empresas de software. A esto sumamos la adaptación del mercado a la nube provocando la obligatoriedad del pago de una cuota mensual para tener el servicio activo y actualizado.

"Si nos centramos en el sector hotelero y de restauración, a causa de todo lo indicado anteriormente, el mercado sigue evolucionando pero en el sector hotelero la evolución es mucho más rápida que en el de la restauración, ya que la necesidad en la gestión mecánica de un hotel es mucho más compleja que la gestión que hay en un restaurante. Esto no quiere decir que el sector de la restauración no esté creciendo en este aspecto, hoy en día la gestión de un restaurante no se centra sólo en la venta, como ha ocurrido toda la vida, se busca optimizar y controlar todos los procesos de trabajo, controlando la venta, compras, gestión de comandas, pantallas de cocina, gestión centralización de varios locales, carta digital... y por todo esto el potencial en este sector es muy grande", comenta el Director Comercial Sector Hotelero de Ofimática Jaén.

En esta vorágine de cambios y evolución, Alberto Vera de Decker, Director de Cuentas Hospitality, Travel - Leisure de IECISA, señala que los softwares de gestión tradicionales se han convertido en un 'commodity'. Si analizamos el 'upper market' de empresas, todas disponen tanto de un sistema de gestión ERP y de un SW de gestión, que les cubre las necesidades básicas. Ahora, lo que se requiere son sistemas que aportan un valor añadido, generando un ahorro de costes (en gran medida ya implementado en este sector) o aportando un incremento

en las ventas. En este sentido se están generando numerosos proyectos muy ligados al 'user experience', que reportan grandes beneficios a las empresas.

"Se observa una clara tendencia a optar por sistemas integrados ofreciendo las funciones de gestión del PMS con las funciones de venta directa e indirecta. Sistemas que ofrezcan conexión con otros puntos de venta como bares y restaurantes y conexión a sistemas de 'check in', cobro o quioscos.

Hoy en día ya no hay duda: nadie invierte en sistemas offline. Todas las ventas son para sistemas cuyo mantenimiento y operación sean externalizados. Estos sistemas en la nube ofrecen mayor facilidad y el menor coste para el hotelero", puntualizan desde Redforts.

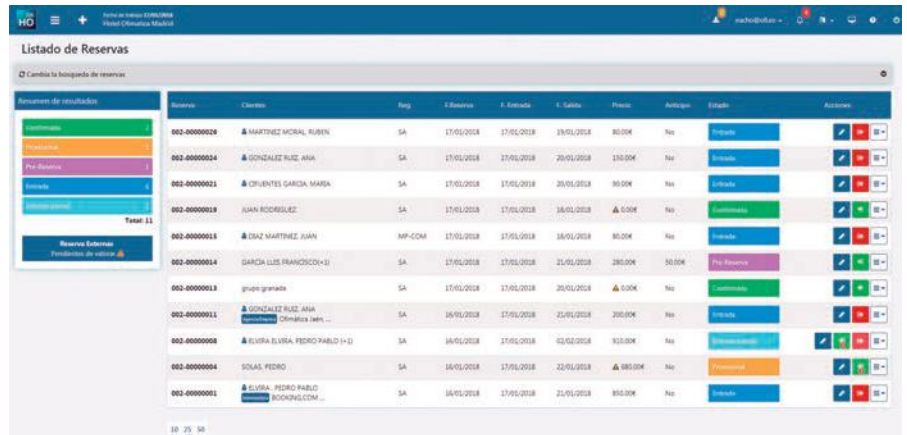
Además, como apuntan desde Protel Hotel Software / Serenissima, "el mercado de los sistemas de gestión se encuentra en una clara evolución de los sistemas 'on premise' a los sistemas en 'cloud'. Los últimos informes publicados dicen que actualmente una gran mayoría de los compradores de software de hoteles buscan sistemas basados en la nube porque significa menores costes de inversión y más flexibilidad, especialmente para hoteles independientes. También esperan encontrar en estos sistemas funcionalidades que les ayuden a atraer nuevos clientes facilitando las reservas directas y mejorando la experiencia de los huéspedes.

Foto: Roiback



Fundamentalmente los hoteles que buscan sistemas de gestión en la nube lo hacen para aligerar la carga de la infraestructura hardware y reemplazar su software obsoleto para mejorar, automatizar y aumentar el rendimiento de su organización a través de plataformas que puedan integrarse fácilmente”.

Asimismo comentan que “para un hotelero invertir en el software adecuado es una decisión costosa que tiene que tomar después de una investigación sobre qué sistema se adapta mejor a sus necesidades, a sus requisitos y a los costes que le va a generar antes de llegar a la compra final. La ventaja de los sistemas ‘cloud’ frente al modelo tradicional de licencias ‘on premise’ es, sin duda, la posibilidad de alojar todo el software y la información online utilizando el modelo SaaS (Software as a Service). Disponer de los datos en la nube permite a los usuarios acceder al sistema desde cualquier lugar, en cualquier momento y a través de cualquier plataforma o dispositivo. Otra cuestión a tener en



Reservación	Clientes	Reg.	F. Reserva	F. Entrada	F. Salida	Precio	Período	Estatus	Acciones
002-00000028	MARTINEZ MICHAEL RUBEN	SA	17/01/2018	17/01/2018	18/01/2018	80.00€	No	Entregado	[Iconos]
002-00000024	GONZALEZ RUZ ANA	SA	17/01/2018	17/01/2018	20/01/2018	110.00€	No	Entregado	[Iconos]
002-00000021	CRIVIENTES GARCIA MARIA	SA	17/01/2018	17/01/2018	20/01/2018	90.00€	No	Entregado	[Iconos]
002-00000019	JUAN RODRIGUEZ	SA	17/01/2018	17/01/2018	18/01/2018	6.00€	No	Entregado	[Iconos]
002-00000015	LOPEZ MARTINEZ JUAN	MP-COM	17/01/2018	17/01/2018	18/01/2018	80.00€	No	Entregado	[Iconos]
002-00000014	GARCIA LUIS FRANCISCO-B	SA	17/01/2018	17/01/2018	21/01/2018	280.00€	90.00€	Pre-Reserva	[Iconos]
002-00000013	grupo granada	SA	17/01/2018	17/01/2018	20/01/2018	6.00€	No	Entregado	[Iconos]
002-00000011	GONZALEZ RUZ ANA	SA	18/01/2018	17/01/2018	21/01/2018	210.00€	No	Entregado	[Iconos]
002-00000008	ELIURA ELIURA PEDRO PABLO (H-D)	SA	18/01/2018	17/01/2018	22/02/2018	910.00€	No	Entregado	[Iconos]
002-00000004	SOLAS PEDRO	SA	18/01/2018	17/01/2018	22/01/2018	480.00€	No	Entregado	[Iconos]
002-00000001	ELIURA PEDRO PABLO	BOOKING.COM	18/01/2018	17/01/2018	21/01/2018	810.00€	No	Entregado	[Iconos]

Foto: Ofimática Jaén

cuenta es su alto grado de flexibilidad, en caso de que necesite cambiar su plan de suscripción y su fácil mantenimiento. Si hay una nueva versión de su software, se actualizará automáticamente.

Sebastià Vidal, Tourism - Business Development Manager de Quonext, comenta que por el lado de la oferta, el mercado de los sistemas de gestión en el sector hotelero tiene una situación

particular, ya que existe un número muy grande de productos y además van apareciendo productos de nuevos jugadores. Esta situación entendemos que terminará con un proceso de concentración de la oferta de soluciones, igual que se está produciendo en otros sectores.

Por el lado de la demanda, la situación actual es consecuencia de los muy

noray
HTL

¿Aún sientes que
no tienes el control?

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



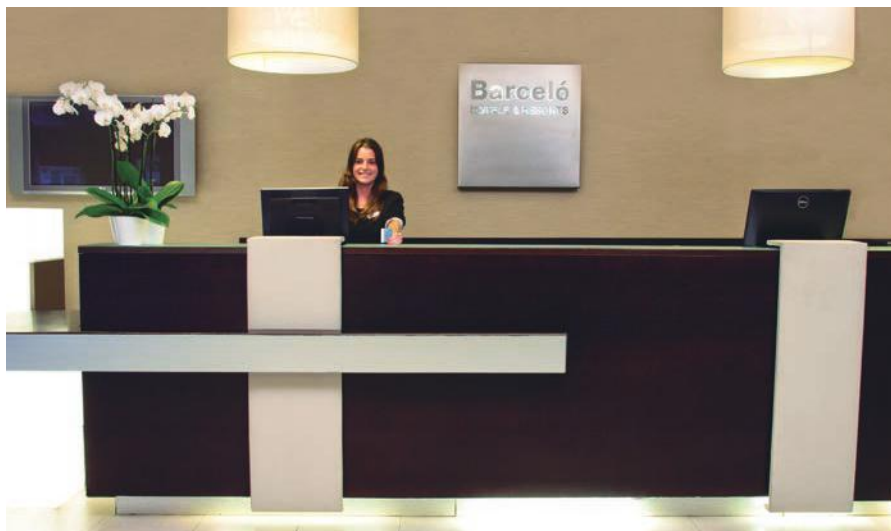


Foto: Barceló Hotels&Resorts

buenos años del turismo hasta la fecha. Vamos a ver cómo se comporta con las perspectivas de un crecimiento más moderado por la recuperación de los destinos competidores.

Rodolfo Pérez, Director Comercial de Codisys, señala que tal y como se plantea hoy en día, el sector hotelero y de la restauración son mercados claramente satisfactorios para el uso de sistemas de software de gestión. Tanto la empresa hotelera como la restauración necesitan tener toda la información posible del negocio con agilidad, en el momento. Se demanda tener información disponible en todo momento y además poder explotarla y contrastarla con los KPI's.

Es una cuestión de tener las claves que les permitan ser proactivos y/o tomar decisiones con criterio. Que les asegure y reafirme en sus acciones, teniendo controlado que pueden minimizar riesgos y hacer cambios para constatar que el negocio no se vea afectado ante algún riesgo en la operativa interna. Por ejemplo, ver cómo van las ventas con respecto al presupuesto esperado o la proyección de la planificación de sus presupuestos y expectativas.

En resumen, “el mercado en general y el hotelero en particular, siempre han dependido de las soluciones, es decir del software que hace funcionar uno u otro dispositivo. El sector hotelero se encuentra en un proceso de renovación y evolución constante, llegando a una madurez propia de lo que representa para

la economía de un país como España”, opina Pedro Nieto Fernández, Director de Marketing y Desarrollo de Producto (Gama VIRDI y SCLAK) en STI CARD.

El mercado español

España es un referente turístico a nivel mundial y posiblemente es el primer país en cuanto a competitividad turística, con una afluencia de más de 80 millones de turistas internacionales, indica el Senior Marketing - Communications Manager de Roiback. Además, España es el segundo receptor del mundo por número de visitantes lo que ofrece una perspectiva de liderazgo mundial en gestión de alojamientos y por lo tanto de soluciones tecnológicas creadas por y para este mercado, comenta Javier Hernández.

Ana Isabel Pérez opina que “el cambio en los hábitos de consumo, la obligatoriedad de conocer y cumplir todas las normativas legales y sus modificaciones, la necesidad de presencia en las redes y muchas otras circunstancias hacen que las empresas deban encarar una transformación digital, lo que ha impulsado una gran evolución en el mercado español, que se está adaptando para cubrir todas sus necesidades”.

Así, el sector tecnológico en el mercado español se ha adaptado perfectamente y existe un conocimiento muy avanzado con grandes profesionales que hacen posible crecer no sólo en el mercado nacional sino en todos los de alrededor del mundo, explica James Metzger.

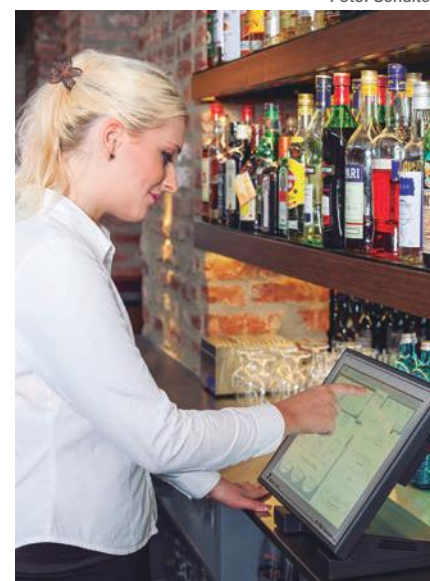
Sin embargo, según el punto de vista que trasladan desde Redforts, “España es un país de extremos. Por un lado es uno de los países con más afluencia de turistas, con hoteles modernos y servicios punteros. Por otro todavía hay muchísimos hoteleros que manejan sus negocios con sistemas muy anticuados.

Aún así vemos el futuro con optimismo. El cambio generacional en la industria hace que se estén modernizando los sistemas a un ritmo muy elevado. En este sentido, los que vienen de atrás, dan ahora un salto enorme, pudiendo invertir en lo más moderno”.

Por su parte, el Director de Schultes Microcomputer Vertriebs señala que “a pesar de que ha sido un proceso lento, en la actualidad la mayoría de los profesionales de la hostelería, han dejado de conformarse con sistemas simples, o cajas registradoras convencionales ya que estos sistemas únicamente ofrecían una solución al front-office”.

La evolución de los sistemas por la apuesta por un software de gestión hotelera en la nube ha sido muy bien aceptado por el mercado nacional ya que era una exigencia en innovación. El hecho de estar en la nube permite que el software esté disponible en cualquier sitio y en cualquier momento. Todo ello permite la utilización de aplicaciones para móviles, tabletas que generan una mayor movilidad, señalan desde el Departamento de Marketing de Engissoft.

Foto: Schultes



Así que “el mercado español empieza a ser consciente de la alternativa que supone pasar del modelo tradicional al modelo SaaS aunque todavía existe un grado de reticencia”, puntualizan desde Protel Hotel Software / Serenissima.

Además, Nacho García señala que “en la actualidad los proveedores de software hemos visto en el sector hotelero un ‘mar’ de clientes importante donde poder potenciar nuestros productos y que nos ayudará a crecer de forma exponencial, esto viene provocado por el potencial tan grande de España respecto al turismo mundial, siendo una potencia del sector y por la gran profesionalización del sector en los últimos años y por ello la necesidad por parte del hotelero de herramientas de gestión automáticas, fáciles de uso y con facilidad de movilidad ‘cloud’.

Por otro lado el hotelero sigue prefiriendo herramientas nacionales gracias al idioma del soporte y adaptación a las obligaciones fiscales y legales en España, pero esto va cambiando y van entrando



Foto: STI CARD

nuevas herramientas de empresas de software extranjeras y van cogiendo fuerza en el mercado.

Por todo lo comentado, el Director Comercial de Codisys señala que el mercado español se ha adaptado perfectamente a los sistemas de gestión de software tanto para el punto de venta

como para la gestión en la central, inclusive con las integraciones con sus sistemas ERP. Principalmente piden herramientas y soluciones de tecnología con las cuales puedan gestionar sus negocios con el objetivo de ser diferentes y mejorar con respecto a su competencia. Estas soluciones deben aportar valor a las distintas áreas de la marca, con

Hotel@n®

SOFTWARE PARA HOTELES

L@ndín®
SOFTWARE

RESERVAS Y CUPOS
HUÉSPEDES Y AGENCIAS
CHECK-IN Y CHECK-OUT
LECTURA DE DNI-E,
PASAPORTES Y OTROS
DOCS. DE IDENTIDAD
GENERACIÓN PARTE
GUARDIA CIVIL
ESTADÍSTICAS INE Y
ENVÍO ONLINE
GESTIÓN GOBERNANTA
Y COCINA

DIVERSOS MODOS DE
FACTURACIÓN
GENERACIÓN DE
PRESUPUESTOS
GESTIÓN DE COBROS
E-FACTURA
CONTABILIDAD
INFORMES DE
PRODUCCIÓN
INFORMES FORECAST Y
PREVISIÓN DE INGRESOS

CHANNEL MANAGER
MOTOR DE RESERVAS
APLICACIÓN MÓVIL
ENLACE CON CHAR
CAPTURA DE FIRMAS
CON EPAD-INK
ENLACE CON SOFTWARE
DE HOSTELERÍA
MAILING DE FACTURACIÓN

**Hotel@n
Mobile**

Gestión de reservas y gobernanta
desde cualquier lugar y en tiempo real





Foto: Meliá Hotels International

acciones de marketing y comunicación que interactúen con cliente final.

En la parte operacional estarían dirigidas a la gestión interna de los establecimientos. En lo que respecta al negocio esto se podría trasladar en conseguir incrementar las ventas y la rentabilidad. Actualmente existen soluciones que consiguen optimizar estas áreas con total seguridad y que se adaptan a las necesidades de cada empresa.

Más allá de cómo se han adaptado los mercados españoles al uso de los softwares de gestión, Alberto Vera, de Decker, señala que “España es cuna de fabricación de sistemas de ‘front end’, podemos encontrar más de 10 PMS (Property Management Systems). Hay que tener en cuenta que somos una referencia mundial en cuanto a modelos de gestión, y eso ha provocado que, mediante vasos comunicantes, durante los últimos 25 años se hayan establecido dichas empresas”.

Tipos de software de gestión

El Director de Cuentas Hospitality, Travel - Leisure de IECISA explica que los softwares van desde los de control de sistemas de infraestructuras y monitorización a apps de uso de cliente final, pasando por ERPs, front ends (PMS/POS), y los poco mencionados pero cada vez más importantes, controles de ciberseguridad.

Podemos encontrarnos con infinidad de tipos de software, tantos como sectores

de negocio existentes en la actualidad haya: hostelería, restauración, pymes, logística, educación, sanidad, etc., señalan desde el Departamento de I+D de Landín Informática.

Sin duda, “hay de todo”, comentan desde Redforts. Por un lado encontramos, muchos sistemas ofreciendo sólo una pequeña parte del puzzle que necesita hacer el hotelero todos los días. Sistemas que sólo ofrecen poder vender online (motores de reservas), otros que sólo ofrecen gestionar el ‘check in’ o sólo la comunicación con el cliente. Y, por otro lado, sistemas que ofrecen todas estas funcionalidades en un único sistema, los denominados “todo-en-uno”. Para el hotelero estos últimos tienen la gran ventaja de poder trabajar con un sistema, de un proveedor, con una clara responsabilidad.

En su caso, Frede Palmés diferencia entre dos grupos de software. El primer grupo

serían los softwares de gestión del propio hotel como el PMS, puntos de ventas (restaurante, spa...), gestión de almacén, salones y congresos, etc. Y, en el segundo grupo serían los softwares dedicados a la venta y a la optimización de ingresos. En este grupo podemos encontrar los ‘channel managers’ y los softwares de ‘revenue management’.

También se observa que, “lamentablemente ha proliferado toda una serie de softwares de baja calidad y bajo precio en el mercado español. Que únicamente ofrecen una solución más bien poco efectiva en lo que se refiere al ‘front office’. Aunque por suerte, estamos comprobando como son cada vez más los clientes que tienen un concepto mucho más global de su negocio, son verdaderos profesionales, que quieren explotar sus negocios de una forma mucho más eficiente”, informa Jordi Belsa Posino.

El Tourism - Business Development Manager de Quonext señala que podríamos hacer diferentes clasificaciones de los sistemas:

- Ámbito geográfico: regionales (a nivel de comunidad autónoma), nacionales, multi país o globales.
- Según las opciones de utilización: ‘on premise’, sólo en la nube, o en ambas opciones.
- Según la especialización: para hoteles individuales, para cadenas, para hoteles urbanos, vacaciones, o para todo tipo de hoteles.
- En función de la tecnología: cerrada, abierta a integraciones, etc.
- Si lo hiciéramos según las funciones,

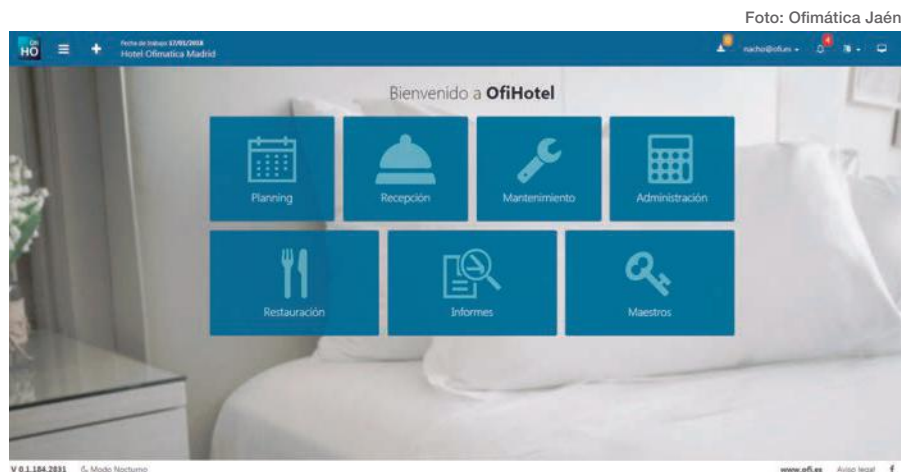


Foto: Ofimática Jaén

tendríamos: PMS (Property Management Systems), CRM (Customer Relationship Management), CMS (Content Management Solutions), ERP (Enterprise Resources Planning)...

