

hostelpro

proyectos y proveedores de hostelería y restauración

ESPECIAL HOSTELERÍA VACACIONAL

FIVE FLOWERS HOTEL & SPA FORMENTERA, FORMENTERA

MAISON LÚ, MARBELLA

REPORTAJES

Espacios abiertos

Tecnología y eficiencia

Servicio de mesa

(agora)[®]

FIBER ART FOR PERFORMANCE FABRICS
100% SOLUTION DYED ACRYLIC



QUALITIES:



WATER
RESISTANT



STAIN
RESISTANT



MOLD
RESISTANT



UV
RESISTANT



DURABLE
STRONG



EASY
TO CLEAN



BLEACH
friendly

USES:



SUNSHADES



CUSHIONS



DECKCHAIRS



FRAMES



DRAPES



INDOOR



OUTDOOR



NAUTIC

WWW.AGORAFABRICS.COM



Foto: Five Flowers Hotel & Spa Formentera

SUMARIO

PÁGINA 04. INTERIORISMO

Lorenzo Castillo: Estudio Lorenzo Castillo



PÁGINA 06. ENTREVISTA

Jesús Delgado Sedó, Subdirector General de Explotación de Best Hotels

PÁGINA 10. ACTUALIDAD

Casa Decor 2020



PÁGINA 14. PROYECTO HOTELERO

Five Flowers Hotel & Spa Formentera, Formentera



PÁGINA 20. ENTREVISTA

Miguel Escolano y Samuel Fernández Larcher: Interioristas de El Corte Inglés



PÁGINA 22. REPORTAJE

Espacios abiertos



PÁGINA 38. PROYECTO DE RESTAURACIÓN

Maison Lú, Marbella

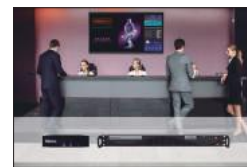


PÁGINA 44. ENTREVISTA

Juanlu Fernández: Chef del Restaurante Maison Lú

PÁGINA 46. REPORTAJE

Tecnología y eficiencia



PÁGINA 56. REPORTAJE

Servicio de mesa



Foto: Restaurante Maison Lú, Marbella

Secciones /

Interiorismo 04

Soluciones para el canal

HORECA 68

Novedades del Sector 70

Establecimientos

del Canal 72

Proveedores

del Canal 73

Agenda 74

Portada: Five Flowers Hotel & Spa Formentera



pro
tien
das
editorial

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

www.revistahostelpro.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 Écija

Marketing online / José F. García Cervera

Directora de Arte / Marisol Navalón

Directora de Publicidad / Carmen Sánchez

Departamento Comercial / Paloma Elices

y Lola Rubio

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.



Revista Hostelpro
@Rhostelpro

Hostelpro
@R_Hostelpro

Revista Hostelpro
@rhostelpro



Foto: Lorenzo Castillo, (Estudio Lorenzo Castillo)

ENTREVISTA: Lorenzo Castillo

LORENZO CASTILLO

ESTUDIO LORENZO CASTILLO

Lorenzo Castillo, licenciado en Historia del Arte, comenzó en el mundo de la decoración abriendo en los años 90 una tienda de antigüedades. Después, apartó los viajes para conseguir el mejor artículo de anticuario, por los trabajos integrales de interiorismo, donde desarrolla un estilo fundamentado en "la alta decoración", diferenciado del resto de decoradores españoles por "el uso de arte y antigüedades sin miedo". Consolidado ya en este mundo, se ha convertido en uno de los diseñadores más reconocidos internacionalmente, haciéndose un hueco en las listas de los designados como los mejores. Actualmente, además de seguir trabajando como interiorista para el sector privado, para el hotelero, de la restauración, etc., cuenta con su propia colección de telas, en la que continuamente sigue innovando.

Hemos podido leer que su pasión por el diseño y por las antigüedades son heredadas de su abuela materna y su abuelo paterno, respectivamente, ¿cree que si no lo hubiera visto en ellos, hubiera habido otra influencia que le hubiera llevado por este camino?

Por supuesto, habría aprendido de otras fuentes. Al final, el nacer en un entorno más cuidado lo único que hace es facilitarte el camino. Pero seguro que si yo hubiese nacido en los Picos de Europa me habría bajado corriendo con cinco años.

Quizás el haber crecido con ambas influencias ha hecho que la línea entre anticuario y diseñador haya sido muy fina en su caso. ¿Cómo cree que ha influenciado su lado anticuario sobre su lado de diseñador y viceversa?

No hay una línea entre anticuario y decorador, esto es un error que solo ocurre en España donde la decoración ha tenido menor recorrido. Pero si vemos qué pasó en el siglo XX en USA, Francia e Inglaterra, veremos

que los mejores decoradores eran también anticuarios.

Pienso que la formación en antigüedades es esencial para poder decorar. Y, en España, tenemos el ejemplo de los dos más grandes decoradores de su historia, Jaime Parladé y Duarte Pinto Coelho, que en sus comienzos tenían tiendas [de antigüedades] en Marbella.

Otro pilar que ha identificado como primordial en sus inicios en este mundo fue la educación y formación que recibió gracias a sus progenitores, ¿cuáles considera que fueron los momentos o personalidades que más le influyeron en esta época formativa?

Fui un privilegiado por el entorno en el que nací. Me mandaron a uno de los mejores colegios de Madrid en ese momento, el Colegio Estudio, pero luego resultó un desengaño. Un colegio de tanta fama de liberal cometió conmigo un 'bullying' terrible, todo por mi imaginación desbordante. De hecho, terminaron expulsándome de él. Algo sorprendente. Por lo cual yo me considero un autodidacta total, porque mi entorno no ayudaba.

En el presente, ¿qué aspectos identifican el sello Lorenzo Castillo? ¿En qué cuestiones suele hacer más hincapié (telas, pintura, mobiliario...) en sus trabajos?

Es un estilo de decoración muy trabajada, lo que se puede considerar alta decoración,

Foto: Palacete, Sevilla. Manuel Yllera



donde no se utilizan elementos manufacturados en serie, sino que todo se hace diseñado especialmente y por encargo único para ese proyecto. Por eso la caja se trabaja mucho con piedra, mármol o mucha madera.