De entre estos últimos, uno de los más comunes y empleados son los PMS, de los cuales, según el Director Comercial Sector Hotelero de Ofimática Jaén, actualmente existen tres tipologías:

- El primer tipo, el software clásico, existente desde hace muchos años, que ha ido evolucionando, estos softwares son herramientas instaladas en un servidor en local del establecimiento, estos tipos de softwares están basados en la gestión interna muy potente, están afianzados en el mercado, suelen ir acompañados de un excelente servicio de soporte posventa, son muy completos, conectados con módulos adicionales, como centralitas telefónicas, grabadores de llaves... y, aunque no están adaptados a la movilidad solicitada por el sector, los hoteleros siguen confiando mucho



Foto: Noray

en él, ya que saben que la gestión está totalmente probada y que no va a dar ningún fallo si la red y mantenimiento de equipos son los correctos. En este tipo de software hay dos subtipos, los que no se adaptan y quedan obsoletos y los que siguen avanzando conectándose con canales de venta online o con los propios 'channel manager' del mercado.

Para este tipo de software no existe un hotel determinado ya que muchas cadenas u hoteles importantes siguen teniendo un gran sistema de hardware y siguen prefiriendo implementar su software en sus propios servidores. Evidentemente se unen a este tipo de software los que no tienen una red de Internet estable.



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

redforts.com

redforts
software as a service

**Soluciones de
Gestión Hotelera**



91 19 82 873
info@redforts.com

 **redforts**
software as a service



Foto: Redforts

Si la evolución sigue así, lo más normal es que la venta de esta tipología vaya cayendo poco a poco y los hoteleros vayan migrando a los softwares en 'cloud'.

- En segundo lugar estarían los nuevos softwares que están apareciendo en el mercado, la mayoría realizados por empresas con pocos años de experiencia que basan la gestión en las conexiones y las necesidades de movilidad de los hoteleros, estos softwares son en 'cloud', y están muy bien conectados 'two way' con las diferentes OTAS (sólo conexión con las marcas más importantes), siendo el propio PMS el 'back office' de los gestores de canales y del 'booking engine' pero con pocos recursos en el programa sin gestión de restauración incorporada. Muchos de estos suelen ir acompañados de un servicio de mantenimiento pobre y de precios medio-bajos. Normalmente los hoteles medio-pequeños son los que los usan además de gestores de apartamentos ya que no necesitan una gestión muy profunda y no suelen disponer de gestión del restaurante/café.

- En tercer lugar y el que más futuro tiene en el sector es una mezcla entre las dos anteriores que aúna la calidad de un gran PMS de gestión interna con un servicio de soporte profesional y de calidad, alojado en 'cloud' y que tenga una conexión bidireccional con un 'channel manager' y 'booking engine'. Además estas herramientas están ya integradas con

nuevas tecnologías como el servicio pre 'check in', escaneo por cámara web de documentos de identificación, sistemas de precios 'revenue', gestión comercial 'pick up', conexión con sistemas de aperturas de puertas por móvil, sistemas de comunicación con clientes, envío de formularios, comparadores de precios..., éstos son los que tendrán mayor acogida y evidentemente más futuro.

También Rodolfo Pérez, Director Comercial de Codisys, hace esta distinción entre tres tipos de software, pudiendo encontrar tanto soluciones que trabajan únicamente en la nube, como software por licencia y combinaciones de esas dos modalidades, esto es con servidores y 'cloud', esta última es la que más penetración tiene hoy en día en el mercado, ya que, de alguna forma, tiene una doble seguridad de la información.

En cuanto a la manera de utilización, si es cierto que aún se sigue pagando por licencia, aunque lo más habitual es la modalidad de pago por uso, por todos los beneficios que ello conlleva. No hay que hacer una inversión inicial y es un servicio recurrente que se acompaña de servicios.

Los más demandados

A la hora de escoger entre unos u otros, Alberto Vera, de Decker, señala que los sistemas de gestión que más se demandan son "los que aporten un valor tanto al cliente como a la empresa que lo despliega. Suelen ir enfocados al 'user experience'". Y, el Product Manager de Othello@.NET by Millenium Soft comenta que "cada vez son más necesarios sistemas completos e integrales que aporten una solución completa y escalable para tomar decisiones con mayor agilidad y mejores datos a los que prestar atención".

Respecto a esto último, el Director de Schultes Microcomputer Vertriebs indica que "los softwares de gestión que más se demandan son aquellos que permiten una gestión integral del negocio. Una adaptación real a formato de negocio y la forma de trabajo. Los clientes quieren soluciones flexibles, que se adapten realmente a su forma de trabajar. Una vez superadas las modas y tendencias, estamos comprobando que los clientes

ya empiezan a realizar un verdadero análisis de la solución aportada, antes de realizar la compra de un sistema de control y gestión".

Por su parte, el Director de Marketing y Desarrollo de Producto (Gama VIRDI y SCLAK) en STICARD, comenta que desde el punto de vista del empresario hotelero, "pensamos que cada vez se demandan más sistemas de gestión de accesos y reservas inteligentes, con unos costes de gestión más reducidos y seguros. Si le preguntásemos al usuario o huésped, sin duda lo más demandado es un sistema de gestión de acceso al establecimiento versátil, flexible, conectado y seguro".

Junto a los PMS, ya comentados como los más solicitados, "los que más demandan los clientes son ERP, CRM, movilidad, fidelización, control de presencia, gestión para restauración con comander y gestión hotelera con 'channel manager' y motor de reservas", informan desde el Departamento de I+D de Landín Informática. Aunque como señala Sebastià Vidal, "actualmente el grado de penetración de los sistemas de gestión hotelera, los PMS es muy alto, diría que más del 90% de hoteles tienen un PMS, una parte de ellos necesita de una renovación".

Desde Protel Hotel Software / Serenissima señalan que, además de lo ya dicho sobre los PMS, el hotel busca herramientas de 'business intelligence' (BI) que faciliten el estudio de los datos históricos y a futuro

Foto: Schultes



de los factores que influyen en las ventas y en los resultados del establecimiento. La BI transforma los datos en objetos visuales que pueden recopilarse y organizarse en base a las necesidades de cada momento. Con un solo clic, los usuarios pueden tener una visión de 360 grados sobre los principales ratios e indicadores del hotel que se generan diariamente en el sistema de gestión PMS.

La BI actúa como un factor estratégico para el hotel, generando una potencial ventaja competitiva al poder contar con una información privilegiada y responder a los problemas inmediatamente. En definitiva, nos permite:

- Observar qué está ocurriendo en nuestro negocio.
- Comprender por qué ocurre.
- Predecir qué ocurrirá.
- Decidir qué cambiar en base a los datos obtenidos.

En cuanto a los sistemas de venta, 'channel management', "es obvio que sea



Foto: STI CARD

uno de los más demandados porque hoy en día casi el 90% de todas las reservas online se hace a través de una agencia online como Booking.com y Expedia", determinan desde Redforts. Asimismo, desde el Departamento de Marketing de Engisoft señalan que el hotelero centra su foco en las ventas. Por ese motivo los principales factores son la conectividad con los 'channel managers' y software

de 'revenue'. Pero además de las ventas busca soluciones de gestión que además de proporcionar esta conectividad gestione eficientemente el 'front office' y sin descuidar el 'back office'.

Nacho García pone el foco en que los más demandados son aquellos en 'cloud', ya que son extremadamente sencillos y las conexiones con terceros son bastante



EL MEJOR SOFTWARE PARA EL SECTOR HOTELERO



1.000

Hoteles mecanizados
en España y
Latinoamérica



OfiHotel

Software para Hoteles - PMS



Ver. cloud disponible

OfiHotelcloud

JAÉN - MADRID - BARCELONA - MÁLAGA - VALENCIA - A CORUÑA - CHILE - MÉXICO - PERÚ - GUATEMALA - DOMINICANA - PANAMÁ



Foto: Millenium Soft

buenas haciendo que el hotelero no tenga apenas que trabajar sobre la gestión de reservas, “pero en mi opinión, como el servicio de soporte no suele ser muy profundo y el PMS es bastante simple, lo normal es que el mercado tienda a acoger una opción donde los PMS sean completos con buenas conexiones y buen servicio de soporte”, añade.

Por otro lado, una de las causas de que en la actualidad esta última opción no sea la favorita es que disponen de precios más caros, “pero creo que en un tiempo los precios de éstos bajarán un poco y los hoteleros harán un esfuerzo mayor cuando vean que la gestión puede optimizarse mucho con esta tipología de software”, explica.

De igual modo opina el Director Comercial de Codisys quien observa que “la solución que más se demanda es un híbrido entre el servidor y la nube. El tener la certeza de poder seguir trabajando aunque el local se haya quedado sin Internet, siempre es una garantía para que no se cree el típico caos que, si bien por causas ajenas, se pueden ocasionar ante una situación de estas características”.

Beneficios de los programas de gestión

Según apunta Jordi Belsa Posino, no se trata de ventajas y beneficios sino de que hoy en día es imprescindible el uso de sistemas de gestión en todos los negocios de cualquier sector. No se concibe un negocio sin un sistema de control y gestión, así como la aplicación

de métodos y formas de trabajo determinados.

De igual modo, “simplemente que en el año 2019 se pueda cuestionar que se pueda vivir al margen de la tecnología es que se debe hacer un ejercicio de reposicionamiento empresarial. La tecnología, hablando muy genéricamente, es un medio facilitador. Facilita y habilita a las empresas la gestión de los procesos, la eficiencia de éstos, el conocimiento de los clientes y la velocidad para obtener todo en tiempos récord”, opina el Director de Cuentas Hospitality, Travel - Leisure de IECISA.

El Director Comercial Sector Hotelero de Ofimática Jaén señala que cuando un establecimiento hotelero y hostelero quiere implantar un software de gestión lo hace con varios objetivos claros, de los cuales se enumeramos algunos:

- Agilizar todos los trámites y acciones que puede haber en el hotel. “como para cualquier sector, el uso de un sistema de gestión garantiza una mayor agilidad en todas las tareas diarias, mejor organización interna, mejor servicio al cliente final y por lo tanto fidelización del mismo, control de ingresos y gastos, control de empleados, cumplimiento y actualización de normativas legales... todo son ventajas”, apunta Ana Isabel Pérez.

- Evitar errores y desviaciones en la gestión. “La mejora de calidad de datos. La automatización elimina errores humanos”, puntualizan desde Redforts.

“Pensamos que cada vez se demandan más sistemas de gestión de accesos y reservas inteligentes, con unos costes de gestión más reducidos y seguros...”

- Recopilación de datos, clientes, facturas, reservas, entradas, salidas, mejorando por tanto, la labor comercial. La trazabilidad supone que la automatización permita identificar cómo, cuándo y de quién venían los datos, comentan desde Redforts. Además desde el Departamento de Marketing de Engissoft señalan que las ventajas de los sistemas de gestión son la de recopilar, analizar y gestionar un mayor número de datos que son necesarios para obtener información para la toma de decisiones estratégicas y así poderse diferenciar de la competencia. “El gestor decide sobre datos fehacientes y constatables. Hacerlo a ciegas o por suposiciones comporta unos riesgos que en el siglo XXI no se puede permitir”, añade Javier Hernández.

- Facilitar la labor de todos los trabajadores del hotel.

- Optimizar los recursos del establecimiento. La mejora de venta. La automatización permite reaccionar más rápidamente y libera recursos que pueden dedicarse a la venta, informan desde Redforts.

- Ahorro de tiempo y dinero. Desde Redforts señalan que la automatización quita mucho trabajo innecesario.

- Y sobre todo, mejora en el servicio al cliente. En sí, en la reputación, la automatización elimina tiempos de espera y mejora el servicio al huésped, permitiendo el personal a dedicar más tiempo al huésped, explican desde Redforts.

- Gestión comercial optimizada estableciendo precios competentes y consiguiendo 100% de ocupación.

Las ventajas principales son:

- Control exhaustivo de su negocio. Esto es extremadamente importante para poder conocer qué parte de su



Foto: Landín Informática

establecimiento es verdaderamente rentable y para poder configurar las diferentes tarifas y precios de no sólo del alojamiento, sino de los diferentes servicios que ofrece en su hotel.

- Incremento de los beneficios, a través de la venta por canales online su establecimiento llegará a más sitios y por tanto las ventas aumentarán.

- Se optimizarían los recursos del hotel y de los trabajadores de éste, es decir, la disponibilidad de los servicios y alojamientos sería mucho más fácil de gestionar y servicios como la limpieza se gestionaría de manera más óptima, desde el mismo PMS.

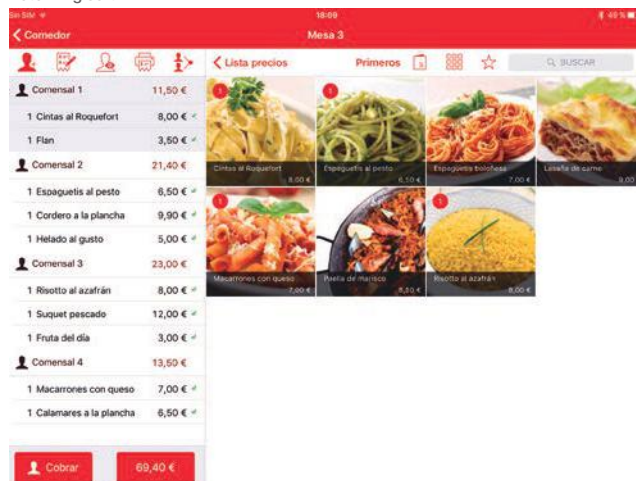
- Evitar errores como los de olvidar cargar al cliente servicios que ha utilizado, como teléfono, parking, servicio de restauración... y que pueden perderse por error de los trabajadores.

- Evitaría problemas de 'overbooking'.

- Ahorro de costes, de papel y personal, por ejemplo.

- Incremento de comunicación entre los clientes y empleados del hotel (Smart TV, conexión wifi con usuario...), además de la creación de una base de datos de clientes necesaria para una correcta labor comercial.

Foto: Engissoft



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



HOTELES

Husa
Santos
Attica21
Sercotel
Hotansa
Aránzazu
Acevi Hoteles
GSA Hoteles

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

LUGARES

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

SIGH-ULYSES

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

Contacte con nosotros



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

Visite nuestra web

Tesipro 2.0 solutions

www.tesipro.com

Encontrará información al detalle de nuestros productos y servicios.



Tesipro
solutions

Software para hoteles



Foto: Barceló Hotels&Resorts

- Mejora en los procesos de toma de pedidos en restauración y envío a diferentes impresoras, pantallas de comandas.

- Evitar desviaciones provocadas por errores en el envío del consumo del restaurante a la cuenta de la habitación.

Asimismo, desde Protel Hotel Software / Serenissima explican que el software del hotel en la nube minimiza la infraestructura dentro del propio establecimiento, lo que también significa una reducción en los costos para su infraestructura TI. El software del hotel en la nube está alojado en los servidores de su proveedor de software del hotel, por lo que en general, se compra el software como un servicio (SaaS). Una característica del SaaS es que ya no compra una solución, sino que se alquila. La mayoría de las compañías de SaaS tienen modelos de negocios basados en suscripciones. La ventaja de esto es que tiene un alto grado de flexibilidad, en caso de que necesite cambiar su plan de suscripción.

La mayor proximidad entre el proveedor y el cliente tiene un efecto directo en el desarrollo posterior del sistema debido a los comentarios de muchos usuarios que utilizan las funciones de la misma versión.

Además, el cambio de la base tecnológica también ofrece ventajas muy pragmáticas para nuestros clientes. En primer lugar, ya no tendrán que preocuparse por toda la tecnología de hardware en segundo plano, ya que el centro informático utilizado

para las soluciones en la nube ofrece la informática exacta, el almacenamiento de datos y las capacidades de red y software que necesita el cliente. Incluso en lo que respecta a la estabilidad del sistema y la seguridad de los datos, el centro de cómputo está mejor equipado que los entornos individuales. Para un hotel supone un gran esfuerzo económico poder garantizar la misma seguridad que le ofrece un “cloud” para poder contar con servidores redundantes, copias de seguridad, programas de protección contra virus y el mantenimiento por parte de expertos externos.

Otro aspecto importante es que la mayoría de los hoteles trabajan con una gran cantidad de interfaces. Con las soluciones en la nube todas estas interfaces son administradas de forma centralizada por el proveedor, lo que significa que el hotel ya no tendrá que preocuparse por actualizar nuevas versiones. Incluso la comunicación entre los empleados del hotel y, lo que es más importante, entre el hotel y el huésped, se simplifica enormemente.

Por su parte, Rodolfo Pérez apunta que “las principales ventajas del uso de sistemas de gestión es su integración con el resto de las herramientas de la empresa, además del gran beneficio de la escalabilidad y por supuesto que se pueda replicar de forma ágil, porque la flexibilidad es importante para que las empresas puedan ir adaptando la solución y creciendo de acuerdo con el crecimiento de su actividad, líneas de

negocio y nuevos conceptos que quieran lanzar al mercado en un futuro”.

En definitiva, Sebastià Vidal comenta que “las ventajas son muchas (de entre ellas, disponibilidad de información para la gestión de la operativa, eficiencia en ésta y automatización de procesos), pero cualquier negocio hotelero hoy en día necesita un sistema de gestión. Es imposible gestionar un negocio con lápiz y papel”.

Además, el sistema debe poder cubrir varias áreas, ya no sirven los sistemas departamentales, que sólo crean silos de información, alta dedicación de tiempo a reintroducir información, y errores en la información gestionada.

Y el gran beneficio es liberar de tareas administrativas al personal que está en contacto con el cliente, con lo que la experiencia del cliente mejora, y en consecuencia el servicio, y la valoración por parte del cliente.

Tras observar los beneficios que reporta el uso de los programas de gestión, ponemos la mirada hacia el futuro de este tipo de programa en el sector servicios y, en particular, en el sector hotelero y de la restauración.

En este sentido, dentro del proceso de transformación digital que vive el sector hotelero lo lógico es que las empresas de este sector aprovechen el paso que han dado automatizando y digitalizando gran parte de sus sistemas y procesos

Foto: Ofimática Jaén





Foto: Meliá Hotels International

del día a día y lo amplíen al resto de gestiones como todos los documentos que se tienen que intercambiar en una relación comercial. Es decir, lo que se conoce como intercambio electrónico de

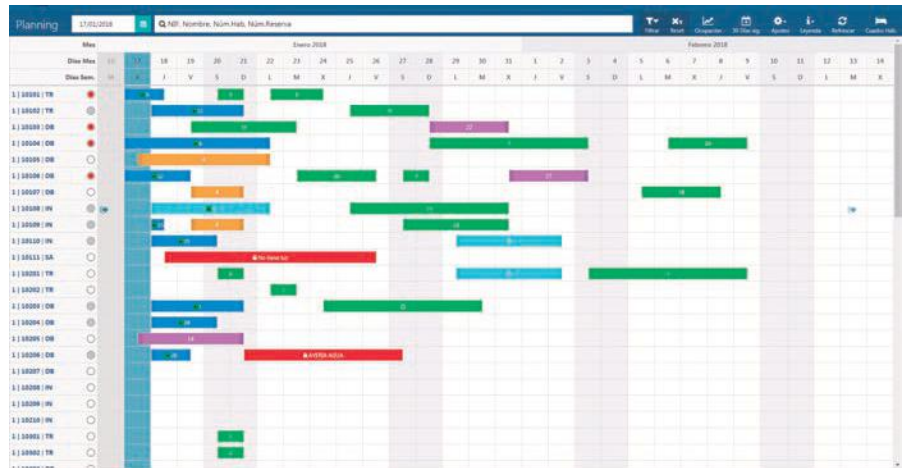


Foto: Ofimática Jaén

documentos o EDI, señala el Director de Marketing de SERES para Iberia y LATAM.

También se observa, según Alberto Vera de Decker, que los sistemas de 'front end' evolucionarán a aplicaciones de uso sencillo y eficiente, con cortos periodos de adaptación y que aporten valor a la cadena. El alojamiento de los sistemas se realizará en 'cloud'. Se requiere que

el cliente pueda tener controlados esta nube, ya que cualquier problema que pueda tener (ralentización, bloqueo, caída) le puede ocasionar grandes pérdidas, es por ello que se requieren sistemas de QA, despliegue de aplicaciones y monitorización.

Así lo más destacado, como señalan desde Protel Hotel Software / Serenissima,

CODISYS



ADN de la restauración Imagina...

- Internacionalizar tus enseñanzas
- La información de tu negocio en el móvil
- Conocer los hábitos de consumo de tus clientes

**Soluciones Globales de última generación
para la transformación digital y tecnológica**

www.codisys.es

marketing@codisys.es

Generando
Confianza

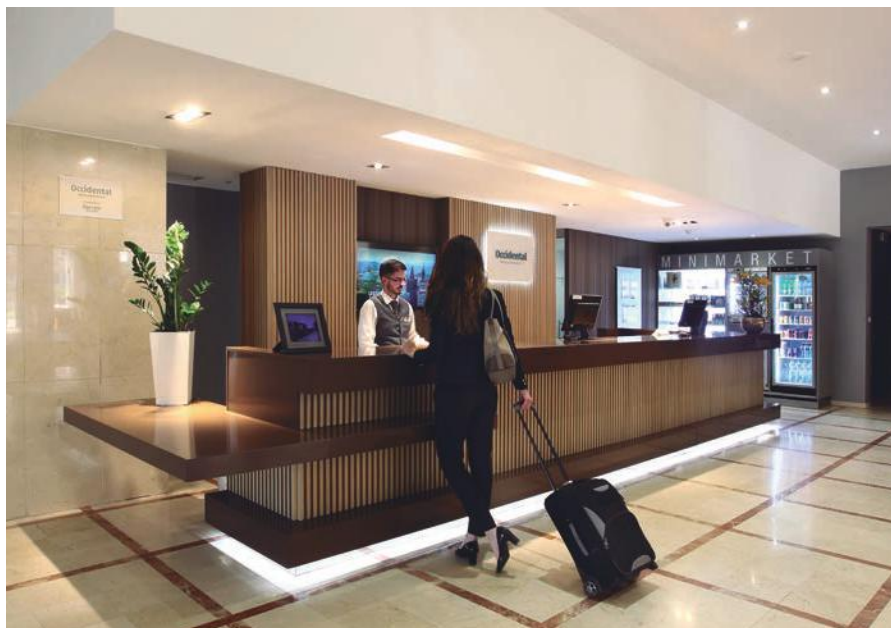


Foto: Barcelo Hotels&Resorts

es que se tenderá a soluciones en la nube frente a la infraestructura de TI “clásica”: el tema de la “nube” parece estar dividiendo el mundo de la TI. Sin embargo, cuando se mira más de cerca, se observa que, como en muchas controversias aparentes, no es tal y en el mercado actual pueden convivir las dos opciones.

El Tourism - Business Development Manager de Quonext expone que “todos los sistemas estarán en la nube en un futuro bastante próximo. Y sobre todo los sistemas evolucionarán incorporando todas las opciones que demanda el mercado como movilidad, involucración del cliente como parte del proceso, una mayor automatización.

Foto: Redforts

“Uno de los grandes retos del sector hotelero es poder reconocer al cliente fiel, repetidor, incluso antes de que llegue al mostrador...”

Por supuesto, la incorporación de inteligencia artificial, ‘big data’, ‘machine learning’, en el fondo la introducción de robots, más virtuales, que físicos es la gran tendencia.

Por ejemplo, uno de los grandes retos del sector hotelero es poder reconocer al cliente fiel, repetidor, incluso antes de que llegue al mostrador y se le haga la fatídica pregunta “¿ha estado usted antes con nosotros?”, en este caso, la solución

vendrá de la mano del reconocimiento facial, de forma que el recepcionista ya nos saludará por nuestro nombre indicándonos cuánto tiempo hace de nuestra última estancia.

Por todo ello es importante elegir sistemas integrados, abiertos a poder integrarse con sistemas de terceros, basados en tecnologías sólidas, y de la mano de implantadores con experiencia y capacidad de innovación.

Desde Redforts comentan que el futuro se encamina hacia una integración completa de todas las partes informatizadas del negocio. Proveedores que son capaces de ofrecer soluciones de tipo ‘todo-en-uno’ y que además ofrecen sus productos a nivel global son los que van a triunfar.

Por su parte, Frede Palmés señala que irán surgiendo nuevos softwares ultra especializados para nuevas necesidades que el mercado requiere. En todo caso, necesitará de programas de gestión PMS que sean la base de una gestión potente del hotel y que puedan interconectarse con los nuevos softwares que surjan en el mercado. Aspirar a un único software de gestión total es un absurdo ya que nunca llegará al nivel de especialización de los nuevos softwares, pero si debe haber un software central que sepa canalizar e integrar toda la información de gestión.

Pedro Nieto Fernández opina que la tendencia parece ir hacia un entorno

Foto: STI CARD

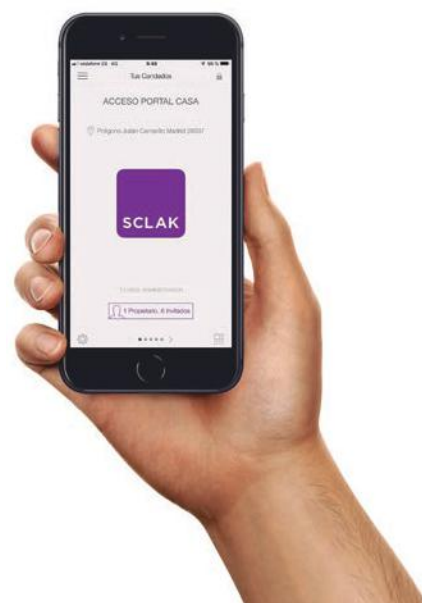




Foto: Ofimática Jaén

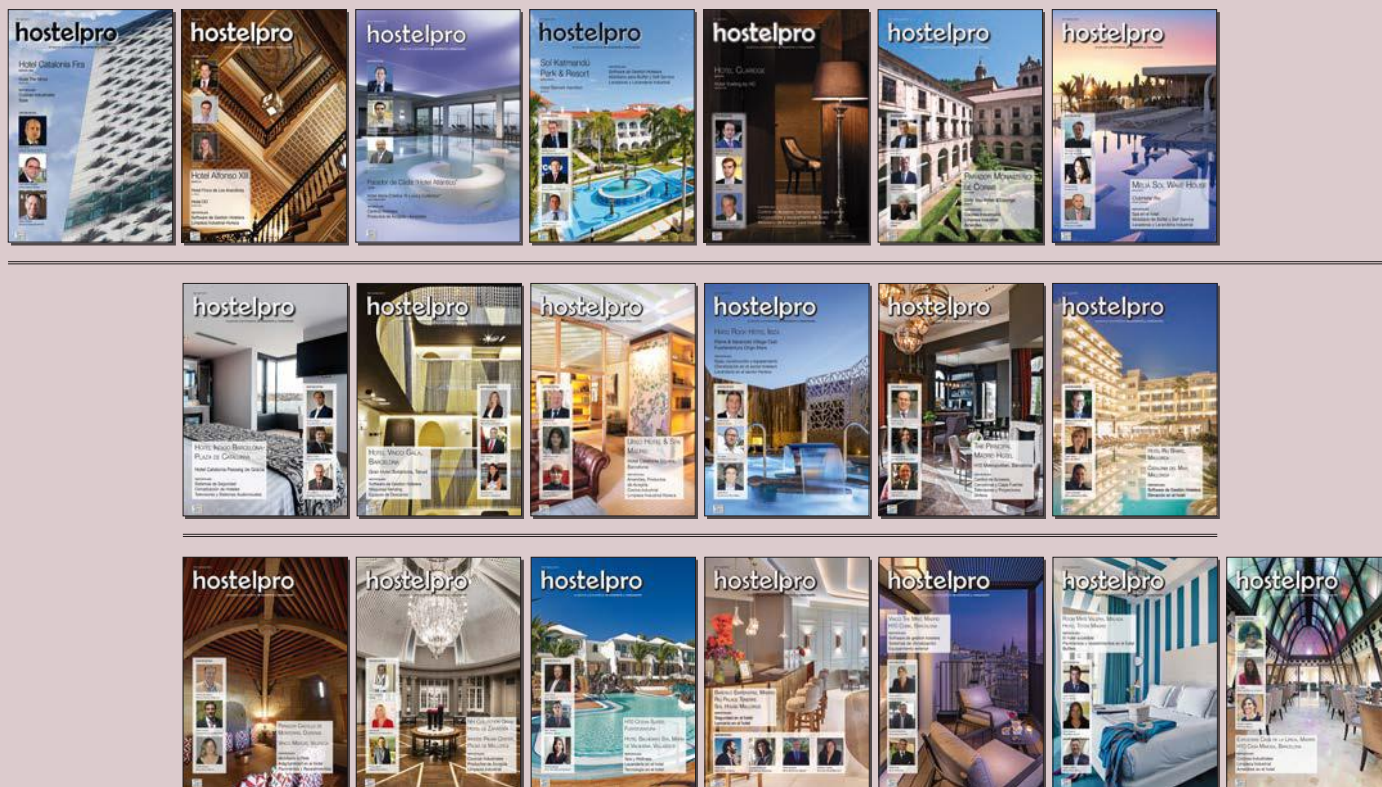
de movilidad, facilitando al máximo la interacción del usuario con el sistema y garantizando la seguridad para la empresa hotelera en paralelo con una economización de los costes de gestión actuales.



Foto: Meliá Hotels International

En definitiva, nos dirigimos hacia un camino de un solo sentido, el de la tecnología. Donde la conectividad y la

integración están forzando a que el 3.0 sea una realidad en la tecnología de la hostelería, concluye Javier Hernández.



V I S I T A :

WWW.REVISTAHOSTELPRO.COM

PROYECTO HOTELERO

Hotel Allegro Isora, Santa Cruz de Tenerife

ALEGRÍA, VITALIDAD Y DINAMISMO



Foto: Hotel Allegro Isora, Santa Cruz de Tenerife. Barceló Hotel Group

Situado en el municipio Guía Isora, en Santa Cruz de Tenerife, el Hotel Allegro Isora se alza como un ejemplo de alegría, vitalidad y dinamismo en el que el color y el estilo de los años 80 es más que latente. Tras una reforma de tres años y una inversión de 9 millones de euros, el hotel luce su mayor esplendor como alojamiento vacacional para toda la familia.





Foto: Hotel Allegro Isora, Santa Cruz de Tenerife. Barceló Hotel Group

Grupo Barceló es la segunda cadena de España y la vigésimo novena más grande del mundo. Actualmente cuenta con 250 hoteles urbanos y vacacionales de 4 y 5 estrellas, y más de 55.000 habitaciones, distribuidos en 22 países y comercializados bajo cuatro marcas: Royal Hideaway Luxury Hotels & Resorts, Barceló Hotels & Resorts, Occidental Hotels & Resorts y Allegro Hotels.

Bajo el concepto de la marca Allegro Hotels ha abierto las puertas del anteriormente conocido como Barceló Varadero, con el nuevo nombre Allegro Isora Tenerife, tras una reforma que empezó en 2015 y que ha supuesto una inversión de 9 millones de euros y le ha valido la consecución de la 4ª estrella.

El Allegro Isora es un hotel de 312 apartamentos que se encuentra ubicado en el municipio tinerfeño de Guía de Isora, muy cerca de la playa de La Arena y de los espectaculares acantilados de Los Gigantes.

El proyecto de reforma, llevado a cabo por el estudio ILMIODESIG, ha contemplado la redecoración de los apartamentos; la tematización de habitaciones para familias (Barcy Family Rooms); la construcción de un centro U-Wellness y un coqueto

gimnasio al aire libre; la remodelación de su piscina exterior y la creación de una piscina infantil con un impresionante tobogán acuático; y el rediseño de sus principales zonas nobles como son la recepción, el restaurante y el lobby bar.

Foto: Hotel Allegro Isora, Santa Cruz de Tenerife. Barceló Hotel Group



“La energía positiva del color se transmite en todas las áreas del hotel Allegro Isora, a través de una estética cuidada y diseñada para aportar dinamismo y alegría...”

El estudio ha trabajado en una renovación y redecoración total de las zonas comunes, la piscina y las zonas exteriores aunando la filosofía fresca de la marca Allegro, el espíritu inconformista del estilo Memphis y su colorista sello de identidad, para idear un proyecto energético, ingenioso y armónico. Así, el nuevo Allegro Isora es un exponente del optimismo, la diversión, la creatividad y el colorismo elevado a la máxima potencia.

Andrea Spada y Michele Corbani han apostado por formas geométricas potentes, colores vibrantes y la combinación de variadas texturas y materiales para crear espacios originales, energéticos y transgresores, acordes con la filosofía de disfrute de la marca.

La energía positiva del color se transmite en todas las áreas del hotel Allegro Isora, a través de una estética cuidada y diseñada para aportar dinamismo y alegría, con una carga infinita de energía



Foto: Hotel Allegro Isora, Santa Cruz de Tenerife. Barceló Hotel Group

y optimismo. Una mirada fresca inspirada en el estilo Neo Memphis, inspirada en uno de los decenios más valorados del Siglo XX, el de los mágicos años 80, y que se ha recuperado el estilo que pusieron de moda en esa época los diseñadores italianos del Grupo Memphis.

Las líneas rectas en combinación con otras figuras más orgánicas, el

uso de blanco y negro con colores sólidos y pasteles, son algunas de las características del diseño incorporado en la reforma el Hotel Allegro Isora.

La elección del estilo Neo Memphis responde a la voluntad de transmitir el espíritu alegre, vitalista y dinámico que el concepto de la marca Allegro Hotels comparte con lo que en su día evocó el

Fotos: Hotel Allegro Isora, Santa Cruz de Tenerife. Barceló Hotel Group





Fotos: Hotel Allegro Isora, Santa Cruz de Tenerife. Barceló Hotel Group

célebre movimiento artístico. El objetivo ha sido crear un escenario que busca la sorpresa del cliente desde el momento que llega al hotel, con una decoración muy original que rompe con los estándares de los hoteles vacacionales: unos columpios en el lobby, un kissing point donde compartir los mejores besos, un grupo de música en vivo en la piscina.

La paleta cromática, en la que abundan azules, rosas, rojos, verdes y amarillos, varía en función de la estancia y la funcionalidad de cada una de ellas. Así, las tonalidades más intensas están

plasmadas en las zonas comunes por las que transita un mayor número de personas y en las que se desarrolla una mayor actividad.

Para evitar una saturación visual y sensorial, estos espacios más vibrantes incluyen algunas piezas de mobiliario y algunas paredes en colores neutros. Por su parte, las zonas de tránsito tienen una intensidad media y las habitaciones, donde el foco reside en el descanso, la más suave.

Este orden visual también se mantiene en los motivos decorativos de los paramentos, donde predominan líneas horizontales y elementos básicos -como círculos- para los espacios más serenos, y líneas con recorridos ascendentes y descendentes para las zonas de mayor actividad.

Este concepto fresco e innovador se ha definido pensando principalmente en las familias con hijos que valoran hoteles de diseño original, con una completa oferta de instalaciones y servicios

Foto: Hotel Allegro Isora, Santa Cruz de Tenerife. Barceló Hotel Group



para niños y mayores, y que buscan la flexibilidad de horarios para no tener que estar pendientes del reloj durante sus vacaciones.

Allegro ha redefinido el concepto de lobby convirtiéndolo en un espacio alegre y multifuncional con varias zonas para disfrutar de la estancia desde el primer momento. Uno de los elementos icónicos de la marca son los columpios, ya citados, una experiencia de felicidad segura.

Junto a la zona de columpios el cliente podrá encontrar una pantalla de realidad aumentada, otro elemento icónico de la marca que ofrece diferentes actividades para interactuar, bailar, reír y disfrutar.

Sin horarios ni ataduras, el hotel ofrece un servicio de buffet desde las siete de la mañana hasta las once de la noche de manera ininterrumpida para adaptarse a las preferencias de sus clientes y disfrutar de sus vacaciones sin mirar el reloj, para disfrutar de las vacaciones sin la presión de los horarios.

En la zona exterior el hotel cuenta con tres piscinas, una de ellas con un impresionante tobogán para los niños, y una pequeña piscina para bebés. Junto a las piscinas los clientes podrán encontrar el reformado snack bar



Foto: Hotel Allegro Isora, Santa Cruz de Tenerife. Barceló Hotel Group

Palmeras donde tomar un aperitivo durante el día.

Además, el hotel también cuenta con un renovado Barcy Club que ofrece el innovador programa de entretenimiento para los más pequeños de la casa, Happy Minds, basado en la Teoría de las inteligencias múltiples de Howard Gardner, que tiene como objetivo que los niños se lo pasen bien mientras aprenden cosas interesantes y desarrollan su creatividad. Y para los

adolescentes ONE, el teens club con una oferta de ocio y diversión.

Todo el hotel se convierte en un escenario para realizar los mejores selfies de las vacaciones y compartirlo con familiares y amigos en redes sociales, porque Allegro es un concepto fresco e innovador pensando para familias con hijos y grupos de amigos que buscan un lugar diferente con un diseño original donde disfrutar de sus vacaciones.

Fotos: Hotel Allegro Isora, Santa Cruz de Tenerife. Barceló Hotel Group



Marga Jiménez Valenzuela

Directora del Hotel Allegro Isora

allegro Isora



Foto: Marga Jiménez Valenzuela, Directora del Hotel Allegro Isora

El Hotel Allegro Isora tiene una nueva imagen después de un proceso de reforma, ¿cuál ha sido el objetivo principal de este proceso de cambio?

En la reforma del Allegro Isora, hemos tenido varias fases y varios objetivos:

En un primer momento fue el incremento de categoría de 3 a 4 estrellas. El objetivo de Barceló durante 2015-2016 fue actualizar sus hoteles y centrarse en la gama de 4 y 5 estrellas, con un producto reformado y que cumpla con los estándares de la cadena. Además, en 2017 se lanzaron las 4 marcas de Barceló Hotel Group, y Barceló Varadero, se convirtió en el Flagship de Allegro Vacacional. A partir de varios Experience Lab con clientes, detectamos los elementos diferenciales para el público objetivo de la marca Allegro, y los hemos ido implantando en el Allegro Isora.

Con Allegro se busca una marca sencilla, pero no discreta, para gente que quiera disfrutar.

Tras este cambio, ¿qué dimensiones tiene el hotel (superficie, número de camas, empleados, etc.)?

Los cambios han sido estéticos, de renovación de nuestras instalaciones, incorporando las experiencias Allegro. Así que tenemos el mismo tamaño que antes. Lo que ha crecido ha sido la Familia Allegro Isora. Éramos un

equipo de 80 personas en 2016 y ahora somos 112. Hemos consolidado más del 60% de la plantilla fija y apostamos por la formación y el desarrollo de nuestro Equipo para darle las mejores herramientas con las que lograr la satisfacción de nuestros clientes.

¿Cuál es el perfil de huésped ideal para el Allegro Isora?

Amantes de la vida. Nuestra filosofía, que va totalmente ligada al nombre, evoca alegría, amabilidad, diversión y energía. Somos el hotel ideal para los clientes que se sienten cómodos con el trato de tú a tú. Que entienden que la frescura, cercanía y profesionalidad de nuestro equipo es una de las insignias de la marca.

Gente que quiera divertirse, disfrutar, tanto mayores como niños, porque los hoteles Allegro están concebidos para la interacción. Espacios con instalaciones aptas para toda la familia. Huéspedes que deseen convertir su estancia en el hotel en una experiencia entretenida y lúdica.

Sin duda una de las cuestiones más llamativas del hotel en esta nueva

Foto: Hotel Allegro Isora, Santa Cruz de Tenerife. Barceló Hotel Group



imagen es la propia decoración, ¿por qué este estilo? ¿Cómo lo valoran los clientes?

Se ha elegido la estética Neo Memphis por su paleta de color y gráficos geométricos que aportan dinamismo y alegría, energía y optimismo.

Si en otras marcas de Barceló Hotel Group se caracterizan por la experiencia local, en esta marca nos centramos en un diseño universal inspirado en la geometría, la explosión de color y el carácter divertido, alegre y transgresor del movimiento Memphis.

Está claro que el resultado final no deja indiferente a nadie, y crea un recuerdo permanente en todas aquellas personas que pasan por el hotel. Por el color, e incluso el aroma a "algodón de azúcar", hace que al poner el primer pie en la recepción te envuelva el espíritu Allegro.

Uno de los fundamentos bajo los que se construye el hotel es la creatividad, diversión y color, ¿con qué elementos transmite esas sensaciones a sus huéspedes?

Nada más entrar al hotel la explosión de color y formas geométricas ya transmiten emociones.

¿Cuál diría que es el elemento más característico de su hotel?

Lo más característico es el color, vivo y variado. Y creo que la expresión "explosión de color" es realmente lo que significa Allegro Isora, lo que lo hace característico y no deja a nadie indiferente.

Y si tuviera que destacar uno de los espacios como el estrella del hotel, ¿cuál sería?

Para mí, el espacio más completo es la recepción, porque te invade. Cuando empiezas a bajar las escaleras, comienzas a sentir, a sospechar que estás llegando a un lugar especial. Se te empieza a iluminar la cara y se crea

en los clientes una sonrisa nerviosa de incertidumbre.

Hay gente que se guía por el olfato, y cuando llega a ti el del algodón de azúcar, es inevitable que tengas recuerdos, recuerdos dulces, divertidos, felices, y ya te predisponen a empezar a disfrutar de esas vacaciones.

Para los que se dejan atraer por la vista, al observar a través de las puertas de cristal te das cuenta de que llegas a un mundo mágico, porque no puedes parar de mirar a tu alrededor. ¿Una palmera verde? ¿Columnas cebra? ¿Lluvia de pompas de jabón? ¿Mesas con ondas y color de piruleta? ¿Eso son unos columpios? ¿Yo también puedo? ¿Esa pantalla sigue mi movimiento? Adultos y niños se contagian de ilusión y energía cuando llegan a la recepción.

Tenerife es uno de los lugares más idílicos y, a su vez, cuenta con una gran oferta hotelera, ¿qué es lo que hace al Hotel Allegro Isora diferenciarse de la demás de la zona?

La marca Allegro es un valor diferencial en sí mismo. No hay una marca así, que ofrezca este tipo de hostelería para clientes jóvenes, dinámicos, familias, parejas, que saben lo que quieren y que

les hace disfrutar. Un hotel flexible que les abre posibilidades de diversión y disfrute.

¿Después de unos meses de la inauguración del nuevo hotel, se han cumplido las expectativas?