Las telas son parte esencial de mis proyectos, bien recubren paredes o solo para mobiliario tapizado, con mezclas de tejidos, texturas, calidades, estampados, que, quizás, es una parte esencial y muy personal de mi estilo por su complejidad.

Y, por supuesto, lo me diferencia de los demás decoradores españoles es el uso de arte y antigüedades sin miedo.

¿Considera que ha evolucionado durante su trayectoria profesional? ¿Cómo? ¿Cree que veremos a otro Lorenzo Castillo en el futuro?

Por supuesto que se evoluciona, qué aburrimiento si no. Además, yo estoy muy concentrado en aprender de mis errores y no volver a caer en ellos. Esto implica, sin darte cuenta, la gestación de un nuevo estilo, de nuevos lenguajes..., que evolucionan con tu trabajo.

Dentro de sus proyectos encontramos tanto hoteles como restaurantes, entre otras categorías. ¿Podría nombrar el proyecto al que más cariño le guarda tanto de los hoteles como de los restaurantes que ha ejecutado? ¿Por qué?

El Hotel Santo Mauro, sin duda, por lo emblemático que es dentro de mi ciudad, Madrid, y quizás también, recientemente, el hotel Alba en Madrid, por lo duro que fue llevarlo a cabo.

También el Restaurante Hispania en Londres, por el cariño que se puso ayudando a unos inversores asturianos a los que, en ese momento, igual les costaba llegar a nosotros y por eso les echamos una mano. Sin embargo, después consiguieron el éxito y han abierto otro establecimiento en Bruselas y vienen más en camino.

En alguna ocasión ha comentado que le gustaría poder llevar a cabo una escenografía para una película o una serie de televisión, pero que aún no se lo habían propuesto. ¿Hay algún otro tipo de proyecto que esté en su lista de ejecuciones pendientes?



Foto: Hotel Santo Mauro, Madrid. Manuel Yllera

Eso que comento sobre las películas es un poco en broma, pero sí me gustaría algo relacionado con mis dotes de dibujante, así por ejemplo, ilustrando un libro. Algo que sea muy artístico.

¿Podría adelantar en qué nuevos trabajos estará involucrado próximamente?

Estamos trabajando en un edificio en Bangkok, una villa en Lago de Como, hoteles en Menorca, Oporto, Mónaco, Madrid, Málaga, una marina en Mallorca, y casas en Nueva York, Santo Domingo, etc. Además de varios restaurantes en París.

Ha sido galardonado por su trayectoria profesional en varias ocasiones, ¿hay algún premio que

aún no le hayan otorgado que le gustaría alcanzar en algún momento?

Quizás, el Princesa de Asturias.

Para finalizar, su carrera profesional le otorga perspectiva y le avala para poder responder... ¿cuál considera que será el futuro del interiorismo que veremos en los próximos años?

El interiorismo español está en este momento súper reconocido internacionalmente, somos algunos los que estamos en las listas americanas de los 100 mejores del mundo.

En cuanto a las nuevas generaciones, creo que tienen una creatividad desbordada, pero no insisten en la formación en Arte e Historia de las Artes Decorativas y en dibujo a mano, que considero es esencial para un determinado nivel de interiorista.

Foto: Hotel Heritage, Madrid





Foto: Jesús Delgado Sedó, Subdirector General de Explotación de Best Hotels

Jesús Delgado Sedó



Subdirector General de Explotación de Best Hotels

«Ofrecemos una hospitalidad de primer nivel profesional, apostamos fuerte por los procesos de mejora continua y trabajamos en perfeccionar la sostenibilidad medioambiental de nuestros hoteles...»

Desde que surgiera en 1994, Best Hotels ha ido creciendo bajo el firme propósito de proporcionar a sus huéspedes y clientes una de sus mejores experiencias vacacionales, con la visión de continuar optimizando su profesionalidad en la gestión y el servicio, mejorando así su propuesta para convertirse en un referente en el sector hotelero español en cuanto a calidad y buen hacer. En la siguiente entrevista, ahondaremos en sus novedades, estrategias, visión de futuro, etc. de la mano de Jesús Delgado, Subdirector General de Explotación de Best Hotels.

Profundizando en Best Hotels, ¿qué filosofía sigue la cadena hotelera?

Best Hotels es una cadena hotelera familiar que tiene el firme propósito de proporcionar a nuestros huéspedes y clientes una de sus mejores experiencias vacacionales. Es decir,

que se sientan como en su propia casa, pero con unos servicios extra. Además, les ofrecemos una hospitalidad de primer nivel profesional, apostamos fuerte por los procesos de mejora continua y trabajamos en perfeccionar la sostenibilidad medioambiental de nuestros hoteles.

¿Cuál ha sido la trayectoria de los últimos años en la cadena?

Nuestros últimos 5 años han sido de un crecimiento sostenido importante. Hemos incorporado un total de siete nuevos hoteles con 2.755 habitaciones en varios destinos: Best Jacaranda (Tenerife), Best Delta (Mallorca), Best Sabinal y Best Roquetas (Costa de Almería), Best Terramarina (Costa Dorada), Best Costa Ballena (Costa de la Luz) y Best Osuna (Madrid). Además, en este tiempo, hemos reformado integralmente 22 hoteles y 7.247 habitaciones. Cabe destacar que hemos renovado los 13 establecimientos de la Costa Dorada, la zona donde nacimos como cadena hotelera. Realmente ha sido un lustro trepidante y de un esfuerzo importante.

Actualmente, ¿cuáles son las principales magnitudes de la cadena?

Gestionamos 34 hoteles entre España y Andorra y más de 11.200 habitaciones, todos bajo la marca Best Hotels. Concretamente, éstos se sitúan en la Costa Dorada (13 hoteles entre Salou, Cambrils y La Pineda), en la Costa del Sol (3 en Benalmádena), en la Costa Tropical (1 en Almuñécar), en la Costa de Almería (4 en Mojácar y 2 en Roquetas de Mar), en la Costa de la Luz (1 en Chipiona), en Barcelona (4), en Mallorca (1), en Tenerife (3 en

Foto: Hotel Best Cap Salou, Tarragona



Costa Adeje, Playa de las Américas y Puerto de la Cruz), en Madrid (1) y en Andorra (1).

Dentro de su cartera gran parte de sus hoteles son en un destino de playa. ¿Qué cuestiones considera que le diferencian de la competencia de estos destinos vacacionales?