Bueno, el Hotel nunca llegó a cerrar sus puertas, y hemos estado trabajando en la construcción de esta nueva marca acompañados de nuestros clientes, que han ido viendo cómo íbamos evolucionando.

Allegro no deja de crecer, y de incorporar experiencias diferenciales de marca, como un bebé que va adquiriendo habilidades a medida que crece.

El objetivo era aportar valor a los clientes, y lo estamos haciendo, porque la reputación online así lo está recogiendo, y eso es lo que buscábamos.

Por último, con una visión a corto y largo plazo, ¿qué se proponen para el futuro?

El objetivo de la cadena Barceló Hotel Group para el futuro, y del Allegro Isora en concreto es la satisfacción del cliente. Estar en contacto directo y continuo con el cliente para adaptarnos a él y cumplir sus expectativas.

Foto: Hotel Allegro Isora, Santa Cruz de Tenerife. Barceló Hotel Group



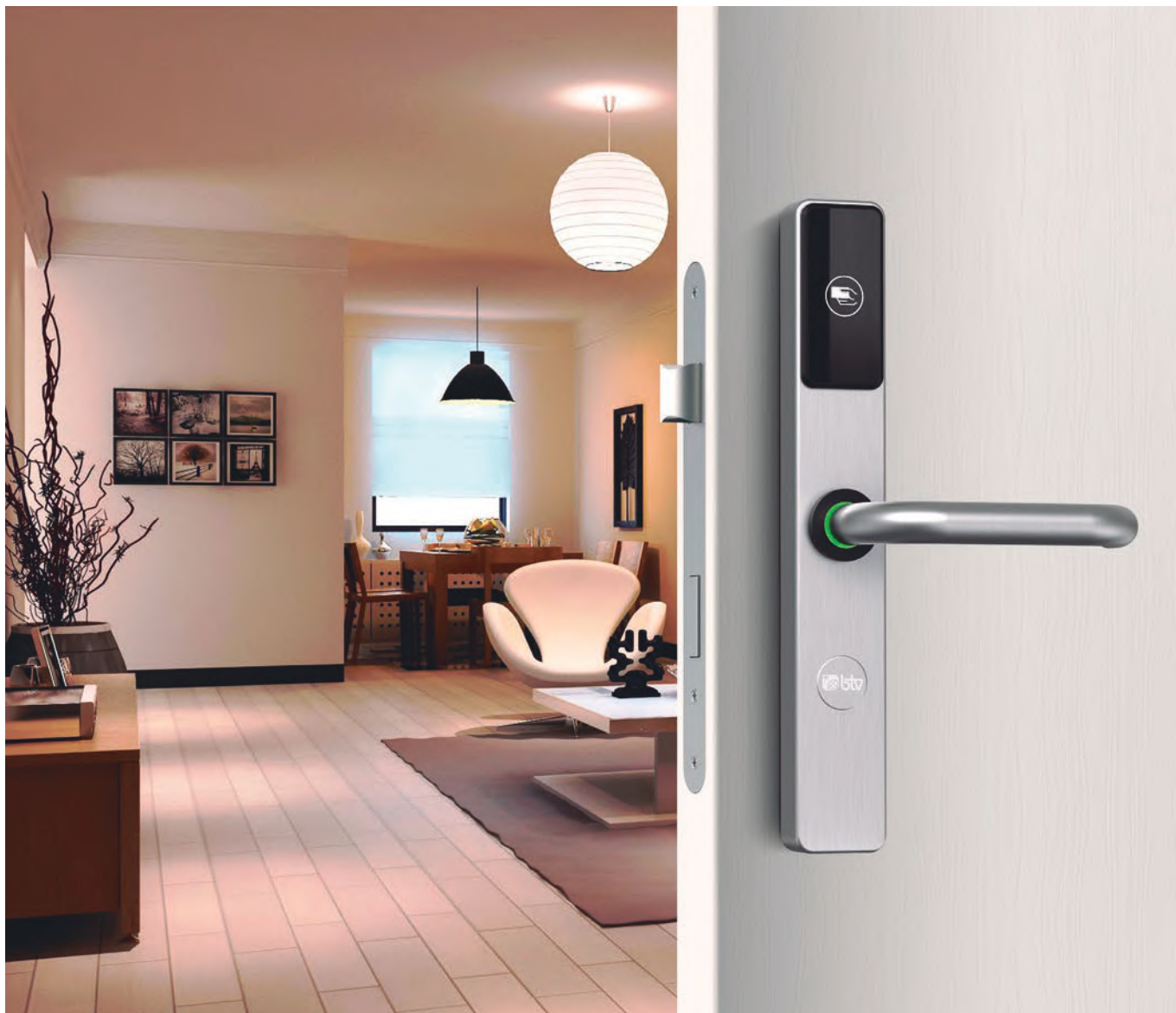


Foto: BTV

Tecnología y eficiencia

El hotel 4.0

Negar que la era digital se refleja allá donde miremos sería de necios, porque las nuevas tecnologías y el Internet de las Cosas (IoT) ya están en cada aspecto de nuestro día a día. Ya están aquí y es momento de adaptarlas e integrarlas en cada uno de los sectores que conforman nuestro mundo. Entre estos sectores se encuentra el hotelero y el de la restauración donde ya se habla de 'hiperconectividad', domótica y nuevas tecnologías como los retos a los que enfrentarse para conseguir un cliente digital satisfecho.

Es incuestionable que las nuevas tecnologías han venido para quedarse en esta era digital en la que vivimos, gracias a una evolución

continua que ha ido dando respuesta a las necesidades que emanaban de la sociedad. A su vez la sociedad ha ido integrando, poco a poco, las nuevas

tecnologías en todos los ámbitos que la conforman, entre ellos, el sector hotelero y en el de la restauración, donde esta integración ha sido muy notoria, transformando la idea de hotel tradicional hasta llegar a hablar de hoteles 4.0.

Según apunta Rodolfo Pérez, Director Comercial de Codisys, "la tecnología se ha convertido en una constante en nuestros días, apenas recordamos el no tener un teléfono inteligente ni cuando en un restaurante te tomaban la comanda a mano en una libreta y se pedía en cocina.

La integración de la tecnología en nuestras vidas se ha realizado de forma imparable y continua ya que todo sigue evolucionando de forma irrefrenable. El poder compartir de forma instantánea,

pagar con el móvil, comunicarte y especialmente llevar la gestión de los negocios independientemente de sus ubicaciones está en la palma de la mano a través de una app". "Prácticamente podemos encontrar la tecnología en casi todos los aspectos de nuestra vida. El mundo se ha digitalizado, y la tendencia es que siga aumentando su influencia en el día a día de las personas", señalan Félix Pinto de Lope y Eduardo Montes, Key Account Manager, y José Félix Ramírez, Product Manager de Häfele Herrajes España.

La tecnología se ha ido implantando a lo largo de los tiempos de forma progresiva en la vida del hombre, y ahora que estamos en plena "Transformación Digital", casi no nos acordamos de cuando llegó el ordenador y tras él Internet, evolucionando a un mundo globalizado donde la conectividad e inmediatez son fundamentales para el día a día, comenta Nuño Azcona, Director General de B+Safe.

Según explica Isabel de Lorenzo, Sales Manager - Hospitality de BTV, "el uso de la tecnología, así como su desarrollo, avanza a gran velocidad, de forma exponencial. El uso de aplicaciones y sistemas de información (captación o emisión de datos, ubicación, etc.) se hace más habitual cada día. Pero siguen existiendo elementos y sistemas más difíciles y/o costosos de integrar, en los que además la tecnología aplicada evoluciona y cambia con mucha rapidez, como, por ejemplo, el uso de la banda magnética frente al 'contactless'.

Asimismo, Ignacio Soler, CEO de Tecnoloop, comenta que "la incorporación de los avances tecnológicos ha implicado

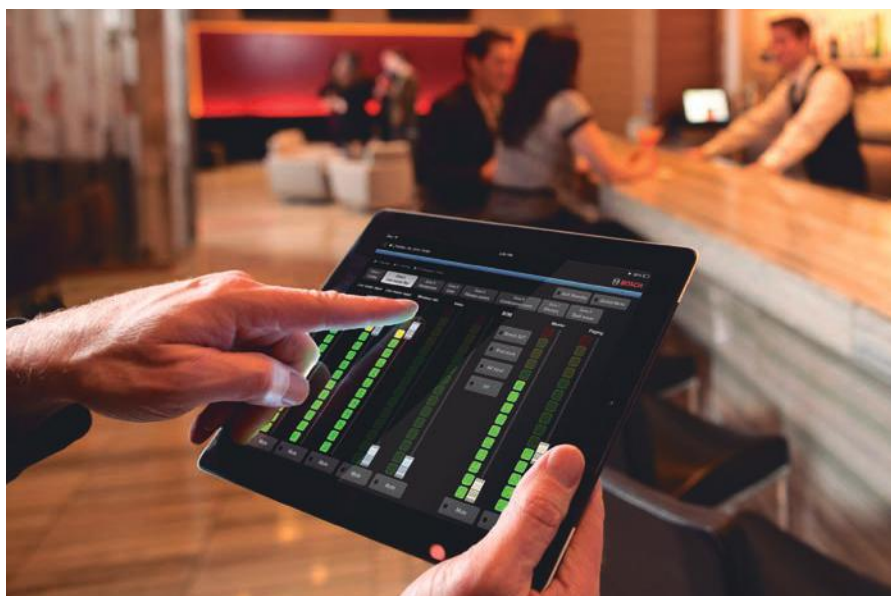


Foto: Bosch Security Systems

que los hoteles puedan contar con muchas más herramientas para interactuar con sus clientes y facilitarles las cosas. No olvidemos que, al final, la satisfacción de los clientes pasa por haber tenido una buena experiencia, que todo aquello que han demandado durante su estancia lo hayan podido obtener de la manera más fácil posible, abrir una puerta, solicitar un servicio, hacer una reserva, etc."

Se han mejorado las tecnologías de conectividad con productos y servicios de nuestro día a día. En consecuencia, tenemos un fácil acceso a ellos a través de una interacción instantánea. Actualmente, incluso se pueden aplicar en las luminarias para que aporten la mayor eficiencia y faciliten la vida del usuario, como ejemplifican desde Arkoslight.

Igualmente, Javier Gómez, Director Regional de Iberia y Mediterráneo de Combium Networks, señala que "la

tecnología es un elemento clave para la actividad hotelera y 'un facilitador' para las relaciones con el cliente, desde que éste busca dónde alojarse a través de Internet hasta su fidelización. Hoy, con el Internet de las Cosas (IoT), la tecnología está en cada rincón del hotel y le ayuda a realizar mejor su actividad. Además, esta tecnología es un factor diferencial. Nadie se imagina en este momento un hotel sin wifi, incluso en lugares remotos, y queriendo que el wifi sea bueno, esté disponible en cualquier espacio del establecimiento y ofrezca máximo ancho de banda. Actualmente podemos hablar de hoteles 4.0."

Todo ello hace que, poco a poco, incluso los más reticentes se adapten a ellas. Nuestros hábitos evolucionan y sin darnos cuenta vamos integrando tecnologías en más aspectos cotidianos, cosas que parecían ciencia ficción, como hablar a un dispositivo para que reproduzca una canción, ahora son realidad e incluso nos resultan normales. Hoy en día, la tecnología es algo imprescindible, apuntan desde EGi Audio.

También es importante entender, como comenta David Serramiá, Director Área de Negocio Hospitality de Televisión, "que ciudadanos y consumidores no estamos obligados a ser lo que se llama 'early adopters', podemos mantener una postura conservadora de esperar a ver qué tecnologías se van imponiendo antes de elegir. Sin embargo, los negocios no

Foto: Art de Arkoslight Foto: Arkoslight Headquarters por David Zarzoso

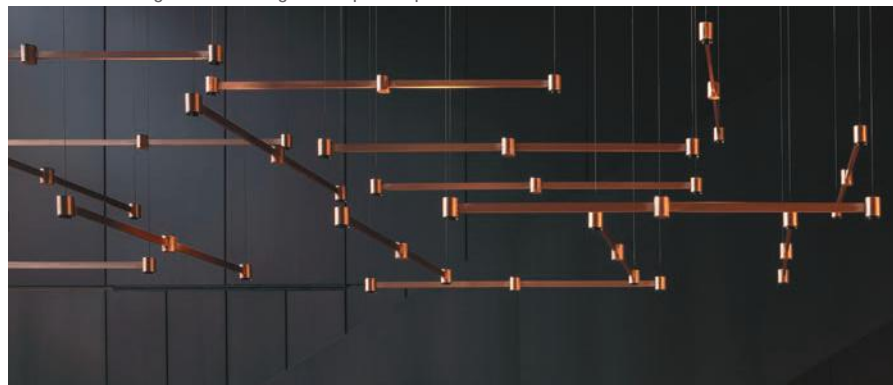




Foto: B+Safe

pueden permitirse el lujo de esperar, porque si no están permanentemente actualizados tecnológicamente corren el riesgo de ser barridos por la competencia”.

El cliente ‘hiperconectado’

El sector de las telecomunicaciones y sus avances en la carrera tecnológica han originado que “el móvil se haya convertido en una extensión más de nosotros mismos, ha llegado el punto en el que todo aquello que necesitamos, lo queremos hacer con él. Por ello, debemos adaptarnos a esta demanda de conexión permanente con todos nuestros servicios”, informa el CEO de Tecnoloop.

De este modo, ha aparecido el cliente ‘hiperconectado’, ante el cual el establecimiento se está adaptando cada vez más, centrándose en la experiencia del usuario, donde esa ‘hiperconexión’ se traduce en omnicanalidad. Al consumidor, ahora mismo, le es indiferente el canal de venta y por ello utiliza todos en función de su situación y hábitos, lo que le permite tener lo que quiere cuando quiere y de forma rápida tomar decisiones de compra y consumo. La tecnología se ha integrado tanto en el día a día que es una herramienta cotidiana en la toma de decisiones. Por ello los establecimientos ya están poniendo los recursos necesarios para poder hacer frente a esa demanda, afirma el Director Comercial de Codisys.

Según comentan desde EGi Audio, “los huéspedes esperan poder contar

con todas las comodidades que tienen en sus casas cuando viajan, por lo que los establecimientos deberían ofrecer servicios extra para satisfacer sus exigencias tecnológicas. En los tiempos que corren no basta con ofrecer servicio de wifi gratuito, sino que hay que ir más allá, poniendo al alcance del huésped elementos diferenciales y tecnológicamente innovadores”, como por ejemplo, que pueda tener en la pantalla de la habitación aquellos contenidos audiovisuales que le gusta consumir, ya sea a través de TDT o satélite o de los servicios a la carta de plataformas como Netflix, HBO o Spotify, a través de servicios de ‘casting’. También es importante darle un acceso sencillo a la información sobre las opciones de turismo, restauración o espectáculos que le puedan interesar, a través de una cartelera digital ‘Digital Signage’, opina el Director Área de Negocio Hospitality en Televisión.

En este sentido, actualmente vemos normal que nuestro establecimiento disponga de red wifi y de sistemas de conexión optimizados si queremos poder competir con otros negocios cercanos, al tiempo que no debemos descuidar aspectos como la seguridad sin contar con la importancia de mantener informado al cliente. El estar ‘hiperconectado’ es parte del valor que damos como servicio. Y algo a resaltar es como esa conectividad hace que el cliente pueda opinar en todo momento del servicio recibido y hacerlo público, lo que supone una herramienta

clave de nuestro negocio en base a sus expectativas, indica el Director General de B+Safe.

Es cierto, como recuerdan desde Häfele Herrajes España, “que el mundo ha pasado de ser analógico a digitalizarse, y esto no puede ser ajeno a los edificios ni a los servicios que ofrecen. Es fundamental que, poco a poco, se vayan integrando nuevos sistemas que permitan un uso fácil, cómodo y dinámico para y entre los usuarios, que son, al fin y al cabo, los que demandan”.

María Isabel Manrique, Responsable de Marketing de España y Portugal de Bosch Security Systems, comenta que la movilidad es uno de los aspectos a tener en cuenta en cualquier solución de servicios al usuario y al propio establecimiento. Desde los propios dispositivos móviles el usuario debería de acceder a los servicios del hotel, por lo tanto, podríamos determinar preferencias y gustos, brindando al cliente aquello que realmente busca, ofreciéndole una experiencia diferente y gratificante. Por ello, una buena cobertura, un acceso rápido y fiable, no olvidemos la seguridad de los datos, son aspectos determinantes.

Sin duda, “la ‘hiperconectividad’ es el nuevo paradigma del hotel. Éste debe estar conectado con el exterior, con sus clientes y con los diferentes dispositivos del establecimiento y definitivamente el componente de la movilidad es

Foto: Simon



absolutamente clave. Hoy la tendencia es migrar a la nube los sistemas de gestión del establecimiento y utilizar la nube para acceder a determinados servicios y sistemas de control como las cámaras de seguridad o la climatización.

Con el cliente esta conexión comienza en la web, a través de un notebook, una tableta o un smartphone, donde podrá conocer el hotel y realizar la reserva. Ya en el alojamiento, la 'hiperconectividad' les dará acceso a múltiples servicios a través de la red wifi, 'check in' o 'check out', reservas de servicios, compras, pago de consumiciones, gestión remota de determinados elementos de la habitación, video a la carta, 'gaming', acceso a Internet... actividades que, gracias a la 'hiperconexión', permitirán conocer mejor al cliente para ofrecerle un mejor servicio, más personalizado.

Además, la red wifi le reconocerá automáticamente, a él y a sus preferencias, cuando llegue a otro hotel de la misma cadena. En el tercer escenario, el hotel dispondrá de una conectividad inteligente que le ayudará a reducir consumos, a mejorar la gestión de las diferentes áreas y servicios, a mejorar los niveles de seguridad y el control de acceso por zonas. Además podrá ofrecer servicios inteligentes a los clientes, anticipándose a sus necesidades, subraya el Director Regional de Iberia y Mediterráneo de Combium Networks.

En definitiva, hay clientes para los que es fundamental poder utilizar una conexión a Internet y su smartphone para controlar absolutamente todo. De este modo, poder acceder a cualquier servicio del hotel desde el móvil es muy importante

Foto: Tecnoloop

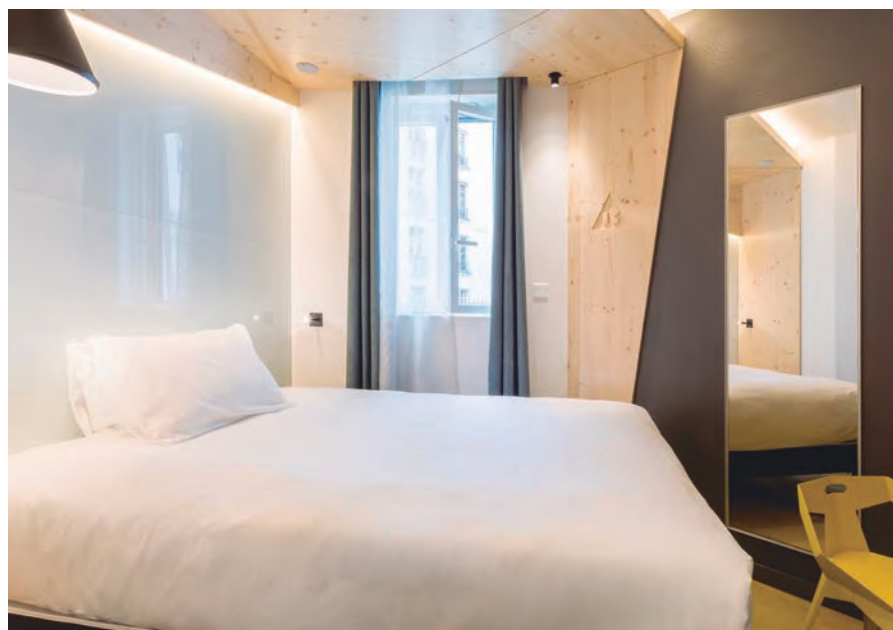


Foto: EGi Audio

para aquellos tecnológicamente más avanzados. Por lo que el confort y la inmediatez son dos características fundamentales para ellos, concluye Isabel de Lorenzo, Sales Manager - Hospitality de BTv.

Inversión tecnológica

Cualquier tipo de inversión siempre es motivo de análisis, pues supone un coste del que esperamos que se obtenga cualquier beneficio que rentabilice dicha inversión. En este sentido, si se trata de una inversión tecnológica para nuestro establecimiento, Rodolfo Pérez indica que "los principales beneficios de ésta vienen de la mano de unos mejores resultados a medio plazo, pero a corto plazo, la información que puede facilitar el invertir en tecnología va a brindar a las empresas y a sus establecimientos el tener un

conocimiento más profundo de sus clientes y realizar acciones a medida, de modo que conociendo mejor quién es su público y qué es lo que funciona, puede fidelizar y crecer, incluso destacando sobre la competencia. El poder explotar esa información es la clave del éxito para hacer realidad la experiencia del cliente".

Además de proporcionar una imagen más innovadora y de calidad a nuestros clientes, según el Director General de B+Safe, las últimas tecnologías nos ayudan a gestionar, de forma más optimizada, nuestro negocio, ahorrando tiempo y dinero, al ser las soluciones cada vez más asequibles. Inversión en tecnología significa una apuesta al futuro y enfoque al cliente. Elevamos el nivel del establecimiento y conseguimos un mayor control de los recursos, tanto a nivel de usabilidad como a nivel energético, señala la Sales Manager - Hospitality de BTv.

Desde Häfele Herrajes España comentan que esta inversión "aporta, principalmente, la optimización de recursos y la accesibilidad por parte del usuario a los servicios que ofrezca el establecimiento". Asimismo, "la inversión tecnológica nos debería llevar a una mejora de la eficiencia y a un menor impacto en el medioambiente a largo plazo", apuntan desde Arkoslight.

El Director Regional de Iberia y Mediterráneo de Combium Networks



Foto: Televés

ve en “la inversión tecnológica que no es una opción, sino una condición que hay que hacer bien”. Es fundamental realizar un estudio previo y contar con los mejores proveedores, teniendo en cuenta que no hay que quedarse corto, porque la tecnología va muy deprisa. Estas inversiones son cada vez menos costosas y se puede lograr un retorno acelerado gracias al ahorro de consumos y automatización de tareas y monitorizando determinados servicios”.

De una forma sencilla y concisa, “podemos hablar de ventajas en dos aspectos, ambas fundamentales. En primer lugar el aspecto del servicio al cliente. Ahí la tecnología ayuda al hotel a hacer que el huésped se sienta como en casa, poniendo a su disposición una amplia gama de servicios de entretenimiento e información adaptados a cada perfil. En segundo lugar, la tecnología permite optimizar la gestión de todos los sistemas del establecimiento, maximizando la rentabilidad del negocio”, comenta el Director del Área de Negocio Hospitality en Televés. En sí, “aporta un valor añadido al servicio que ofrece el establecimiento, lo que influye directamente en la experiencia del huésped durante su estancia, además de facilitar tareas y procesos al personal del hotel”, indican desde EGi Audio.

“Los gestores de las cadenas y los establecimientos hoteleros son plenamente conscientes de esta realidad. Saben lo mucho que la tecnología les

puede aportar tanto en términos de mejora de la experiencia del cliente como en recursos de gestión del establecimiento o ahorro energético. Es tan sencillo como pensar que, hoy en día, para un hotel no es posible competir si no dispone de soluciones de telecomunicaciones avanzadas. Porque estas soluciones proporcionan mejoras sustanciales en calidad, competitividad y rentabilidad del negocio”, añade David Serramiá.

También es verdad que la inversión en determinadas tecnologías puede aportar una reducción de costes, sobre todo en personal. Pero no se debe perder de vista que al final nos debemos a los clientes y la reducción del personal es, probablemente, la medida que menos gusta a éstos. Sin embargo, otras inversiones para facilitarle sus demandas, produce una mejora en su experiencia, puntualiza Ignacio Soler.

La Responsable de Marketing de España y Portugal de Bosch Security Systems apunta que “este tipo de inversión, además de ofrecer una mayor interacción con el cliente, y una gestión más eficiente del establecimiento, como hemos visto, permite obtener información en tiempo real de lo que está sucediendo, pudiendo tomar las medidas correctoras casi de manera inmediata. La diferencia está en tener un sistema proactivo, que nos permita adelantarnos a lo que pueda venir, o reactivo, verlas venir. Los clientes cada vez son más exigentes, y los detalles, son

los que hacen que la experiencia de éstos sea mayor, ofreciéndonos su fidelidad y recomendándonos”.

Variedad de sistemas

Tener conexión wifi gratuita en las habitaciones es algo que nos resulta imprescindible y hace unos años no era común, los sistemas MediaHub también están a la orden del día para el huésped que busca estar siempre conectado. En este sentido, poder reproducir la música que el huésped desee directamente desde su dispositivo y poder escucharla en alta calidad a través de los altavoces de la habitación, es algo cada vez más habitual, indican desde EGi Audio.

Otros ejemplos son los que expone el Director General de B+Safe, “electores biométricos de gestión del fichaje y control de accesos, la videovigilancia para la seguridad de empleados y clientes, con opciones como el recuento de personas, detección de zonas calientes (ayuda contra incendios), acceso a parking por medio de las soluciones de reconocimiento de matrículas, y otras soluciones, antes impensables en un establecimiento de estas características, como la cardioprotección mediante desfibriladores para uso público y muchas soluciones más, etc.”.

Incluso, según Ignacio Soler, el permanente uso del móvil o tabletas en nuestro día a día provoca una permanente necesidad

Foto: Simon



de tener el móvil con suficiente batería. Tenemos que ser conscientes que algo tan simple como pensar que nos vamos a quedar sin batería puede provocar una insatisfacción muy importante, por ello, debemos disponer de sistemas de recarga casi en cualquier situación y lugar. Hay establecimientos que se han dado cuenta que facilitar a los clientes sistemas de recarga que se puedan llevar durante el día, incrementa enormemente la satisfacción de su estancia”.

La diversidad de soluciones que encontramos en los establecimientos es enorme. En cualquier caso lo ideal es desarrollar proyectos adaptados a las necesidades y circunstancias de cada establecimiento, pero siempre desde una visión de solución global, indican desde Televés.

Además, Javier Gómez comenta que “gracias a la tecnología inalámbrica hoy todo es mucho más fácil, rápido y asequible. Hoy para conectar un lugar remoto en un complejo hotelero o en un

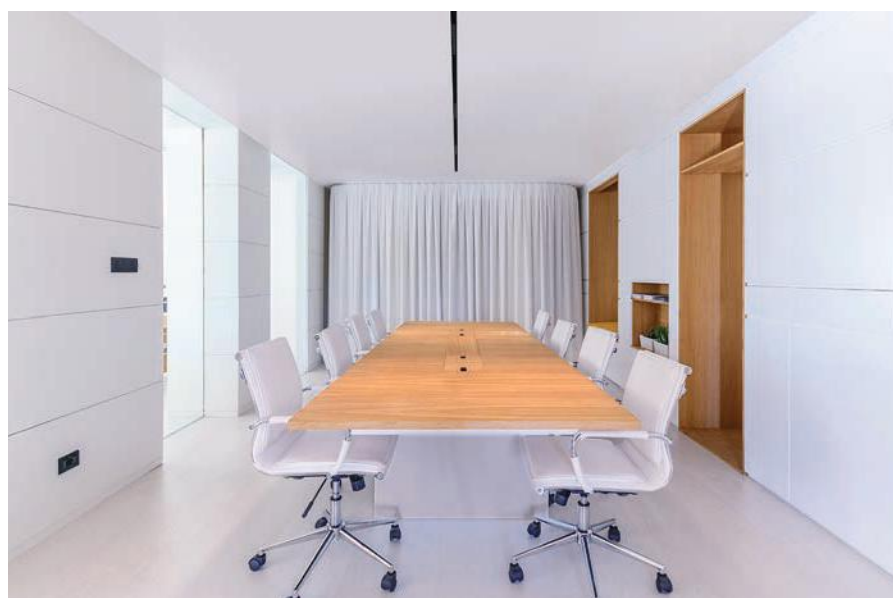


Foto: Black Foster Custom de Arkoslight. Foto: Javier Bravo

campo de golf, para ofrecer un servicio o encender una cámara de seguridad, no hace falta tirar un sólo metro de cable, por ejemplo. La misma red wifi es un canal muy eficaz de atención y generación de ventas con los clientes, a los que se les

puede realizar ofertas geolocalizadas: en la piscina, en la playa, en la habitación, en el spa, el lobby. Incluso, el cliente se puede llevar todo su contenido a cualquier parte del hotel o resort, e incluso fuera del establecimiento”.

Foto: ASSA ABLOY Entrance Systems (Grupo ASSA ABLOY)

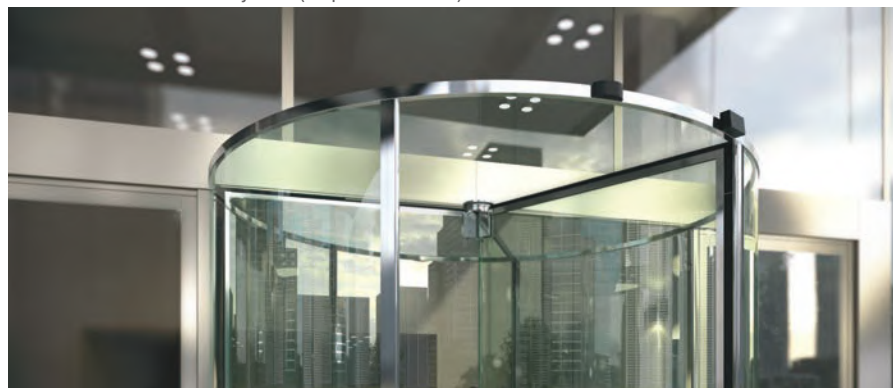


Foto: ASSA ABLOY Entrance Systems (Grupo ASSA ABLOY)



Foto: Arcon



Foto: Arcon





Foto: B+Safe

Algunos de los sistemas más características en los que podemos introducir la tecnología son:

Sistemas de control de accesos. La relación entre la tecnología y los controles de accesos ayuda a un mejor control de las instalaciones, empleados, visitas, mediante la autorización/restricción de los accesos. Además de la máxima seguridad y comodidad, comenta Nuño Azcona. Esto, según detallan desde EGi Audio, hace más agradable el proceso de registro y salida del hotel para el huésped y facilita el trabajo del personal del hotel.

Javier Gómez opina que el control de accesos ha avanzado mucho y hoy supone un mero trámite documental de 'front desk'. Es una realidad que cada vez se ha automatizado más y más y, de hecho, ya existen hoteles que lo han eliminado al 100%, facilitando al visitante su llegada, entrega de llave (no física sino por código recibido en su dispositivo móvil) y transcurso dentro del hotel. En definitiva, pasa a ser una experiencia y no un proceso.

La adaptación tecnológica de este tipo de sistemas pasa por el cambio de cerraduras de habitaciones y estancias, sustitución de llaves físicas por sistemas 'contactless' o llaves en móvil, incorporación de lectores en puntos de acceso e incorporación de software avanzado de control, añade Isabel de Lorenzo.

Sistemas de climatización. La tecnología mejora y adecúa según gustos y necesidades del bienestar de nuestros

clientes y gracias a un buen sistema podemos ahorrar energía y por tanto economizar, indica el Director General de B+Safe. Sin duda, se han convertido en un elemento imprescindible para la comodidad del huésped, su correcto funcionamiento y regulación serán fundamentales para que la estancia resulte agradable, recalcan desde EGi Audio.

El Internet de las Cosas (IoT) supone un gran paso en este entorno, y va avanzando a pasos de gigante, donde la climatización y otros aspectos como la iluminación se prestan de manera totalmente automatizada y desde nuestros dispositivos para personalizar su uso en la habitación/apartamento del hotel. La evolución es muy clara y se encamina hacia su gestión vía voz, comparte el Director Regional de Iberia y Mediterráneo de Combium Networks.

En este caso, adaptaremos la climatización a la era tecnológica, según la Sales Manager - Hospitality de BTV, incorporando sensores de presencia y temperatura, integrados con preferencias de usuario y/o sistemas inteligentes de control (smartphone, voz).

Sistemas de iluminación. Una buena iluminación realza las instalaciones y nos ayuda a crear ambientes muy diversos, lo que ayuda a aprovechar las instalaciones según en el horario y público, con el máximo rendimiento y eficiencia. Hoy

en día un factor clave en la decoración interior y exterior, señala Nuño Azcona.

Isabel de Lorenzo comenta que respecto a la iluminación se incorporarán sensores de presencia, compartidos con el sistema de climatización, integrados con preferencias de usuario con sistemas inteligentes de control (smartphone, voz...).

Sistemas de audio. Junto a la iluminación ambiente, es interesante disponer de música con sonido de alta calidad, genera armonía durante la estancia del cliente favoreciendo el descanso y la desconexión, explica el Director General de B+Safe.

Ya no sólo se trata de una cuestión de ambiente, sino que desde EGi Audio, ponen el foco en que la necesidad de aplicar la tecnología en un sistema de sonorización es clave en la gestión de un hotel. Tanto por seguridad en caso de una emergencia para poder organizar la evacuación, como para hacer llamadas de voz de forma fácil y centralizada desde el puesto de control o la recepción es imprescindible.

Javier Gómez señala que igual que las anteriores, "el entretenimiento es clave y eso incluye la experiencia del cliente en cuanto a telefonía, audio, video y plataformas que, de una u otra manera, se unifican para su gestión vía dispositivo y pronto vía voz".

Foto: BTV



En cuanto a esto, la Sales Manager - Hospitality de BTV apunta hacia “la conectividad completa con los sistemas de entretenimiento del establecimiento, con los dispositivos tecnológicos del huésped y reconocimiento automático. Propuestas según perfil del cliente y tendencias”.

Sistemas de seguridad. las soluciones de videovigilancia, nos ayudan a la seguridad del recinto al tiempo que nos pueden proporcionar información interesante a la hora de saber cuáles son los lugares donde se concentra un mayor número de personas o su seguimiento a través de la analítica de vídeo con sus mapas de calor, etc., informa Nuño Azcona.

También, desde Bosch Security Systems añaden que “las necesidades de uso de la videovigilancia han pasado de ese sistema simple en el que la función de la cámara era superficial y no se sacaba el máximo partido posible, a un sistema más complejo del que se extrae gran cantidad de funciones, no sólo a nivel de seguridad sino también a nivel operacional, pudiendo ayudar a la gestión del hotel, gracias al análisis inteligente de video embebido en las cámaras, pudiendo avisar de colas en recepción, bloqueos de puertas o aglomeraciones, que son puntos de conflicto, ruido y molestia en el hotel, y que en este caso las cámaras pueden ayudarnos a gestionar, dando un paso más allá de la seguridad.

Sistemas sanitarios. Con sistemas de cardioprotección en los espacios para



Foto: Tecnoloop

poder actuar con la mayor celeridad en caso de paro cardíaco, añade el Director General de B+Safe.

Sistemas eléctricos. En lo referente a la recarga del móvil, la inversión en tecnología debe ir encaminada a implementar soluciones en las habitaciones con bases de enchufe que incorporen tomas USB y carga inalámbrica, señalan desde Tecnoloop.

¿Cómo escoger correctamente?

Nuño Azcona adelanta que para escoger adecuadamente qué elementos tecnológicos son los que debemos instalar en nuestro establecimiento, será necesario tener en cuenta primero,

todo a lo que nuestro cliente ya está acostumbrado, fijarnos en los nuevos servicios tecnológicos ofrecidos por la competencia y, sobre todo, en otros países más avanzados para ver qué soluciones están aplicando y ofreciendo para intentar posicionarnos ante los demás establecimientos.

Asimismo, desde BTV recomiendan que “es muy importante evaluar a los establecimientos de características similares, así como seguir a los medios especializados, y a las marcas de referencia de cada tipo de artículo”.

En este sentido, comenta el CEO de Tecnoloop, que las revistas y congresos son el mejor modo de saber por dónde se mueve el mercado. Son un punto de encuentro de proveedores y propietarios y en donde se pondrán en común ofertas y demandas.

Desde Arkoslight creen que la clave está en seguir una premisa: “menos es más”. Según esto, habría que elegir aquellos sistemas que “hagan más fácil y cómoda la actividad que se desarrolla” en el establecimiento.

Todo ello teniendo claro desde cada negocio, como explica el Director Área de Negocio Hospitality en Televés, su posicionamiento en el mercado, el perfil de sus clientes y sus posibilidades de inversión.

Foto: Televés





Foto: Simon

Llegados a este punto, ya es más que sabido que la conectividad es clave y hay que elegir sistemas de última generación que ofrezcan compatibilidad futura y puedan evolucionar sin necesidad de ser sustituidos rápidamente, recuerda Javier Gómez.

De este modo, todas las tecnologías basadas en la nube son relevantes, ya que evitan invertir en servidores y otros equipos informáticos. En el mercado existe una oferta potente y fiable y no hace falta embarcarse en aventuras. También hay que aprender de lo que hacen los mejores hoteles y trabajar junto a figuras especializadas en servicios a esta vertical. Hablamos de operadores especializados en hospitality.

Además la ecuación de SaaS funciona muy bien en este sector, ya que garantiza al hotel una inversión escalonada y fija durante los tres a cinco años que suelen durar los contratos de servicio IT en este ámbito y a la vez les garantiza actualización tecnológica y evolución dinámica ante nuevas propuestas y soluciones. Garantizan la inversión a muy largo plazo, señala el Director Regional de Iberia y Mediterráneo de Combium Networks.

Desde EGi Audio explican que “cada vez es más importante ofrecer servicios extra que sirvan para que el cliente se sienta especial y que considere que han pensado en él a la hora de diseñar las habitaciones. La elección de los

dispositivos tecnológicos para el hotel debe ofrecer posibilidades de conectividad integral para el huésped tanto en las zonas comunes y de restauración como en las propias habitaciones. En definitiva, la personalización debe ser clave en la elección de estos dispositivos”.

Según la tipología de cliente a la que te quieras enfocar se deberá priorizar entre unos sistemas u otros. Al final, lo que se trata es de dar un servicio lo más amplio y confortable posible a los clientes, puntualizan desde Häfele Herrajes España.

Por su parte desde Arkoslight se debe atender a “aquella tecnología cuya aplicación se adapta a la función completamente. Además, las nuevas

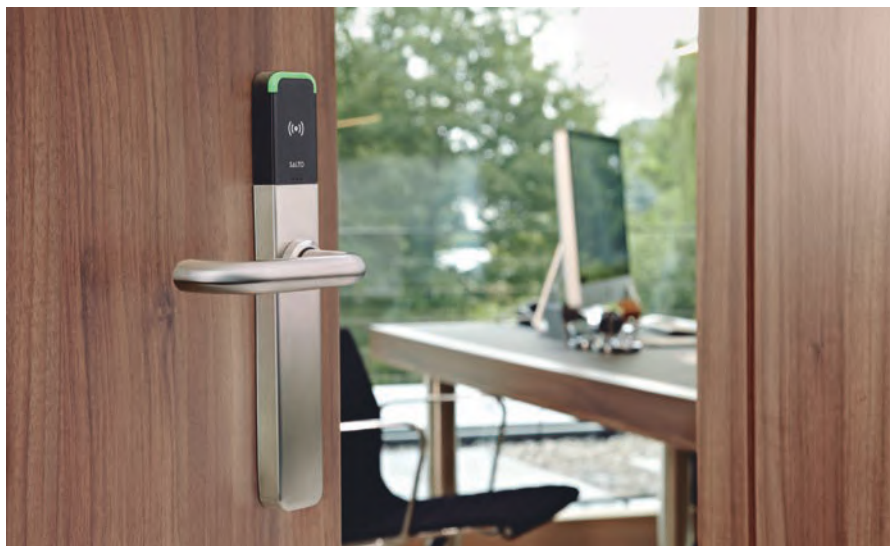
tecnologías no deben estar reñidas con la transmisión de nuestros valores personales o de marca”. En este sentido, “debe ser sólida y capaz de adaptarse a las necesidades reales de cada establecimiento, en función de sus dimensiones y categoría”, detalla el Director Área de Negocio Hospitality en Televés.

En cambio, la Responsable de Marketing de España y Portugal de Bosch Security Systems, determina que, primero de todo, deben de auditar la instalación, analizar los puntos más críticos que, en caso de fallo o error, puedan comprometer el desarrollo de la actividad del establecimiento y, a partir de ese punto, marcar una línea de ruta de mejora e inversión tecnológica que permita, de manera paulatina, adaptar el sistema con los últimos avances tecnológicos.

También hay que tener en cuenta “la fiabilidad y calidad de los componentes, su tecnología y funcionalidades, la confianza en los proveedores y el servicio de atención y asistencia técnica”, recuerda el Director Regional de Iberia y Mediterráneo de Combium Networks. Los proveedores deben actuar como partners de confianza y ayudarnos en el camino hacia el hotel conectado. Es una relación a largo plazo.

Por otro lado, hay mucha oferta tecnológica, el abanico es enorme, por ello la Sales Manager - Hospitality de BTV indica que es muy importante saber distinguir qué producto es más adecuado para cada tipo de establecimiento. La

Foto: Arcon



categoría del hotel y el perfil del huésped definen en gran medida lo que se puede necesitar.

También son fundamentales las prestaciones, personalización y posibilidades de actualización. Un establecimiento pequeño puede necesitar una tecnología que interactúe más con el cliente, y uno grande debe priorizar el control de los recursos, por ejemplo. Sobre todo hay que tener en cuenta la flexibilidad de los sistemas que se introduzcan, que sean lo menos rígidos posibles.

El hotel conectado del futuro

Para el Director Área de Negocio Hospitality en Televés en el futuro los hoteles deben no sólo ofrecer un servicio excelente, sino también ser capaces de incluir en su oferta servicios de valor añadido que les diferencien de sus competidores.

Para ello hay dos factores decisivos, uno es la formación del personal y otro la tecnología. En general es clave disponer de una infraestructura de red preparada para la creciente demanda de datos digitales gestionados, porque de cara al futuro esta exigencia no hará sino aumentar. En un futuro, que ya casi es presente, el hotel debe ser una pieza fundamental de lo que ya se llama 'destinos turísticos inteligentes'.

En este sentido, desde EGi Audio, debemos saber que haciendo uso de los elementos tecnológicos disponibles



Foto: Dream de Arkoslight. Foto: Cualiti Studio

podremos crear una estancia a la medida de cada huésped, que podrá elegir que suene su música favorita al llegar a su habitación y ver series y películas con la misma comodidad que en el salón de su casa.