Nuestros altos estándares de calidad, nuestro esfuerzo para que las instalaciones estén totalmente renovadas y ofrecer servicios atractivos para un público mayoritariamente familiar. Así, por ejemplo, sabemos que a los niños lo que les apetece es jugar, por lo que disponemos de espacios amplios para ello. También quieren instalaciones específicas como piscinas, que puedan ser utilizadas de forma segura con toboganes, piscinas tipo Splash... Además, disponemos de un Kid's Club con actividades y juegos especiales para ellos. Para los adultos, zonas de relax como Spas o Fitness Center.



Foto: Hotel Best Negresco II, Salou (Tarragona)

Con la intención de introducirnos en el Departamento de Compras de la cadena, ¿cuáles son las funciones más significativas que desempeña su división?

Actualmente las gestiones de este departamento son cada vez más complejas y dinámicas. Centraliza la

adquisición de productos y servicios globales para cada uno de los 34 establecimientos. Eso incluye las negociaciones con nuestros 'partners' estratégicos. A su vez colabora estrechamente en las reformas continuas que hacemos. Ahora mismo, una de sus principales tareas también es la de investigar y ofrecer a nuestros

Máster Executive en Dirección Hotelera Internacional

Acelera tu carrera sin dejar de trabajar. Programa semi presencial.

Únete a los mejores. Clasificada entre las 3 mejores instituciones del mundo por especialización. (QS Ranking 2019)



Les Roches

Sé valiente. Sé Les Roches.



lesroches.edu



Foto: Hotel Best Negresco I, Salou (Tarragona)

hoteles las mejores estrategias para optimizar la sostenibilidad medioambiental.

¿Qué requisitos deben cumplir los productos que se integran en cualquiera de sus hoteles?

Básicamente, la alta calidad. Es lo que buscan nuestros clientes, ya que la mayoría de nuestros establecimientos son de 4 estrellas. En lo referente a la alimentación, por ejemplo, intentamos trabajar con productores de proximidad, que nos ofrecen productos frescos, de temporada y de una alta calidad. Eso nos ayuda a marcar la diferencia en nuestros restaurantes.

A la hora de enfrentarse al plan de mercado, ¿qué considera que es lo fundamental?

Nos tenemos que focalizar en nuestros clientes. Gente de todo el mundo que viene a pasar las vacaciones con su familia, a desconectar de su frenético día a día, y escogen nuestros hoteles. Lo importante es adaptarse continuamente a las necesidades y gustos de los clientes, que van cambiando de forma importante cada año. Tenemos que ofrecer todo aquello que los clientes esperan o bien les pueda apeteer.

¿Existe una periodicidad que marque el cambio de diseño de Best Hotels?

Desde nuestros inicios en 1994, hemos ido creciendo en número de establecimientos de una forma sostenible y continuada, renovando nuestras instalaciones paulatinamente para ofrecer a nuestros clientes nuevos servicios y productos. Ahora los clientes son mucho más exigentes y buscan servicios que hace años ni existían. Por eso, en Best Hotels continuamente reformamos los hoteles y vamos implementando mejoras e innovaciones.

La compañía se sitúa dentro del ranking de las cadenas hoteleras con mayor presencia en España, ¿cómo plantean mantenerse entre las mejores posiciones?

“En Best Hotels continuamente reformamos los hoteles y vamos implementando mejoras e innovaciones...”

Estamos en continuo crecimiento. En verano 2019 incorporamos a nuestra cartera el primer hotel en Madrid, el Best Osuna. Así disponemos, tanto de hoteles en las principales zona turísticas de la costa española y sus islas, pero también en ciudades como Barcelona, Madrid o Andorra la Vella. Nuestro plan actual incluye la adquisición de nuevos hoteles de una forma sostenible, así como la ampliación de alguno de los que ya disponemos.

¿Podría comentarnos qué nuevas aperturas han tenido lugar o lo tendrán en este 2020 con el sello Best Hotels?

De momento, para este año 2020 no tenemos prevista la incorporación de nuevos hoteles a nuestra cadena. Estamos trabajando en algunos proyectos que todavía no podemos hacer públicos. Eso sí, estamos ultimando las obras de reforma integral de dos establecimientos de Salou, el Best Sol d'Or y el Best Mediterráneo. Ambos tienen hasta el momento 3 estrellas, pero con la renovación total esperamos que aumenten su categoría.

Foto: Hotel Best Cambrils, Tarragona



VONDOM

SUAVE
OUTDOOR COLLECTION
by Marcel Wanders





Foto: Alicia García Cabrera, Directora General de Casa Decor

Casa Decor 2020

MARCADA POR LA SOSTENIBILIDAD



La edición 55 de Casa Decor llega este 2020 como cada año a Madrid. En esta ocasión, el edificio Velázquez 21, del barrio de Salamanca, es el encargado de acoger la celebración del evento más importante en las disciplinas de interiorismo y decoración; este año bajo la campaña #CasaDecorSostenible, con la que la organización de esta cita quiere dar un paso hacia delante por el compromiso con la sostenibilidad en el sector.

Casa Decor ha sido testigo y partícipe del desarrollo del interiorismo y de decoración en nuestro país, celebrando cada año el evento definido como el escaparate nacional donde se pone en valor y se da relevancia a estas disciplinas, mostrando al público la necesidad de vivir en entornos estéticos, funcionales, saludables y sostenibles.

Además, este evento se ha erigido como la gran plataforma comercial, de marketing y comunicación para el sector del hábitat, contribuyendo eficazmente a dar a conocer a

profesionales, marcas, productos, tendencias y nuevas formas de vivir.

La cita anual proyecta tendencia y vanguardia desde Madrid al resto del mundo, en una fórmula expositiva única y singular, que no se reproduce con tal magnitud y duración en ningún otro país, añade especial valor a esta ciudad cosmopolita y de gran actividad cultural, social y económica; pudiéndose afirmar, sin lugar a dudas, que es "Marca Madrid".

Respecto a esto, Alicia García Cabrera, Directora General de Casa Decor,

valora que "el carácter vivo, acogedor, social y alegre de la ciudad de Madrid es clave para que se pueda realizar aquí desde hace 28 años ininterrumpidamente". Y, por otro lado, Casa Decor es para Madrid "un motor económico del barrio que le acoge cada año, generando más de un millar de empleos indirectos. Es un evento con la doble vertiente de cliente profesional y final, cubriendo todos los espectros del sector; es inspiracional, pero también aspiracional. Aparte de ser el gran evento de referencia para el sector, es un evento social para la ciudad de Madrid".

En esta ocasión, en su edición número 55, el barrio de Salamanca es el que acoge la cita, pues el edificio Velázquez 21 será su lugar de emplazamiento. "Siempre barajamos diferentes opciones que podrían ser las idóneas para albergar un evento de este calado y con esta duración. No obstante, Velázquez 21 era un caballo ganador. No solo por su magnífica ubicación, en la arteria más de moda de la capital, sino por su estilo ecléctico, el estado de conservación de muchos de los elementos decorativos y arquitectónicos originales, los amplios espacios y el recorrido intuitivo", argumenta la Directora General de Casa Decor.

El edificio fue construido entre 1904 y 1907 y fue proyectado por el

Foto: Cuarto de baño de Geberit, llevado a cabo por Francisco Silván



arquitecto José Espelús Anduaga por un encargo de Francisco Sánchez-Pleites, Marqués de Frómista. Adscrito dentro del estilo ecléctico madrileño, en el que confluyeron corrientes estéticas francesas, belgas, inglesas e italianas, entre otras, el edificio está situado en esquina y vertebrado por una torre cilíndrica en el chaflán, con una cúpula de casco de estilo francés, su sello de identidad. La fachada de ladrillo está profusamente adornada, con formas vegetales y orgánicas en las ménsulas, cenefas, arcos y capiteles. Es destacable la rica rejería de los balcones y la cristalera semicircular del segundo piso.

De planta rectangular, el edificio cuenta con fachadas a las calles Velázquez y Jorge Juan, además de patios interiores, que dotan a todas las estancias de abundante luz natural. Sus más de 5.600 m² se distribuyen en cinco plantas, bajo comercial, sótano y buhardillas con coquetas mansardas en el tejado. Un sexto piso, para vivienda del portero, fue añadido en 1961. Cada planta cuenta con dos viviendas, una en cada ala, de 450 m² aproximadamente, lo que da una idea del esplendor señorial de la época en la zona del barrio de Salamanca.

Más allá de la importancia y relevancia que adquiere el edificio para la celebración por el propio encanto y atractivo que puede provocar



Foto: Cuarto de baño de Laufen, llevado a cabo por Sinmas Studio

entre los asistentes, también tiene una influencia directa sobre otras cuestiones, como por ejemplo, “el límite de participantes lo marca la casa elegida cada año y el número de espacios conseguidos” también, señala Alicia García.

En cuanto a la participación, “Casa Decor no es ningún club privado, eso siempre lo recalamos. En nuestra web cualquier profesional del sector se puede apuntar y requerir información para participar. Hay libertad creativa dentro del parámetro de estilo de vida y dentro del formato. Ya sea contract, hospitality o residencial, todo tiene cabida en Casa Decor.

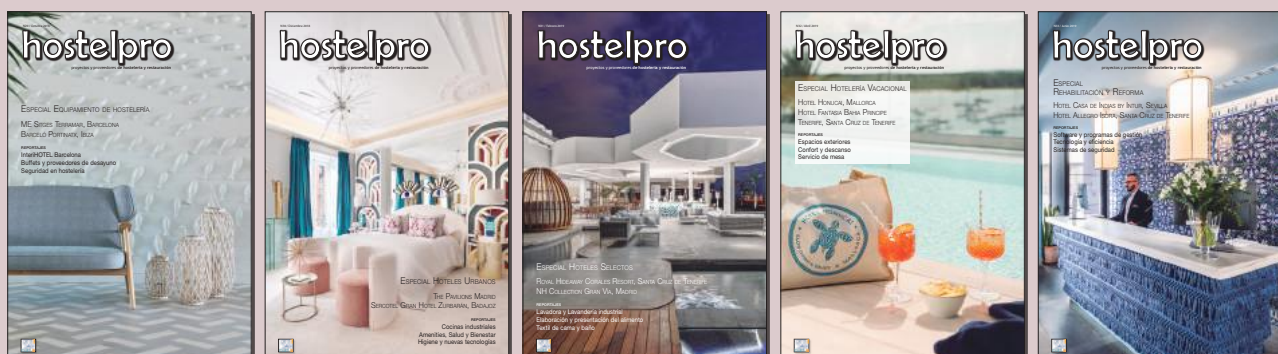
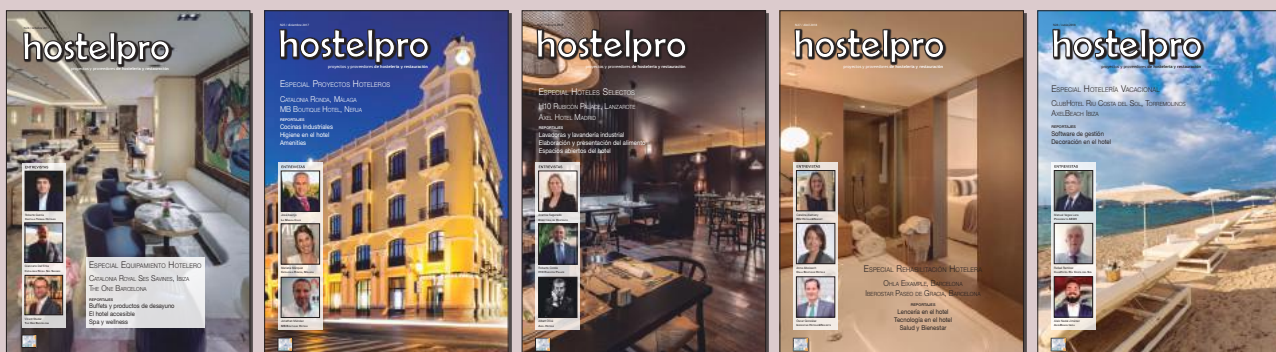
Eso sí, pedimos que sean capaces de desarrollar un proyecto de principio a fin; que lo hecho en papel, los renders, se trasladen fielmente a la realidad. Y que además tengan un portfolio que acredite dicho ‘expertise’. Aquí no es cuestión de gustos; la amalgama de propuestas y profesionales nos hace ser mejores cada año, se trata de trabajos bien ejecutados y realizados. Cada año recibimos un 40% nuevo de profesionales por lo menos”, detalla.