Además, el hotel del futuro debe disponer de la máxima conectividad, buscando la mejor experiencia con el usuario siempre en el contexto de la llamada economía circular, añade Nuño Azcona.

“A parte de la conectividad, donde el 5G marcará otro hito, vamos hacia entornos ‘hiperconectados’ e inteligentes, donde el papel de la inteligencia artificial y los asistentes virtuales -chatbots y el aprendizaje automático, ‘machine learnig’- serán cada vez más relevantes,

comenta el Director Regional de Iberia y Mediterráneo de Combium Networks.

Todo ello llevará, como comentan desde Häfele Herrajes España, a seguir evolucionando con un claro objetivo, el de ser cada vez más cercanos al usuario y facilitarle la vida. Esto se consigue abarcando más productos y elementos susceptibles de ser incluidos en un sistema de domótica. Y encaminarse hacia plataformas abiertas que permitan integrar y actualizar los últimos avances, indica María Isabel Manrique.

Otro punto muy relevante del hotel conectado del futuro es optar por sistemas que cumplan con parámetros de ahorro energético, accesibilidad, seguridad, además de la conectividad.

Foto: ASSA ABLOY Entrance Systems (Grupo ASSA ABLOY)



Foto: Häfele





Foto: Grupo ADD

La tecnología led y los nuevos sistemas de carril son el futuro del nuevo mercado. Todo ello integrado en el entorno y que no adquiere más protagonismo que el usuario, observan desde Arkoslight.

En sí, como detalla Isabel de Lorenzo, el establecimiento del futuro se ve “como un espacio inteligente, que permita personalizar al máximo la experiencia de cliente. Y, en cuestión de gestión del mismo, que todos los servicios clave estén controlados y automatizados, para hacer más eficiente, ágil y rentable la operativa”.

Para Javier Gómez, se tratará de un hotel donde nos desenvolveremos como

“Otro punto muy relevante del hotel conectado del futuro es optar por sistemas que cumplan con parámetros de ahorro energético, accesibilidad, seguridad, además de la conectividad...”

si estuviéramos en nuestra propia casa. Que se anticipará a nuestros deseos y necesidades. Un espacio donde se pueda trabajar y divertirse, un hotel automatizado e inteligente. Un entorno en donde cada visita que hagamos a la habitación ‘aprenderá’ de nuestros hábitos y nos seguirá de ciudad en ciudad, da igual

Foto: Risco Group



Foto: Black Foster trimless de Arkoslight.
Foto: BIS Images

el hotel en el que estemos, ni marca ni cadena, sino que se adecuará al perfil personal interactivo del propio visitante. El hotel se convierte en un entorno prácticamente hogareño en cuanto a servicios, tecnología y contenidos se refiere, adaptado a nuestros gustos y hábitos, incluyendo música, tipos de lugares a visitar, entretenimiento, etc.”.

Por su puesto, en este hotel conectado del futuro la figura fundamental es la de Internet y junto con las nuevas tecnologías van a permitir al cliente gestionar y adaptar su estancia a sus necesidades al cien por cien, comentan desde Häfele Herrajes España. En su mayoría esas necesidades podrán resolverse mediante el móvil que tenemos, en cualquier momento y en cualquier lugar, puntualiza el CEO Tecnoloop.

Sin duda será “un hotel donde tengamos todo a mano, sin preocuparnos por nada, en el que poder demandar cualquier servicio con interacción total gracias a la biometría, como por ejemplo a nivel de accesos y pago. El hotel estará autogestionado y adaptado a su entorno, apostando por el ahorro energético, pero al mismo tiempo buscando siempre la mejor experiencia del cliente”, concluye Nuño Azcona.

VONDOM

IBIZA
by Eugeni Quitllet



www.vondom.com



Foto: ASSA ABLOY Entrance Systems

Sistemas de seguridad

Protegiendo al cliente

Sin duda alguna, cuidar de sus huéspedes y clientes es una de las prioridades que se marcan los hoteleros en su actividad diaria. Y, para poder llevarlo a cabo cuentan con un gran abanico de posibilidades en sistemas de seguridad con los que equipar sus alojamientos (videovigilancia, cajas fuertes, sistemas de control de accesos...). Esta inversión no es tan sólo un compromiso con el cliente, sino que se ve como una idea de negocio que reporta sus beneficios con una fidelización segura del que acuda al hotel.

En un hotel la seguridad es vital. Una de las principales preocupaciones de los hosteleros es que los clientes se sientan seguros durante su estancia para poder disfrutarla y dormir con tranquilidad, y que cuando salgan de su habitación lo hagan con la certeza de que sus bienes quedan totalmente protegidos contra posibles robos, afirman desde Onity.

Tal es su relevancia que “tiene un peso específico a la hora de que el huésped elija un hotel u otro”, comenta José María

Osorio, Director Comercial de Dometic Spain. El cliente siempre tiene el miedo a que le puedan robar en un hotel, y más si no cuenta con una caja de seguridad o un sistema de vigilancia que le dé esa confianza que todos buscamos. “Sin duda la tranquilidad y confianza en el establecimiento por parte del huésped ya es más que un motivo de peso para cuidar la seguridad de nuestro hotel”, sentencian desde Dometic.

Según Félix Pinto de Lope y Eduardo Montes, Key Account Manager, y José Félix Ramírez, Product Manager de Häfele Herrajes España, “la seguridad representa uno de los pilares básicos a la hora de asegurar la tranquilidad de un trabajo fluido. En especial, estos tipos de establecimientos, deben protegerse dualmente, tanto las propias zonas sensibles de los establecimientos, como al cliente que acude a disfrutar de sus servicios”.

“Lo principal es la prevención. Un hotel cuenta con muchas peculiaridades, no sólo por la gran cantidad de personal que confluyen en el mismo durante las 24 horas del día, contando huéspedes y diferente personal contratado por poco tiempo, sino también por la cantidad de puertas, escaleras y pasillos existentes. Por ello, la seguridad en los hoteles es un principio fundamental para lograr la satisfacción del cliente, objetivo principal

Foto: Onity

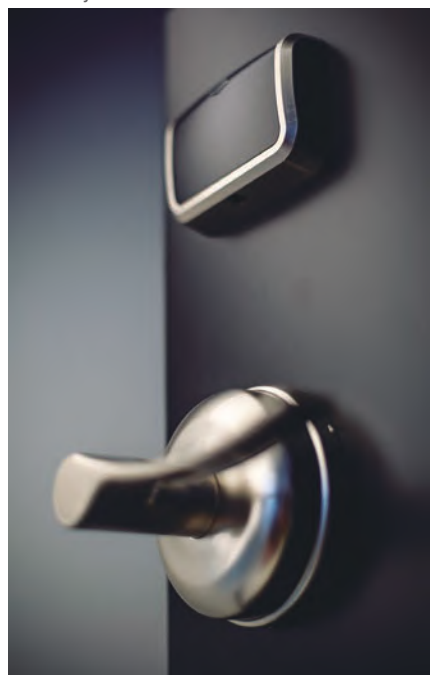


Foto: Dometic

de todo establecimiento turístico, y para que el personal realice su trabajo de manera eficaz y eficiente”, explica Isabel de Lorenzo, Sales Manager - Hospitality de BTV.

Además, “la seguridad incide directamente en el desarrollo del negocio. Escatimar en seguridad es hacerlo en oportunidades”, indica Miguel Ángel Soria, Director de Operaciones de la División Peatonal de ASSA ABLOY Entrance Systems. Y, en el caso de los hoteles y restaurantes, es esencial teniendo en cuenta la actividad y tránsito que éstos presentan y los horarios de apertura y cierre al público que suelen ser generalmente a horas que propician algún riesgo. Además, cada vez más, valoramos aquellos espacios que nos hagan sentir cómodos y seguros a nosotros y a los nuestros.

Aunque en general se le dé importancia a la seguridad, no todos los establecimientos lo hacen en el mismo grado. Isabel de Lorenzo comenta que en función de la ubicación (urbano, de extrarradio, turístico, etc.), de la superficie (complejo-resort, edificio multiplantas...), del número de habitaciones, características de los accesos y el propio nivel de confort de los establecimientos se tendrá un peso específico diferente. Y, cuanto mayor “caché” tiene un establecimiento, su inversión en partidas como la seguridad, suele ser mayor. Normalmente es proporcional al tamaño y servicios que ofrece.

Sin duda, “la experiencia de usuario en un hotel o restaurante pasa por sentirse seguro en todo momento, más cuando sea un espacio nuevo que no conocemos y probablemente en una ubicación también desconocida, al menos la primera vez. Aunque los expertos en marketing y UX (experiencia del usuario) lo saben, por lo que es un apartado muy importante, sobre todo en determinados países y destinos”, añade la Sales Manager - Hospitality de BTV.

Confirmada su importancia y necesidad dentro del establecimiento, desde Onity opinan que, “en líneas generales, se busca el equilibrio entre la seguridad, la conveniencia en la gestión y el confort del cliente. Cualquier novedad que se quiera introducir en el mercado tiene que cumplir con estos tres requisitos; se valorará mucho que aporten flexibilidad, una gestión más eficiente y un mejor flujo de la información, para poder dar una respuesta más rápida y eficaz a las necesidades.

Además, los Key Account Manager y el Product Manager de Häfele Herrajes España opinan que “el mercado de los sistemas de seguridad está vivo, en desarrollo y evolución tecnológica continua, con el fin de generar en el usuario una creciente confianza y comodidad, la seguridad representa un factor importante e imprescindible en la actividad diaria de todos los sectores”. “Es un mercado vivo y en constante



Foto: Scati

evolución, en el que tiene mucho que ver la implantación de nuevas tecnologías”, recalcan desde BTV.

En ASSA ABLOY Entrance Systems señalan que “este sector se encuentra en pleno auge y crecimiento”. Según el Observatorio Sectorial DBK, al que hace referencia Miguel Ángel Soria, “el año pasado el valor del mercado alcanzó los 2.180 millones de euros. Esto ha sido impulsado por la gran demanda y la cada vez más actualizada innovación. A pesar de que se prevé crecimiento (6,9%), la desaceleración en el ritmo de desarrollo del mercado puede darse”.

Sin embargo, “la seguridad ha sido, es y será un tema que nos preocupa mucho en nuestro día a día. Si en nuestros hogares tomamos las medidas oportunas para estar cómodos y protegidos, imaginemos cómo debe ser en un sitio en el que estamos de paso o temporalmente. En estos establecimientos debemos tener la certeza de que todo está bajo control y seguro sin tener la sensación de estar vigilados o en un ambiente tenso. Por tanto, la perfecta integración de los sistemas de seguridad en los hoteles, zonas comunes, accesos, habitaciones, etc., es la tendencia habitual, comenta el Director Comercial de Dometic Spain.

La valoración del cliente

La postura frente a estos sistemas ha ido evolucionando con el paso de los años.

“Si bien antes nos encontrábamos ante usuarios reticentes por desconocimiento o desinterés, el paso del tiempo les ha hecho ver que estos sistemas se han convertido casi en imprescindibles, siendo una garantía para proteger tanto sus propiedades como a los beneficiarios de éstas. Sería complicado encontrar propiedades que al menos no dispongan de un pequeño control de accesos totalmente integrado”, señalan desde Häfele Herrajes España.

Para los huéspedes “uno de los aspectos más valorados es la simplicidad y la sensación de protección completa. Los sistemas más explícitos (los que

se pueden ver físicamente) son los que redundan en esa sensación de seguridad. También la experiencia con algún suceso desagradable y la resolución por parte del establecimiento son situaciones que marquen la diferencia”, informa Isabel de Lorenzo. Igualmente desde ASSA ABLOY Entrance Systems opinan que “los usuarios reconocen y aprecian un espacio seguro. La probabilidad de que ocurra algún suceso que ponga en riesgo al usuario siempre es posible. Sin embargo, si un establecimiento cuenta con las especificaciones necesarias la tranquilidad es mayor y ésta puede ser la condición que haga al usuario decidirse por uno u otro. Incluso se puede llegar a conseguir la fidelización del cliente”.

En definitiva, los clientes perciben los elementos apropiados de seguridad de un complejo hotelero como evidencia de que su seguridad y bienestar son una prioridad para la dirección del hotel. Se le da la importancia que merece, la seguridad es un aspecto importante en los hoteles tanto para los clientes como para la dirección del establecimiento.

Tipos de sistemas

Según informan desde Häfele Herrajes España son muchos los sistemas que podemos encontrar de seguridad, desde personal especializado ‘in situ’, pasando por sistemas mecánicos o ‘stand-alone’, hasta los más avanzados aunando sistemas de acceso con tecnología ‘on

Foto: Onity





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



line', 'wireless' y/o 'cloud' que pueden estar ligados a un control por vídeo contra una central de seguridad. "Estos últimos son los que mejor se podrían ajustar, controlando registros de entradas y salidas en tiempo real. Muchos en el mercado, permiten la combinación con sistemas autónomos, quizá más indicados para salas internas menos accesibles al público general".

Aunque hay una gran variedad, Isabel de Lorenzo puntualiza que entre los sistemas más enfocados al sector, están los destinados a la gestión de efectivo (de uso por parte del establecimiento), al control de accesos a zonas comunes y privadas y la seguridad de pertenencias de los usuarios (huéspedes, comensales...), además de la propia integridad física en cualquier lugar y momento.

Por su parte, el Director de Operaciones de la División Peatonal de ASSA ABLOY Entrance Systems señala que la mayoría de los negocios hosteleros están decantándose por la seguridad inteligente. Esta va más allá de una cámara, puesto que en estas soluciones irían incluidos los accesos inteligentes que evitan las intrusiones en las zonas más delicadas de un negocio.

Además las alarmas son un buen recurso habitual en temas de seguridad, éstas incluyen sistemas de inteligencia que

Foto: ASSA ABLOY Entrance Systems



Foto: BTV

permiten llevar a cabo una detección perimetral, también las más eficaces son capaces de detectar automáticamente el robo y abandono de objetos. Asimismo los sistemas de ciberseguridad cada vez son más comunes, a través de instalaciones securizadas mediante equipos especializados y conexiones VPN.

Por otra parte, desde Onity indican que "es imprescindible que un hotel tenga cerraduras electrónicas, que pueden ser con tecnología de proximidad RFID o banda magnética; en ambos casos es muy importante que cuenten con un registro auditor para poder saber quién y cuándo entra en una habitación en el posible caso de que hubiera algún incidente".

Esto no sólo es aplicable a las habitaciones, revelan desde Onity, sino que también lo es a las zonas comunes, igualmente importantes a la hora de mantener un nivel óptimo de seguridad. Los accesos en estas zonas también se pueden gestionar utilizando cerraduras electrónicas, o alternatively, si van a tener un uso intensivo, se pueden utilizar lectores murales, de forma que se alimenten a través de la red eléctrica. Igualmente, hay una fuerte tendencia en el mundo de las cerraduras electrónicas hacia la apertura con dispositivos móviles, mejorando la experiencia del cliente al

evitar las frecuentes largas esperas en recepción.

"En cuanto a las pertenencias del huésped, la mejor forma de protegerlas es disponiendo de una caja fuerte en cada habitación, donde las pueda guardar. Si la caja tiene tecnología de código-para-cierre, generado por cada cliente de forma que sea personal y sólo él la conozca, la seguridad se garantiza más todavía. Sobre todo en hoteles de negocios, es muy importante que la caja fuerte tenga suficiente capacidad para acomodar ordenadores portátiles. Además, esta protección no se debe limitar sólo a la habitación, se puede extender a otras zonas del hotel como, por ejemplo, la piscina, gimnasio o spa, utilizando cerraduras electrónicas también para las taquillas", explican desde Onity.

Como adelantaban los expertos en el mercado de la seguridad nos podemos encontrar con diferentes tipos de sistemas, sin embargo los dos más representativos son la videovigilancia y la caja fuerte.

Sistemas de Videovigilancia. "Sin lugar a dudas es una medida necesaria. Quizás estas deberían acompañarse con otras medidas de seguridad que se apliquen a puertas, ventanas y espacios

EL INTERIORISMO Y
DISEÑO MÁS EXCLUSIVO



MARBELLA
DESIGN



Foto: Scati

delicados por su contenido. Las ventajas pesan más que las desventajas, ya que, aunque éstas se estropeen, los demás servicios de protección pueden seguir funcionando”, valora Miguel Ángel Soria.

Asimismo, la Sales Manager - Hospitality de BTV los ve como unos sistemas complementarios al control de accesos y de estancias comunes. Ahuyentan o dificultan el robo y el vandalismo, además de servir como prueba en caso de que se produzcan. Dan confianza al huésped que busca un establecimiento seguro.

Un paso más allá, Raquel Elias, Responsable de Marketing en Scati, explica que “nos encontramos ante la IV Revolución Digital, la de la IA (Inteligencia Artificial) por lo que los sistemas de seguridad y concretamente los sistemas de videovigilancia además de garantizar la seguridad de cualquier instalación son capaces de ofrecer información valiosa para la toma de decisiones empresariales

Foto: Dometic



permitiendo maximizar el Retorno de la Inversión (ROI)”.

Los sistemas de videovigilancia actuales aprovechan la sinergia de dos tecnologías: El ‘deeplearning’ y el ‘big data’.

Por una parte los sistemas de video de esta nueva era incorporan algoritmos de ‘deeplearning’ (IA) que permiten predecir comportamientos y conductas para mejorar la experiencia del usuario; por otra parte gracias al ‘big data’ se acumula toda esta información, se analiza, simplifica y organiza para la toma de decisiones por parte de cualquier departamento de la empresa: Marketing, RRHH, Atención al Cliente, etc., detallan desde Scati.

Además, las cámaras son capaces de segmentar a las personas a través de datos sociodemográficos (sexo, edad...) y correlacionarlos con variables temporales (franjas horarias, días de la semana...) por lo que permiten ofrecer información exhaustiva de cada tipo de usuario y en cualquier momento. Pero no sólo eso, además de ofrecer importantes datos relacionados con el video, también puede integrar información de otras fuentes de datos, sistemas de gestión o sensores (temperatura, humedad relativa, CO₂, voltaje, presión, y frecuencia).

La Responsable de Marketing en Scati señala que para gestionar el gran

volumen de información generado por las múltiples cámaras y dispositivos es necesario contar con herramientas que sean capaces de absorber esta información, simplificarla y organizarla. Gracias a esta explotación inteligente de la información se disminuyen los tiempos de administración, se agiliza la operativa diaria y se optimizan cualquier proceso empresarial maximizando la rentabilidad del negocio.

Sistemas de caja fuerte. Las cajas fuertes son uno de los sistemas más comunes y clásicos en cuanto a seguridad en el hotel que se pueden encontrar. Aunque el hecho de la modernización y el aumento del abanico de posibilidades pueden hacer pensar que es un sistema que podría empezar a estar en desuso, pero ¿es así?

Ante esta pregunta, desde Onity responden rotundamente que no, “la seguridad en un hotel consiste en que el cliente esté seguro, se sienta seguro, y a la vez esté cómodo. Esto incluye asegurar que sus pertenencias estén protegidas, y las cajas fuertes son esenciales para conseguirlo. Lo que sí se observa es que, teniendo en cuenta la preocupación del mercado por encontrar soluciones cómodas y eficaces, y productos más flexibles, existe una notable tendencia en el mundo de las cajas fuertes hacia la apertura de proximidad”.

De igual modo, Isabel de Lorenzo considera que estos sistemas, en general,

Foto: Onity



son una característica diferenciadora del tipo de establecimiento, como un elemento específico de equipamiento. "Desde nuestra experiencia, no está en desuso, aunque bien es cierto que no todos los huéspedes las utilizan durante sus estancias. A pesar de ello, los establecimientos las siguen demandando para nuevas construcciones o renovaciones. Además, existen decretos regionales que regulan, por ejemplo, que los hoteles de 4 y 5 estrellas deben incluir una caja fuerte individual en todas las unidades de alojamiento".

Asimismo, el Director Comercial de Dometic Spain detalla que "cada vez se intenta ofrecer este servicio como un estándar en la habitación. Todos queremos tener nuestras pertenencias a salvo y fuera de la vista de cualquier persona, ya sea del servicio del hotel o de cualquiera que entre en la habitación".