Dado el gran volumen de participantes que se reúnen cada año en el edificio escogido, en este caso para 64 espacios, se hace fundamental la organización entre todos para alcanzar el éxito a la hora de preparar las estancias a tiempo. “No se deja nada a la improvisación. Hay un calendario y una normativa de adecuación de espacios que el equipo de Casa Decor, con amplia experiencia, implementa y ayuda a que se lleve a cabo. Siempre decimos que nadie sale igual que entra de Casa Decor. Es una ‘master class’, es totalmente diferente al resto de proyectos que puedan haber realizado. Por los tiempos que manejamos y por ese más de medio centenar de proyectos en marcha a la vez. Es un gran proyecto colaborativo y no queda otra que ponernos todos de acuerdo para que funcione como un reloj. Es una gran labor de equipo”, apunta la Directora General.

Como novedad, esta 55ª edición se ha vertebrado bajo la campaña

Foto: Restaurante de Frigicoll, llevado a cabo por Tristán Domecq





V I S I T A :

WWW.REVISTAHOSTELPRO.COM

pro
tien
das
editorial

Editorial Protiendas, S.L.
Avd. Juan Carlos I - nº 13 - 6º A Edificio Torre Garena C.P. 28806
Alcalá de Henares - Madrid - T. 91 802 41 20
contacto@editorialprotiendas.es



Foto: Espacio Sensorial de Valentine, llevado a cabo por Culdesac Venture



Foto: Espacio Conceptual de Simon, llevado a cabo por elii [oficina de arquitectura]

#CasaDecorSostenible. “Todo se ha pensado y organizado bajo ese criterio. El objetivo es demostrar que en eventos efímeros, como es nuestro caso, también se puede ser sostenible: aprovechando los materiales utilizados al cierre, ya sea donándolos o reutilizándolos dándoles un nuevo uso. Además, buscamos que su colocación durante el montaje también sea sostenible. Incluso vamos más allá, pidiendo a los profesionales que pidan el material justo que necesitan para que no haya deshechos”, explica.

De hecho, “durante el proceso, la sostenibilidad se ha tenido en cuenta de manera constante en el tratamiento

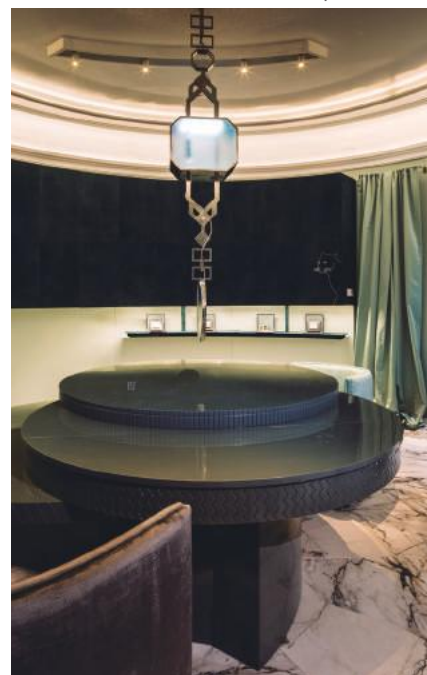
de los residuos que se generan durante el montaje, en los productos utilizados y ya desde el primer momento en la memoria del proyecto, como requisito indispensable, detallada información al respecto”, apunta Alicia García. Además, para informar y concienciar sobre ello, desde la organización añaden que “Casa Decor crea unas cartelas para cada espacio, donde va impresa la información relevante del mismo. Inspiración, empresas colaboradoras... este año hemos incluido un apartado en exclusiva donde deben desarrollar qué y dónde han sido sostenibles en su proyecto”.

Otra cuestión destacable de esta edición es el papel de la tecnología

y domótica. “Tenemos gran variedad de empresas del sector tecnológico y domótico participando. La adaptación e integración de todas esas ventajas, que en sí mismo son sostenibles ya que nos hacen ahorrar energía, por ejemplo, de una manera estética, en convivencia con un proyecto de interiorismo estéticamente bonito, y a la vez funcional, lo es todo. Todo se basa ahora mismo en hacer mejor la vida de las personas con la tecnología. Van de la mano”.

Foto: Ala de Belleza de Jung, llevado a cabo por Sara Folch

Foto: Lounge de Natuzzi, llevado a cabo por Raúl Martins







PROYECTO HOTELERO

Five Flowers Hotel & Spa Formentera, Formentera

ESPACIOS AL MÁS PURO ESTILO HIPPIE

Five Flowers Hotel & Spa Formentera, de la cadena Paya Hotels, se inaugura en la isla balear como el primer y único hotel de lujo 5 estrellas formenterano. Con un estilo hippie inspirado en los años 60 y 70, diseñado por El Corte Inglés, el hotel ofrece a sus huéspedes espacios elegantes y originales donde no contagiarse del espíritu 'flower power' se hace imposible. El clima divertido y vivo de sus colores llamativos hacen de éste un nuevo destino vacacional idílico para disfrutar de Formentera.

Foto: Five Flowers Hotel & Spa Formentera



Foto: Five Flowers Hotel & Spa Formentera

de sensaciones únicas del feliz universo 'flower power' que ha definido la banda sonora de la isla. De ahí que se diga que Five Flowers Hotel & Spa ha sido diseñado para soñar, vivir y sentir Formentera.

La decoración, elegante y original se inspira en la estética y el estilo de vida de los años 60 y 70, creando espacios cálidos, confortables y contemporáneos, tamizados por la luz natural, que invitan al disfrute 'indoor/outdoor' durante la estancia. La decoración está muy marcada por los colores vivos: rosas, azules, amarillos, verdes, rojos, estampados de flores..., destacando sobre el blanco impoluto de revestimientos, pavimentos, textiles y gran parte del mobiliario.

Marcado por la elegancia y el diseño, el hotel presenta 79 habitaciones y suites con vistas al mar y seis categorías distintas: Boutique, Prémium, Family, Sky, Suite y Grand Suite. En ellas, el huésped cuenta a su disposición con una carta de almohadas y diferentes modelos de cama para dormir, una cama redonda de 2,2 metros o una de un tamaño 'king' o 'queen'. Además, todas las habitaciones están equipadas tecnológicamente y con iluminación domótica de escenas, están provistas de terraza y decoradas con muchos detalles.

El hotel, manteniendo su idea de confort absoluto para sus huéspedes, hace especial hincapié en su bienestar poniendo a su disposición dos espacios,

Abierto solo unos meses del año, de mayo a octubre, el Five Flowers Hotel & Spa Formentera es el primer hotel, hasta el momento, con categoría 5 estrellas en Formentera. De este modo, se presenta como un alojamiento único, donde el lujo y carácter de sus espacios lo convierten en el destino vacacional más especial en la isla balear.

Five Flowers Hotel & Spa, de la cadena hotelera Paya Hotels, se emplaza en un

edificio situado a 250 escasos metros del increíble mar turquesa que baña la isla formenterana. No solo la localización es lo destacable de él, sino que lo que más le caracteriza es el confort absoluto y el lujo relajado que ofrece a sus huéspedes.

Una de las cuestiones que más sorprenden a aquellos que han podido alojarse en sus habitaciones es su diseño, llevado a cabo por El Corte Inglés, que contagia el espíritu

Foto: Five Flowers Hotel & Spa Formentera

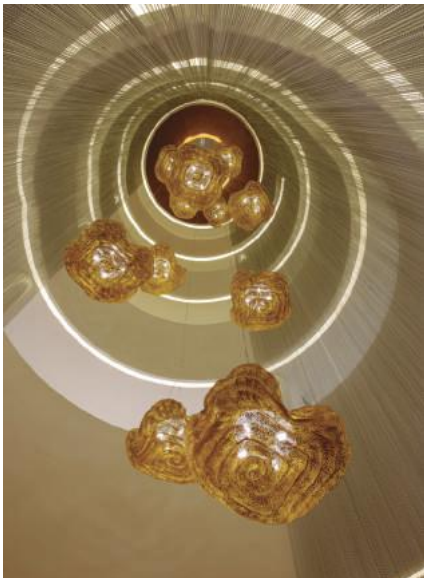


Foto: Five Flowers Hotel & Spa Formentera





Foto: Five Flowers Hotel & Spa Formentera



Foto: Five Flowers Hotel & Spa Formentera

Spa y el Fitness Club, para el culto a cuerpo y mente.

El Spa es una estancia dedicada a la relajación, donde se ofrece un circuito termal con jacuzzi, fuente hielo, tumbonas calefactadas, sauna y baño turco,

masajes en cabina individual o doble para ser disfrutados en pareja y tratamientos personalizados. En cuanto al diseño escogido para este espacio, encontramos que es fiel a la intención general del hotel, se crea un espacio de confort, que emite

sensaciones de relax y serenidad, con una marcada orientación a la naturaleza más pura y viva, con murales de estampados vegetales y un color neutro arena, para los mosaicos de las paredes y para los pavimentos.

ESPECIALISTAS EN COCINAS PROFESIONALES

✂ Asesoramiento integral para tu espacio de cocina





Foto: Five Flowers Hotel & Spa Formentera

Por su parte, el Fitness Club es una sala de musculación con equipos de entrenamiento muscular, cardiovascular, running y pesas a la disposición de los clientes, con la posibilidad de contratar un entrenador personal.

Five Flowers Hotel & Spa dispone, además, de dos salas de reuniones y conferencias y ofrece a sus huéspedes Valet Parking y el servicio de Guest Experience para asesorar y reservar todo tipo de actividades y servicios de la isla para disfrutar de ella.

En las zonas exteriores se encuentra la piscina y el Pool Bar, este último un espacio para degustar la gastronomía con desayunos al aire libre con el cálido clima isleño, o en el interior con vistas a la

piscina gracias a los grandes ventanales de cristal.

En esta sala interior, encontramos un gran buffet de productos de desayuno, del que se puede disfrutar en un entorno que también sigue la sintonía hippie de todo el hotel, con colores llamativos en detalles como las sillas con estampado de flores. Un detalle destacable son los versos traducidos de la canción Imagine, de John Lennon, grabados en una de las columnas principales de la sala. "Imaginad que no hay paraíso, es fácil si lo intentáis, ni infierno en nuestros pies, en lo alto solo el firmamento, imaginad a todo el mundo viviendo el hoy...".

También en el exterior, pero en la última planta del hotel, nos encontramos la terraza

"Marcado por la elegancia y el diseño, el hotel presenta 79 habitaciones y suites con vistas al mar y seis categorías distintas..."

superior a la que se puede acceder por un ascensor panorámico. Este espacio al aire libre, también se encuentra inspirado en el estilo de vida hippie & chic de la isla balear, colores llamativos en armonía con el blanco isleño y el azul de su piscina 'infinity'. Una terraza con sus vistas 360° de Formentera y la isla de Ibiza, donde se puede disfrutar de ellas desde el jacuzzi con pared de cristal tomando un cóctel de autor.

El rooftop presenta tres ambientes para disfrutar de tres experiencias distintas, individualmente o combinadas entre sí.

The Sky Cocktail Club donde poder disfrutar de la alta mixología en el lounge, cócteles de autor de influencia japonesa como el No Martini, realizado con vodka de trufa, umeshu, manzana y eneldo, o Yuuhi, una combinación de ginebra de azafrán, zumo de yuzu, perlas de granada y rosolio peperoncino.

En el segundo de ellos, el azul del cielo y del mar turquesa de Formentera se funden en la piscina con vistas al infinito para disfrutar con unas vistas privilegiadas de la hechizante puesta de sol de la isla balear. Un baño al atardecer con "Formentera Lady" como banda sonora es una de las

Foto: Five Flowers Hotel & Spa Formentera



Foto: Five Flowers Hotel & Spa Formentera



emociones con sabor a verano que ofrece Five Flowers Hotel & Spa Formentera.

En tercer lugar, una de las ofertas gastronómicas del hotel, Kokoy by Hideki Matsuhisa, reconocido chef japonés, galardonado con una estrella Michelin por su restaurante Koy Shunka Barcelona.