Para responder a ¿en desuso sí o desuso no? El Director de Operaciones de la División Peatonal de ASSA ABLOY

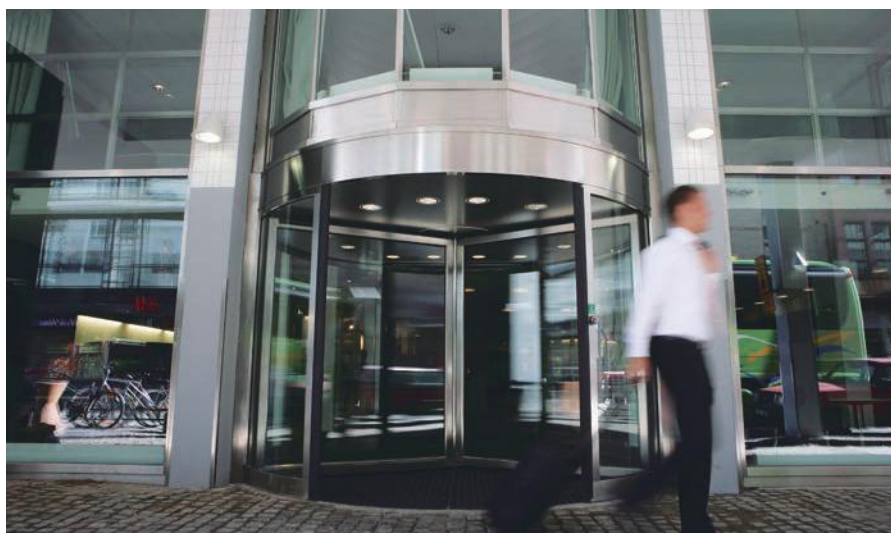
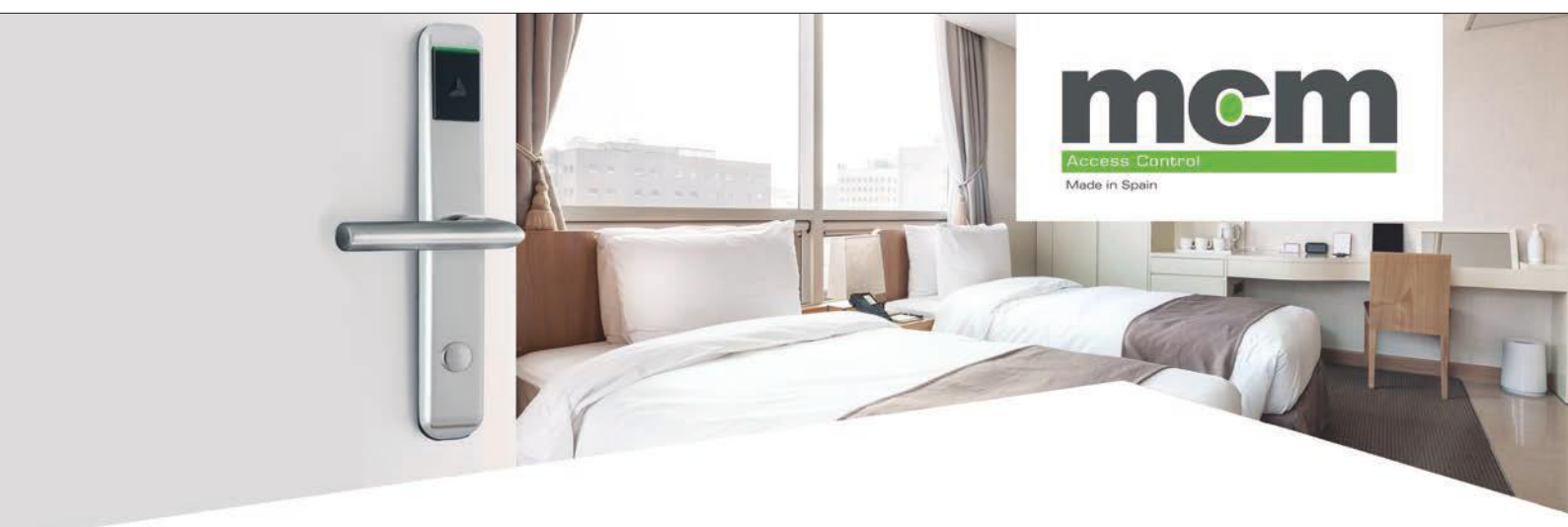


Foto: ASSA ABLOY Entrance Systems

Entrance Systems matiza que "no es que esté en desuso, ya que los clientes de un hotel si van buscando seguridad van a recurrir rápidamente a la caja fuerte. No obstante, la idea sería llegar al punto en el que no sea necesaria la utilización de ésta porque el espacio en sí ya es seguro y transmite esta sensación a sus clientes".

Por ello, muchos establecimientos, por ejemplo, están adaptando la implantación de sistemas de verificación de identidad a través de la huella táctil para asegurar un menor riesgo.

"Aun quedan años para que desaparezca totalmente las cajas fuertes, pero cada



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.





Foto: Arcon

vez son más comunes las soluciones electrónicas”, sostiene Miguel Ángel Soria.

Domótica

La era digital en la que nos encontramos ha llevado a las nuevas tecnologías a todos los mercados y el de la seguridad no se iba a quedar atrás, de ello se ha encargado la domótica.

Bajo esa premisa, los Key Account Manager y el Product Manager de Häfele Herrajes España señalan que “indudablemente la domótica participa en aportar seguridad al hotel, fijando ciertos parámetros, podremos integrar la domótica con terceros sistemas, haciendo del conjunto en sí un todo. La activación mediante órdenes de

Foto: Dorlet



aperturas/cierres, por ejemplo”. Además supone un sistema integrado de control por excelencia y también un sistema de ahorro energético”, apunta la Sales Manager - Hospitality de BTV.

Así, el Director de Operaciones de la División Peatonal de ASSA ABLOY Entrance Systems detalla que “a través de la domótica la seguridad está garantizada. Con esto no pretendo decir que haya que obviar los mecanismos tradicionales que proporcionan seguridad a un establecimiento, pero sí reconsiderar soluciones que aportan una comodidad añadida e, incluso, un consumo eficiente”.

De hecho, desde Onity observan que “la tendencia del mercado de cara al futuro es la integración de los diferentes elementos de la habitación, de forma que se consigan eficiencias adicionales, ahorros de energía e información adicional sobre la actividad del cliente, de forma que se pueda personalizar el servicio que se le ofrece conforme a sus necesidades específicas” y ahí es donde entra la domótica.

Estudio de seguridad

Para poder garantizar la seguridad del establecimiento es fundamental programar un buen estudio de seguridad en el que se analicen las fortalezas y flaquezas en este sentido. Para ello desde Häfele Herrajes España aconsejan que “se debe tener un servicio de consultoría previo que sea capaz de aglutinar las necesidades del hostelero, y se ajuste a ellas. No debemos olvidar que la solución

debe ser la idónea para el requerimiento. Por ejemplo, no será el mismo sistema el planteado para un pequeño hotel rural que para una cadena hotelera con alta ocupación y tránsito”.

Una puntualización interesante es que “la valoración debe llevarse a cabo como si se hiciera desde la experiencia del usuario. Se deben valorar los riesgos principales para los mismos, posibles escenarios, instalaciones que entran en juego, materiales, causas que generan inseguridad, señalizaciones, infraestructura dañada, mecanismos de activación en caso de emergencia, entre otros”, indica Miguel Ángel Soria.

Por su parte, Isabel de Lorenzo recomienda que, “en primer lugar, hay que evaluar los puntos críticos, a nivel de accesos, para convertirlos en seguros. En segundo lugar, el sistema de control de los mismos, minimizando los costes de instalación, personal y mantenimiento lo máximo posible, mediante sistemas tecnológicos avanzados. Y, en tercer lugar, el equipamiento de seguridad adicional (cajas fuertes individuales en las habitaciones, por ejemplo). Hoy en día existen tecnologías desarrolladas para controlar estos elementos en remoto, integrando varios sistemas diferentes”.

En cuanto a este tercer paso, desde Dometic Spain explican que en el caso de las cajas fuertes, a la hora de realizar una instalación se recomienda que se haga

Foto: Dometic



en un lugar discreto y accesible para el huésped. Ya sea dentro de un armario o como parte de la decoración propia de la habitación. Las cajas, por lo general, cuentan con un 'kit' de instalación que nos garantiza una total sujeción al mueble donde se coloque, de tal manera que es imposible llevarse la caja sin romper o desmontar el mueble o pared.

En este estudio de seguridad, además del análisis de las necesidades que debemos cubrir dentro del establecimiento, es importante examinar la propia inversión en sistemas de seguridad.

En este sentido, desde Onity valoran que "la inversión en seguridad tiene el retorno garantizado, pues si el cliente se siente protegido y tiene una estancia agradable, volverá y además recomendará el hotel en su entorno".

Igualmente desde Häfele Herrajes España comparten la opinión de que "es una inversión rentabilizada desde el primer minuto de su puesta en marcha. Suelen

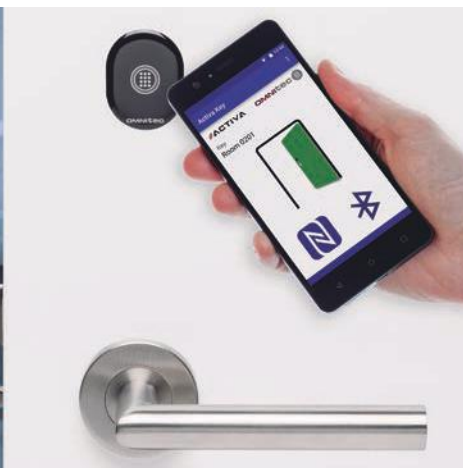


Foto: Omnitech Iberia

ser sistemas duraderos y que ofrecen múltiples permutaciones. Además, los desarrolladores están consiguiendo implementar sistemas cada vez más personalizados y accesibles para un usuario inexperto, en los que prima la velocidad y tecnología".

Así, "la ventaja principal es el mayor control de todas las situaciones. En

materia económica, el control de caja y flujo de efectivo. En cuestión de accesos, el control de flujo de personal interno y externo y de los huéspedes, gestionando permisos, registrando y evaluando eventos.

En cuestión de custodia de pertenencias en habitaciones y áreas comunes, la ventaja principal es la tranquilidad que le



Ofrezca a sus clientes bebidas refrigeradas y sus pertenencias protegidas

Ya sea un hotel de cinco estrellas o un bed & breakfast, la industria hotelera confía en nosotros para ofrecer alta calidad y las mejores soluciones de comodidad a sus huéspedes. Actualmente puede encontrar más de 5 millones de nuestros minibares y cajas de seguridad en hoteles y otros alojamientos de todo el mundo. Además de soluciones de refrigeración, ofrecemos la gama más amplia y vanguardista de cajas de seguridad resistentes y fiables del mercado.

Vea la gama completa en dometic.com

EXTERNALIZACIÓN DEL SERVICIO DE SEGURIDAD

Es usual que los servicios de seguridad sean externos, contratados de manera permanente o temporal si es a través de personal. De hecho, muchas veces los propios gestores reciben formación por parte de expertos para ser autosuficientes en el control, y en otras ocasiones, los sistemas son mantenidos por la propia empresa externa, explican Félix Pinto de Lope, Eduardo Montes y José Félix Ramírez (Häfele Herrajes España).

Así mismo, “los servicios de seguridad externos están totalmente integrados en los negocios. Los propietarios prefieren invertir en éstos para prevenir futuras incidencias, además de que les aporta comodidad, control y protección”, añade Miguel Ángel Soria (ASSA ABLOY Entrance Systems).

Aunque, según Isabel de Lorenzo (BTV), no siempre es así. “Depende del tipo y tamaño de establecimiento. En ocasiones se utiliza una combinación de personal interno y servicios externos. Los servicios externos siempre están enfocados a garantizar una mayor independencia y profesionalidad, evitando implicaciones y gestionando de forma más eficiente y con costes controlados”.



Foto: Arcon

Tampoco para la Sales Manager - Hospitality de BTV hay respuesta alternativa, “mejora la experiencia del cliente y la fidelización a un establecimiento concreto o a una cadena se basa fundamentalmente en eso. Y, la reputación digital es uno de los valores más importantes”.

De hecho, Miguel Ángel Soria comenta que “la inversión en seguridad es siempre una apuesta segura porque los clientes priorizan ésta a la hora de buscar alojamiento. Tanto es así que las primeras reseñas que localizan en los buscadores son las que mejor valoran la seguridad. Si la primera experiencia ha sido positiva, la fidelización o la recomendación a otros usuarios está garantizada”.

El estudio en seguridad nos lleva a plantearnos que la seguridad está

generan tanto al establecimiento como al huésped, redundando en una experiencia de usuario de mayor calidad”, recalca la Sales Manager - Hospitality de BTV.

Bajo su criterio, el Director de Operaciones de la División Peatonal de ASSA ABLOY Entrance Systems identifica que entre las principales ventajas de invertir en seguridad se encuentran: el aumento de clientes, el control de servicios, el fácil acceso a recursos de vídeo y fotografía y la detección de incidencias.

Todo ello está directamente relacionado con la fidelización del cliente porque, como explica José María Osorio, “todo lo que sea mejorar la estancia de los huéspedes es importante para el desarrollo y crecimiento del negocio. Que éste se sienta como en casa y no suponga una preocupación el dejar sus pertenencias en la habitación cuando se vaya fuera del hotel es muy importante”.

Además, todos los sistemas son imprescindibles cuando se trata de la seguridad de un huésped. Asimismo, hay que tener en cuenta que a mayor seguridad mayor es la tranquilidad de nuestro cliente, mayor va a ser su descanso, y por tanto, el hotel va a tener un éxito garantizado en cuanto a la satisfacción de su cliente.

Tanto es así que “los clientes perciben los elementos apropiados de seguridad de un complejo hotelero como

evidencia de que se busca asegurar su bienestar”, y esto debería ser una prioridad para la dirección del hotel. “La inversión en seguridad tiene el retorno garantizado, fideliza al cliente haciendo que quiera repetir su estancia y ésta es la mejor publicidad que se puede tener”, recuerdan desde Onity.

Para los responsables de Häfele Herrajes España, no cabe ninguna duda, “como venimos hablando, la mentalidad del cliente en muchas veces es una extensión de la de los propietarios. El sentirse protegido, pero no asfixiado, es clave en este sentido”.



Foto: Geze



Foto: MCM

cambiando y puede seguir haciéndolo en el futuro, ¿cómo será los sistemas de seguridad del hotel del mañana?

Ante esto, Isabel de Lorenzo considera que la tendencia irá hacia “sistemas integrados que gestionen todos los accesos, consumos y transacciones económicas. Se minimizarán los elementos físicos y los cables para conectar diferentes sistemas. Cobra especial importancia el Internet de las Cosas en todos los elementos, para controlar remotamente, incluso fuera del establecimiento, todos los parámetros, pudiendo ejecutar acciones a distancia”.

Foto: Scati

“Todos los sistemas son imprescindibles cuando se trata de la seguridad de un huésped...”



Foto: Scati

En este hotel del futuro, Jose María Osorio reconoce a la domótica y la conectividad como parte fundamental de la evolución del mercado de seguridad para hoteles. “Todos los productos tenderán a poder estar conectados y o controlados de alguna manera u otra desde aplicaciones instaladas en el móvil”.

También desde Häfele Herrajes España imaginan “espacios en los que el hardware pueda ir deviniendo a menos, y en los que prevalezcan los sistemas en la nube reportando información inmediata y certera. Sistemas que sean capaces de anticiparse a la problemática, y que hagan de un hotel un lugar si cabe aún más confortable”.

Además, Miguel Ángel Soria comenta que el hotel del futuro será aquel que cuente con todas las especificaciones que aseguren la protección de los usuarios. Desde automatización de puertas, ventanas y cerraduras hasta la tecnología más puntera para la creación de habitaciones inteligentes.

No sólo la seguridad física será importante, sino que cuando se garantice la seguridad de los datos del cliente (cuestión que preocupa bastante) se conseguirá la fidelización tan perseguida por las cadenas hoteleras, sentencia el Director de Operaciones de la División Peatonal de ASSA ABLOY Entrance Systems.



■ Aquavia presente en el Protur Sa Coma Playa Hotel & Spa ■



Situado en Sa Coma, al Este de Mallorca, el Protur Sa Coma Playa Hotel & Spa forma parte del Club Protur Sa Coma Resort, lo que permite a los huéspedes tener acceso a uno de los mayores resorts de la isla. El hotel, de 4 estrellas, cuenta con unas magníficas instalaciones para disfrutar de unas vacaciones tranquilas, solos o en familia, con todas las comodidades de un espacio moderno atento a las tendencias del sector y a las demandas de los clientes.

El complejo especializado en tenis, golf y ciclismo, dispone de 18 pistas de tenis y cinco campos de

golf. Un programa diurno, repleto de actividades deportivas y de ocio como las salidas Nordic walking por el parque natural Punta de n'Amer, el yoga, el aquagym y muchas otras actividades completan la oferta del complejo.

Asimismo, dispone de un gimnasio, una piscina climatizada, una sauna y un circuito hidrotermal de Biomar Spa, con

más de 3.500 m² de instalaciones dedicadas al relax y al 'wellness'. Como elemento protagonista se encuentra el Fitness Spa de Aquavia, el 'swimspa' más compacto del mercado valorado por su versatilidad en poco espacio (400 x 230 cm). Los más pequeños lo utilizan como minipiscina y los mayores disponen de una zona libre de dos metros donde practicar cualquier actividad de aquafitness o aquagym y alternarlo con un masaje excepcional en sus cuatro ergonómicas posiciones de spa.

El Fitness Spa cuenta con numerosos accesorios para diferentes aplicaciones como pértiga de arnés, gomas elásticas o remos. Además, incorpora de serie el sistema Colour Sense de cromoterapia, formado por cinco focos subacuáticos led con elección de colores fijos o ráfagas y secuencias. También el Surround Bluetooth Audio, con cuatro altavoces de altísima fidelidad y un subwoofer de resonancia de graves, controlado vía bluetooth desde un dispositivo móvil.

La filtración por cartucho es ultrasilenciosa (Silent Pump) e incluye un sistema de desinfección mediante luz ultravioleta (Ultraviolet Treatment), que ahorra hasta un 80% en productos de tratamiento del agua.

En resumen, un agua cristalina en la que practicar la actividad que más guste, en una atmósfera envolvente de luz, color y sonido espectacular.



■ Pujol Iluminación equipa Le Damantin Hotel & Spa 5* Paris ■



Le Damantin Hotel & Spa es una singular mansión de estilo Haussmannienne transformada en un hotel de lujo de 5 estrellas. Este precioso edificio del siglo XIX, combinando ladrillos rojos y piedras talladas, se encuentra en una ubicación icónica de París, junto a los Campos Elíseos, y al lado del Puente Alejandro III y del Museo Grand Palais, con vistas al Sena y a la Torre Eiffel.

El majestuoso hotel escoge la elegancia y el lujo e ilumina sus estancias de la mano de Pujol Iluminación, con luminarias personalizadas,



hechas a medida, cuidando hasta el último detalle y en consonancia con su impecable interiorismo. De esta manera, las habitaciones más exclusivas y elegantes de Le Damantin Hotel & Spa se bañan de luz gracias a las creaciones de una marca de la gran trayectoria de Pujol Iluminación.

Pujol Iluminación, con más de 40 años de experiencia en la fabricación de luminarias, no sólo ofrece una amplia gama de luminarias en su catálogo general, sino que además cuenta con un departamento de proyectos especiales que crea y produce lámparas a medida adaptadas a las necesidades del hotelero.

Asimismo y para satisfacer las crecientes demandas de customización de los proyectistas que requieren un modelo único, el departamento de proyectos

especiales de Pujol Iluminación diseña colecciones exclusivas con una fuerte personalidad artesanal y contribuye a trazar el proyecto lumínico ideal.

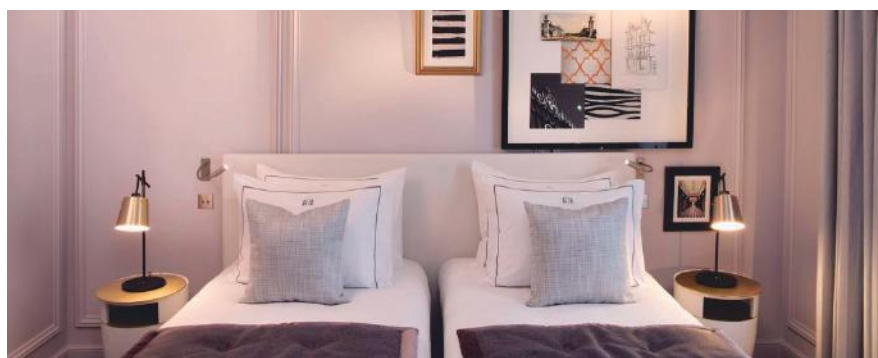
En el caso de Le Damantin Hotel & Spa y a fin de ofrecer los mejores resultados, el departamento de proyectos especiales de Pujol Iluminación, trabajó en estrecha colaboración y de forma constante con el equipo del Studio Jean Philippe Nuel, logrando así el objetivo común de satisfacer todas sus necesidades y solucionar los problemas surgidos a la hora de conseguir una óptima iluminación del espacio.

Como firma especializada en la creación de luminarias únicas y exclusivas para el sector Contract, Pujol Iluminación fue la elegida por Le Damantin Hotel & Spa para equipar sus habitaciones con tres diseños diferentes, realizados a medida:

En primer lugar, una gran lámpara de suspensión a medida de 1,2 m de diámetro con plisado de seda y difusor. Ubicada de manera central en el techo de las habitaciones más exclusivas del hotel.

En segundo lugar, una luminaria de sobremesa también a medida, y basada en el diseño del cliente. Se trata de una pieza bicolor, negra y con reflector metálico en oro mate. Una lámpara que dotará de elegancia a las habitaciones y que al combinar el dorado del reflector, con el de las mesitas de noche, y algún marco de la estancia, aportará un toque sutil de elegancia y lujo.

Por último, una luminaria de sobremesa, modelo CUB, en acabado oro mate. Un diseño minimalista que da como resultado una colección de piezas esenciales.