Abierto cada noche, Kokoy deleita a los amantes de la isla con una cocina distinguida por los sabores y las texturas del mar y el campo de la isla balear más pura "un nuevo sabor de Formentera". Aquellos que quieran disfrutar de la gastronomía japonesa podrán hacerlo en un ambiente cálido y minimalista, de creaciones singulares y la mejor materia prima tratada a la perfección.

Hideki Matsuhisa, considerado el mejor chef japonés de España e incluso de Europa, sublima los sabores puros formenteranos en platos como la vieira asada en su concha, bogavante con espárrago blanco, sopa japonesa Dashi, Ika Mentaiko (calamar picante con huevas



Foto: Five Flowers Hotel & Spa Formentera

de abadejo), caviar Imperial con atún Toro y ostras Gillardeau o anguilas y anchoas caseras con tofu y tomate, junto con una exquisita selección de sashimi y makis. La propuesta gastronómica se

completa con tres menús degustación, todo acompañado por una bodega y una carta de sake diseñada por el propio Hideki Matsuhisa en exclusiva para este restaurante.

  THERMIABARCELONA.COM



- CONTROL SOLAR EN FACHADA
- DISEÑOS 100% A MEDIDA
- EXTERIOR / INTERIOR
- SISTEMA MÓVIL

THERMIA PM40 DECOR®

Nueva solución en aluminio para la **decoración arquitectónica y control solar** con todas las ventajas de un sistema móvil.

Ventanas para vivir mejor

THERMIA®
BARCELONA

Miguel Escolano y Samuel Fernández Larcher Interioristas de El Corte Inglés



Miguel Escolano y Samuel Fernández Larcher, Interioristas de El Corte Inglés

Five Flower Hotel & Spa se sitúa a escasos metros de las aguas idílicas de Formentera, ¿se ha tenido en cuenta su emplazamiento a la hora de idear el diseño e interiorismo del primer 5 estrellas de la isla?

Por supuesto que sí, la gama cromática del hotel refleja el espíritu de la isla. El blanco como color predominante evoca el mediterráneo.

El hotel sigue una decoración que emula la cultura hippie, "flower power", ¿con que intención escogieron orientar la decoración del hotel en este sentido?

La cultura hippie tuvo una gran repercusión en las Pitiusas en los años 60-70, hemos intentado plasmar su esencia en el hotel, haciendo una reinterpretación de esa época.

79 habitaciones y suites son los alojamientos que conforman el hotel. ¿Se sigue la misma estética para ellas? O por el contrario, ¿es diferente para cada una? ¿Por qué?

Las habitaciones y suites tienen el mismo carácter a nivel de diseño. Siguen la misma tendencia, colores,

formas y unas calidades similares. Evidentemente sufren diferencias por espacio y estructura, pero la esencia y el carácter siguen implícitas en todas ellas, unificando el mismo criterio estético en todo el hotel.

También en cuanto a las habitaciones, ¿cuál es el diseño con el que han quedado más satisfechos?

Los detalles de diseño, a veces atrevidos, se encuentran en todas ellas. Destacaríamos el elemento "Flower" en todas ellas.

Aunque en cuanto al color de las habitaciones, llaman la atención los rosas, azules, amarillos todo ellos muy vivos, el color predominante es el blanco, ¿qué se ha buscado con su hegemonía?

El criterio cromático seguido en todo el hotel manifiesta el dominio del blanco complementado con amarillos y fucsias. El blanco como expresión de la pureza del mediterráneo y la arquitectura autóctona, el amarillo como referencia al sol que se disfruta en la isla. El fucsia recuerda el color del amor, siempre presente en la cultura hippie.

Aparte de las habitaciones, también son destacables los baños por su estilo más 'Street Urban', ¿por qué esta ruptura o cambio con el diseño del resto del hotel?

No consideramos que exista una ruptura con el diseño del resto del hotel, es una manifestación diferente dentro de la misma línea hippie.

Entrando a analizar los diferentes elementos que se han empleado en el proyecto de decoración, ¿qué tipo de mobiliario ha sido el escogido para este alojamiento? ¿Cuáles son los tonos y

Foto: Five Flowers Hotel & Spa Formentera



materiales empleados? ¿Qué tejidos los acompañan?

Gran parte del mobiliario ha sido diseñado en exclusiva para el hotel. Elementos orgánicos de superficies lisas y un blanco impoluto, contrastan con elementos de color, enriquecidos con las texturas de los tejidos que han sido escogidos según su ubicación y diferente tipología de uso. El mobiliario de serie es de reconocidos diseñadores de vanguardia. Los colores elegidos mantienen la misma gama cromática que el resto del hotel.

En el espacio de spa nos encontramos que las sensaciones que transmite son de serenidad, equilibrio y muy natural, ¿qué elementos son los que considera que han ayudado a conseguirlo?

El spa refleja el espíritu tranquilo de la isla. Se ha utilizado elementos de la naturaleza para favorecer y conseguir un espacio lleno de equilibrio y armonía.

En la estancia para el buffet, encontramos un blanco impoluto en techos, suelos, paredes, incluso en las estructuras expositoras, rompiendo con fucsia en algunos detalles, ¿por qué este color para la ruptura?

Foto: Five Flowers Hotel & Spa Formentera



Foto: Five Flowers Hotel & Spa Formentera

El restaurante sigue el criterio cromático del hotel. El blanco predominante transmite sensación de limpieza y pulcritud, contrastando con un fucsia que te envuelve en las zonas de asiento, inspirado en el amor, muy presente en la filosofía hippie.

Por último, también merecen ser analizadas las zonas exteriores del hotel, como la piscina o el skybar ¿qué trabajos de diseño destacarías en ellos?

Se ha tenido que adaptar el diseño exterior a las normativas vigentes,

que siempre condicionan el resultado final. Aun así, en la zona de piscina se ha conseguido crear un espacio distendido con camas de día, tumbonas y bar.

El Sky Bar es un espacio privilegiado. Ofrece una vista panorámica de Formentera y de la isla de Ibiza. Desde él se puede disfrutar de la puesta de sol con "Es Vedrà" al fondo. Una oferta gastronómica japonesa de alta calidad y un espacio donde poder tomarse una copa relajadamente, hacen de este espacio un lugar inigualable.