GRECO GRES INTERNACIONAL Teak, la novedad en tablones cerámicos

Argos, la colección de piezas de gran tamaño de Venatto -marca de Greco Gres Internacional-, amplía su catálogo de tablones cerámicos con el lanzamiento de la nueva colección Teak un exclusivo diseño que reproduce con exquisito realismo la belleza natural de la madera y ofrece todas las ventajas de la cerámica tecnológica de última generación, respetando nuestros bosques. Una nueva generación de pavimentos que destaca por su excelente calidad y su extraordinaria dureza con unas dimensiones colosales, disponible en piezas de hasta 130 cm x 320 cm. Un material fácil de limpiar y muy resistente a los agentes químicos y a los cambios bruscos de temperatura. Además es muy resistente al desgaste, a la compresión y a los golpes. Un producto innovador que se puede utilizar en cualquier proyecto constructivo para cubrir las superficies de cualquier estancia. Destaca por su gran resistencia; soporta sin alteraciones la radiación solar, el tráfico intenso y el paso del tiempo. Pavimentos que se pueden limpiar fácilmente, no cambiarán de color con la luz solar y no necesitan encerarse ni pulirse. Está especialmente indicado para soluciones en lugares de mucho tránsito como hoteles, comercios, restaurantes, etc. Es ignífugo, y por tanto resiste la acción del fuego sin propagarlo y se puede utilizar tanto en interiores como en exteriores. Es un material muy higiénico que impide el desarrollo de microorganismos y no se verá afectado por polillas ni ácaros. Además de ser una buena opción para el exterior donde podrá resistir las más duras condiciones medioambientales.



RAMON SOLER Urban Chic, para el control total del agua

Ramon Soler®



El hombre urbano, a pesar de vivir en las ciudades, alejado de la naturaleza, nunca ha dejado de desearla: el calor del sol, el olor de las flores y de la hierba fresca, y por encima de todo, el agua; pura, transparente, brotando de un manantial. Ramon Soler® ha creado y patentado una colección de griferías que fusiona nuestros anhelos más humanos con nuestro hábitat urbano: Urban Chic. La nueva colección ha incorporado el sistema Tourbillon, patentado por Ramon Soler, un circuito de agua único y excepcional que controla la fuerza y tensión del agua, para entregarla de forma clara, silenciosa y amable. El agua inicia su recorrido a través de un cartucho de bajo consumo, donde se controla su temperatura y su caudal. Sin perder todavía su ímpetu, el agua es enviada hacia la parte inferior del grifo, donde choca contra el fondo y pierde su bravura, para remontar en un circuito en espiral. Desde allí es reconducida hacia la caída final, donde se libera, en forma de cascada, pero antes se la acaricia y peina suavemente, de manera que el agua sale de forma natural, transportándonos a la naturaleza de las cascadas en nuestro uso diario. La belleza de sus líneas, las necesidades más racionales del control del agua y su forma de ofrecernos el agua en cascada, como si se tratara del manantial de agua clara, silenciosa y amable, convierten a Urban Chic en un producto único y excepcional.

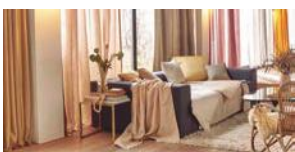
Interface® INTERFACE Lanza Ice Breaker y amplía la colección LVT Level Set

Interface, compañía global de pavimento modular y líder mundial en sostenibilidad, lanza la colección de pavimento textil modular Ice Breaker, inspirada en el frío y el hielo y que imita a la perfección los patrones agrietados del agua congelada mediante diseños aleatorios. En la actualidad, vivimos en núcleos urbanizados y en espacios artificiales rodeados de tecnología, motivo por el cual es tan importante crear entornos que eviten la sobreestimulación y aporten una sensación de calma y bienestar. A través del contacto sensorial, mediante una paleta de colores grises y neutros y la combinación de texturas y materiales, Ice Breaker ayuda al usuario a conectar con el mundo natural, incentivando así su creatividad, productividad y cooperación. Asimismo, con el objetivo de seguir ofreciendo combinaciones infinitas y personalizadas a los clientes y en línea con las nuevas tendencias, Interface lanza al mercado una nueva gama LVT con la ampliación de la exitosa colección Level Set. Con la introducción de 15 referencias nuevas, Interface introduce nuevos colores a los lineales ya existentes (Natural Woodgrains, Natural Stones, Textured Woodgrains y Textured Stones) y completa la colección con una gama que imita al bambú.



SUNBRELLA Presenta su nueva colección de textiles Window

sunbrella®



Sunbrella, distribuida en España por la firma Pepe Peñalver, combina diseño y rendimiento para crear una colección textil perfecta para uso interior y exterior. Las telas son tejidas utilizando fibras exclusivas de la propia firma que aportan calidad y resistencia, así como una alta durabilidad. La nueva colección Window combina cualidades estéticas y técnicas y, gracias a su tamaño en doble ancho -300 cm- y a su alta resistencia a la luz solar, es ideal para cortinas exteriores e interiores, toldos o pérgolas. Window juega con las transparencias y los diferentes materiales y colores para crear combinaciones de color y ambientes que capturan el espíritu del momento. Las gamas Natté (caracteriza por su grosor, su aspecto natural y su textura artesanal) y Velum (caracteriza por su ligereza y semitransparencia, perfectas como visillos) están disponibles en colores neutros y naturales que se enriquecen con los colores de las gamas Smart (un guiño al armario masculino con telas elegantes con efecto lustroso) y Mild (compuesta por 12 telas perfectas para colocar entre el visillo y la cortina). De esta forma, las telas de Sunbrella se diversifican y se convierten en imprescindibles para vestir tus ventanas, separar espacios y crear ambientes personalizados.

CODISYS CODYSIS CodySHOP Mobile Report, te facilita la información

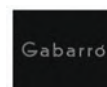
La app de Codisys, CodySHOP Mobile Report, permite estar informado en todo momento de lo que ocurre en su negocio. De forma sencilla, intuitiva y fácil de usar desde cualquier Smartphone iOS (Apple) o Android. Con la app de Codisys, CodySHOP Mobile Report, es muy fácil estar informado de lo que ocurre en el negocio en cualquier momento del día, a cualquier hora y en cualquier lugar. Permite tener una visión global y en detalle a través de una serie de reportes estándar que le dan acceso en todo momento a la información. Conocer en detalle si se están cumpliendo las previsiones de venta, objetivos, el rendimiento de los empleados, en definitiva, estar informado y poder tomar las decisiones necesarias a partir de una información veraz de la situación. Los diferentes reportes se muestran en gráficos, facilitando la información de forma visual, esto hace posible entender e interpretarla de forma sencilla mediante un interfaz amigable. Se pueden realizar consultas sobre los parámetros del negocio que son más frecuentes, como conocer las ventas, su evolución, compararlas con la previsión que se había realizado y ver el grado de cumplimiento, conocer incluso el detalle de cada ticket y el valor medio de la venta. Asimismo también aportará información sobre el desempeño de los empleados, de las ventas que realizan y cuál es el total de la venta realizado por cada uno de ellos. CodySHOP Mobile Report es de gran ayuda y mantendrá al usuario informado en todo momento, según sus necesidades y requerimientos en cualquier lugar.

GABARRÓ Raw, Old y Home, nuevas colecciones de tarima de madera



Medfloor es la marca propia de tarima multicapa de madera de Gabarró, la compañía líder a nivel nacional en distribución de madera aserrada, suelos de madera y tecnológicos, tableros y la piedra acrílica HI-MACS® by LG Hausys. Las diferentes colecciones de tarima de Medfloor (Raw, Old y Home), con un marcado carácter mediterráneo y creadas con exclusividad y distinción, son ideales para crear ambientes que inspiren y seduzcan tanto en ámbito residencial, comercial y también para el sector Contract. Tres colecciones para tres estilos.

Medfloor Raw es una tarima multicapa de madera de roble lista para personalizar. El objetivo básico de esta colección es que cada profesional pueda darle un toque original en función de los gustos de sus clientes, ofreciéndoles así un acabado exclusivo. Medfloor Old es la colección de tarima de carácter más rústico, ya que todas sus referencias tienen nudos visibles y contraste entre las vetas. Medfloor Home, la gama más clásica, es un revestimiento de suelo de madera natural de roble construido por un sándwich de tres capas encoladas entre sí. Para la colección, se seleccionan las piezas de madera de roble más limpias para combinarlas con distintos acabados, creando un aspecto más clásico y armonioso gracias a su superficie continua y con pocas variaciones de color.



EVOCA GROUP Phedra Evo Capucchino, versátil y funcional

Evoca Group, bajo su marca Saeco, ha presentado Phedra Evo es la máquina semi-automática table top, versátil y funcional, de reducidas dimensiones y fácil instalación, ideal para todos los emplazamientos de media afluencia. Entre los modelos table-top, Phedra Evo se caracteriza por su capacidad para dispensar una amplia gama de bebidas en un espacio reducido. Su tamaño es realmente compacto, por lo que Phedra Evo se puede colocar en cualquier lugar, sobre una mesa o sobre un mueble. Por otro lado, si no hay conexión a la red hídrica, dispone de la versión con depósito interno de agua de capacidad aproximada de 3,4 litros. Siempre al día con las últimas innovaciones, Saeco ha equipado al modelo Phedra Evo con un puerto USB integrado en la placa electrónica y con software para aplicaciones Horeca, ofreciendo la posibilidad de interrumpir la erogación del producto en cualquier momento. En la oficina, el buffet del desayuno del hotel, en la cafetería o el restaurante, tomar un café hecho con Phedra Evo será siempre un auténtico placer.



ARAVEN Los herméticos para hostelería



La firma aragonesa Araven, líder en el equipamiento para hostelería, vuelve a revolucionar el sector con su nueva gama de contenedores herméticos para alimentos, que incorporan nuevas y exclusivas mejoras en la higiene, seguridad y manejo del producto. La principal característica de los nuevos herméticos es un nuevo sistema de cierre que un estudio del Grupo de Investigación en Alimentos de Origen Vegetal de la Universidad de Zaragoza (GIAOVE) ha comprobado que se alarga la vida útil de un alimento hasta un 25 % más que los cierres actualmente existentes. Araven es marca de referencia para los profesionales de la hostelería con su amplia gama de productos diferenciales para equipar las cámaras de conservación y cocinas de todo tipo de establecimientos. Su producto "estrella" y más utilizado han sido los herméticos Araven –antes denominados ColorClip–, que llevan más de 30 años en el mercado y están presentes en las mejores cocinas profesionales. Solo el año pasado, se vendieron más de dos millones en todo el mundo. Con esta reinversión de uno de sus productos más demandados, la empresa demuestra una vez más cómo la labor de innovación es una de sus señas de identidad. La nueva gama Araven ofrece contenedores herméticos con medidas GastroNorm, pensados especialmente para el profesional de la hostelería. Su diseño incluye numerosas ventajas para el cocinero; pero su principal característica es una tapa que permite hacer cierto vacío en el interior simplemente presionando desde el centro, lo que reduce la oxidación del alimento y garantiza una hermeticidad total.

Pestana Hotel Group presenta su nuevo hotel en la Plaza Mayor de Madrid



Pestana Plaza Mayor Madrid, el primer hotel que se abre en esta emblemática ubicación y el segundo proyecto en España de Pestana Hotel Group, ha sido presentado recientemente en un acto donde los asistentes han tenido la oportunidad de visitar sus instalaciones completamente finalizadas y a punto para la llegada de los primeros huéspedes. El hotel cuenta con varios espacios para la celebración de eventos, una piscina al aire libre situada en la última planta del edificio y un Spa & Fitness Center, así como con el restaurante RIB - Casa de la Carnicería, la cafetería con terraza en la Plaza Mayor Café de la Plaza y una coctelería.

Situado en Plaza Mayor, en el corazón de la capital madrileña, Pestana Plaza Mayor engloba dos edificios históricos: la Casa de la Carnicería y una antigua estación de bomberos. El proyecto, que ha contado con una inversión de en torno a 11 millones de euros, ha corrido a cargo del estudio B76.

Las 89 habitaciones del hotel, ocho de ellas suites y 34 con vistas a la Plaza Mayor, están diseñadas con un estilo contemporáneo que se adapta completamente a la estructura, la historia y el contexto urbano de sus edificios; dan la sensación de que el hotel siempre existió, combinando elementos decorativos clásicos de diseño imperial con muebles modernos y coloridos inspirados por artistas expresionistas.

El restaurante RIB | Casa de la Carnicería | Beef & Wine recupera la historia de su emplazamiento para devolverle a Madrid las exclusivas carnes de granjas ecológicas, servidas directamente en su mesa.

VIPS Smart refuerza su presencia en Madrid con un nuevo restaurante



VIPS Smart ha inaugurado un nuevo restaurante en el Centro Comercial Montecarmelo de Madrid, una nueva apertura que forma parte del plan de expansión de la marca en la Comunidad de Madrid, donde ya cuenta con 91 restaurantes, 76 Vips y 15 VIPS Smart.



La puesta en marcha de VIPS Smart Montecarmelo ha tenido lugar de la mano de un multifranquiado de Alsea y ha supuesto la creación de 14 puestos de trabajo. El local cuenta con capacidad para 118 personas, distribuidas entre los espacios de sala y terraza. Además, cuenta con una zona infantil para disfrute de los más pequeños.

VIPS Smart ofrece una selección de los platos más icónicos de VIPS en formato "Smart", es decir, servidos directamente en mostrador. Su variada oferta incluye las famosas tortitas y batidos, las hamburguesas "a tu gusto" o sus pizzas, sándwiches y ensaladas, entre otros. Una amplia oferta pensada para todos los gustos y necesidades, que también cuenta con sabrosas opciones para celíacos y vegetarianos, y menús especiales para los más pequeños.

Seis hoteles de Barceló Hotel Group, entre los mejores del mundo



Un año más los premios World Travel Awards (WTA), considerados como los Óscar del turismo, han reconocido los esfuerzos realizados por Barceló Hotel Group para mejorar la calidad de sus establecimientos en todo el mundo. Prueba de ello es que cinco hoteles de España fueron elegidos entre los mejores hoteles del mundo en la gala europea de la 26ª edición de los World Travel Awards 2019, celebrada el pasado 8 de junio en Madeira (Portugal). Anteriormente, el pasado 1 de junio, el hotel Barceló Palmeraie (Marrakech) fue elegido Mejor Resort Todo Incluido de Marruecos en la gala celebrada en Isla Mauricio.



Hoteles galardonados:

La Bobadilla, a Royal Hideaway Hotel (Granada): el primer hotel de lujo sostenible de nuestro país y un destino 'slow' por excelencia.

Formentor, a Royal Hideaway Hotel (Mallorca): ubicado en uno de los enclaves más importantes de la isla de Mallorca, una península de 1.200 hectáreas de bosque mediterráneo.

Royal Hideaway Corales Resort (Tenerife): destaca por sus espectaculares villas de uno o dos dormitorios con salón comedor y espectaculares vistas al océano.

Barceló Isla Canela (Huelva): ubicado en primera línea de playa en el municipio costero de Ayamonte, el hotel fue elegantemente diseñado al estilo tradicional de los pueblos andaluces de antaño.

Barceló Sevilla Renacimiento (Sevilla): ubicado a orillas del río Guadalquivir, es un emblemático hotel de Sevilla que se caracteriza por su singular arquitectura y diseño que recuerdan al museo Guggenheim de Nueva York.

Barceló Palmeraie (Marrakech, Marruecos): es un majestuoso hotel inspirado por la arquitectura tradicional marroquí.

Casa Alberola será el cuarto hotel de la serie Curio Collection by Hilton



Hilton ha firmado un acuerdo de franquicia con Balazs Companie para abrir el hotel Casa Alberola en Alicante, de Curio Collection by Hilton a finales de este año.



Diseñado por el arquitecto local José Guardiola Picó, Casa Alberola fue construido en 1894, de estilo neoclásico y con influencias que recuerdan la tradición marítima y la cultura mediterránea de Alicante. El hotel boutique es fácilmente reconocible por su torreón y está situado en el paseo marítimo de la ciudad, donde el famoso vino Fondillón de la región fue exportado en su día a todo el mundo.

El hotel contará con 46 habitaciones, muchas de las cuales tendrán vistas a la Marina Deportiva del Puerto de Alicante, puerto de salida de la Volvo Ocean Race; así como con un restaurante y un bar para los huéspedes y los habitantes de la ciudad.

BTB sorprende en Industry Tools con sus buzones inteligentes



La tecnología ha marcado la participación del prestigioso fabricante aragonés en esta edición 2019 de la feria celebrada en Bilbao.

Los buzones inteligentes Kuik e iPackBox, han recibido una excelente acogida entre los asistentes, interesados por las soluciones que aportan tanto para empresas como para comunidades de propietarios.



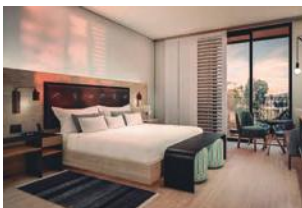
Industry Tools by Ferroforma, celebrada del 4 al 6 de junio en el recinto bilbaíno BEC, ha vuelto a reunir a los principales fabricantes y distribuidores del sector de la ferretería, como BTB, que con más de medio siglo de trayectoria a sus espaldas, sigue apostando por la innovación para mantener su liderazgo en el mercado. Esta vez vuelve a reinventarse fusionando la tecnología con el concepto tradicional de buzón, su producto más emblemático. El resultado son dos nuevos productos, Kuik e iPackBox que dan solución al problema de la llamada "última milla", el proceso final de entregar el pedido de una tienda online a su comprador.

Actualmente si en el momento del reparto el destinatario no está en casa, el repartidor debe volver en otro momento para que la entrega sea realizada con éxito, con el consiguiente gasto de transporte y combustible que esto supone. Con los nuevos buzones desarrollados por BTB, todas las entregas se efectuarán a la primera, reduciendo las emisiones de CO₂ a la atmósfera, aumentando los beneficios de las empresas de transporte y consiguiendo una mejor "experiencia de usuario" del comprador online.

Resuinsa consolida su presencia en EEUU ampliando su radio de acción en California



Resuinsa se lanza a la conquista de la Costa Oeste de Estados Unidos, ampliando así el radio de acción para cubrir la zona de California, donde ha comenzado a trabajar con nuevos clientes como el Hotel San Luis



Obispo. Para ello, ha abierto una nueva oficina en Austin (Texas), con el fin de brindar un servicio cercano y de calidad.

El director general de la compañía, Félix Martí, ha detallado que

Resuinsa "está presente en New York, Maryland, Virginia, Carolina del Norte y del Sur, Florida, Missouri e Illinois, y ahora estamos incorporando nuevos clientes en California. Por ello, la previsión es incrementar las ventas en ese país en torno al 25% en los próximos tres años". En este sentido, ha explicado "la complejidad" que supone trabajar en EEUU, ya que cada estado se rige por sus propias leyes fiscales. "No obstante, el ritmo de expansión por el país está siendo constante y hemos comenzado a establecernos en California".



Grohe pone en marcha una campaña para dar a conocer su gama de duchas



Grohe, la firma alemana líder en equipamiento sanitario y en grifería de calidad, pone en marcha una campaña para dar a conocer su amplia gama de duchas. La firma ha realizado una selección de indispensables.

Entre los productos destacados encontramos la gama de teleduchas Grohe, diseñadas para la comodidad del usuario con tan sólo un pequeño cambio, podrá disfrutar de una ducha relajante con un suave masaje, una lluvia revigorizante... ¡Elige el chorro que prefieras! Además, Power & Soul 130 cuenta con un botón muy intuitivo y cómodo que permite cambiar entre Rain O2, Rain, Bokoma Spray y Jet.



También destacan los conjuntos de ducha Euphoria 110 y New Tempesta 100 que añaden un extra de confort al baño. Para descubrir nuevas sensaciones, los sistemas de ducha Grohe son ideales pues combinan funcionalidad y diseño en un elemento. Tempesta Cosmo System 210 incorpora todo lo necesario para disfrutar del máximo confort en la ducha a un precio excepcional; mientras que Euphoria System 260 cuenta con tres zonas de confort en su cabezal de 260 mm de diámetro para máximo disfrute.

Grosfillex: Mobiliario de Hostelería de Diseño



Cada vez más las cadenas hoteleras y restaurantes se centran en el bienestar y



confort del cliente. Se trata de generar una experiencia que les haga sentirse especiales y la decoración influye de forma exponencial; una práctica, que les diferencie acorde a lo que se quiere transmitir para lograr una experiencia totalmente satisfactoria de los clientes.

Una de las principales claves de decoración de un hotel, restaurante, es hacer uso de una estrategia de diferenciación, la razón de ser de la marca y Grosfillex es, para estos casos, un buen socio que puede aconsejar con soluciones prácticas que aportan orientación y ayuda para el propio proyecto.

Por otro lado, los profesionales del diseño y la arquitectura de interiores conocen la importancia y el valor estético de los diseños atemporales, de la durabilidad y del fácil mantenimiento. Con una correcta decoración de un hotel, restaurante, estará listo para ofrecer experiencias totales a los clientes. De esta forma distinguirá además del hospedaje, comida y servicio en general, el aspecto del espacio en su globalidad.

Grosfillex cuenta con una amplia experiencia en el sector hotelero/contract. Las diferentes colecciones de mesas combinadas con sillas, ofrecen múltiples y variadas combinaciones.

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 —



NUESTRO ASESORAMIENTO, PRODUCTO Y SERVICIO DONDE TÚ VAYAS

NUEVOS DESTINOS

BARCELONA - PUNTA CANA - CANCÚN