Foto: Five Flowers Hotel & Spa Formentera





Foto: Vondom

Espacios abiertos

Creciendo en importancia

Las zonas exteriores de hoteles y restaurantes (terrazas, jardines, patios...) son imprescindibles en nuestro país. Contamos con la suerte de que el tiempo nos acompaña para pasar tiempo en los espacios al aire libre todo el año, pero bien es cierto que desde hace un tiempo a esta parte, a este tipo de espacios no se les prestaba la atención debida y tampoco se explotaban al máximo. Los hosteleros se encontraban muy concienciados de la importancia de la imagen que mostraban de su negocio con el interior, pero no tanto con el exterior. Actualmente esto está cambiando y, cada vez más, se cuida la imagen exterior con novedosos elementos de mobiliario, sistemas de confort, de protección solar, etc.

España es un país mediterráneo con cálidas temperaturas durante gran parte del año. Primaveras y otoños en los cuales a pesar de las lluvias que caen de vez en cuando, también brilla y calienta el sol; además, entre ambas estaciones se encuentra un verano con temperaturas que se elevan hasta dígitos que solo de pensarlos son sofocantes, más de 40°C. La excelente temperatura, junto a otras muchas cuestiones que hacen atractivo este país, provoca que tanto los residentes como los turistas sientan la profunda necesidad de disfrutar de sus calles, su brisa y sus gentes.

Bajo esta premisa es fácil comprender la casi obligación que tienen los

hosteleros del canal Horeca de ofrecer espectaculares espacios abiertos, ya sean terrazas, jardines y/o piscinas, donde sus clientes puedan disfrutar de sus productos al aire libre.

En este sentido, Vicente Pons, Director Comercial de Point, define a estas zonas exteriores como “sin duda, una de las fortalezas de los hoteles y restaurantes. Son los espacios de esparcimiento, de relax y de contacto con la naturaleza y el exterior. Son espacios donde relajarse, disfrutar del aire libre y respirar. También espacios de ocio y para tomar una copa, zonas para descansar y relajarse en vacaciones o tener una conversación al aire libre. Además, hoy en día y desde la aprobación de la ley del tabaco, estos espacios son aún más importantes. Los restaurantes y hoteles precisan más que nunca de zonas para fumadores con un equipamiento cómodo. Incluso en los hoteles situados en edificios o rascacielos, están recuperando las terrazas para disfrutar del skyline de las ciudades”.

Asimismo, Oier Irigaray, Marketing Communication Director de Enea, comenta que las zonas de exterior son espacios para la sociabilización, descanso y ocio, logrando tener una atmósfera más relajada e interactiva que las zonas interiores. Las actividades que se realizan en ellas son similares a las de las zonas interiores, donde se consigue compartir una buena comida, reunión, conversación e incluso momentos más íntimos e inspiracionales.

Foto: Ind.i.a. España



Foto: Grosfillex

“Las zonas exteriores en cualquier establecimiento, ya sea hotelero o de restauración, se han convertido en un espacio imprescindible. Además de proporcionar una zona de confort idónea para el usuario, el bienestar del mismo ayuda a que éste aumente el consumo en el establecimiento. Siendo beneficioso para ambas partes”, completa Miriam Vilchez, del Departamento de Marketing de Balliu Export.

De este modo, según señala Rafael Jiménez, de la Dirección Comercial de Jirafa Sistemas, “cada vez es más importante rentabilizar los espacios y esto incluye también a los espacios exteriores”. De hecho, hay que entender estos espacios -sobre todo las terrazas- como “el primer punto de contacto con la

estructura del edificio y crean importantes expectativas en el cliente. Por esta razón, deben ser atendidos y diseñados con un criterio estético-funcional, de modo que puedan garantizar un impacto positivo y predisponer a las personas a un ambiente cómodo y confortable, aumentando así el valor de estas estructuras arquitectónicas”, según indica Paola Cittadin, Gerente de Marketing y Comunicación de Ind.i.a. España. Es más, “el exterior es el escaparate comercial de un establecimientos hotelero, es la primera seducción visual que nos invita a reconocer un espacio por su estilo, diseño y clase”, añade Ricard Vicens Casas, Project Manager de Calma.

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

Además, aunque es cierto que este tipo de espacios son mucho más apetecibles por el público en épocas de calor y buen tiempo, esto está



Foto: Andreu World

cambiando gracias a los esfuerzos en aportar al mercado productos y sistemas que hacen los espacios abiertos más cálidos y confortables. Mònica Batalla Olivé, Responsable de Marketing y Comunicación de Inbeca Wellness Equipment, apunta que “el espacio exterior es el rey cuando llega el buen tiempo y ayudamos a nuestros clientes a revalorizar este espacio también en invierno. Una sauna, un baño de vapor, un spa de agua caliente o una tumbona calefactada, son un buen motivo de encuentro y de fiesta con familia y amigos cuando el frío del ambiente pide acercarse al calor”.

Se puede concluir que los espacios abiertos son “fundamentales, cualquier patio, jardín o espacio al aire libre dentro de un edificio es como un ‘oasis’ para el cliente”, como bien indica Laura Carrillo, Interiorista y Directora del Departamento de Proyectos Internacionales de Carrillo Proyectos. Y, debido a su papel fundamental, “deben ser zonas muy cuidadas, pues deben invitar al cliente a querer estar al aire libre y sentirse tan confortable como en el interior”, añade Juan Antonio Gómez, Gerente de Muebles Bejarano.

Diseño y estilo

Los huéspedes deben sentir que su hotel es lujoso y su paisajismo está bien diseñado tan pronto como pisan la propiedad. Una experiencia positiva de llegada establecerá buenas expectativas para el resto de su estancia. Marcará la diferencia y atraerá clientes potenciales para obtener buenas críticas y construir

una excelente reputación. En efecto, los espacios exteriores deben crear una experiencia única para los huéspedes. Las mejoras en el diseño paisajístico de las zonas exteriores crean un elevado valor añadido a la propiedad y brinda a los huéspedes una sensación de desplazamiento personal y exclusivo, alejado de las rutinas diarias. También contribuyen a satisfacer los deseos de los viajeros de habitar espacios abiertos agradables y atractivos en lugar de sus habitaciones o el bar del hotel. Si los huéspedes sienten que están en un lugar especial y único, se quedarán más tiempo y, por lo tanto, gastarán más, detallan Enrique Zabala y Ricardo Molina Pérez, del Departamento de Diseño y del Departamento Comercial de Amusement Logic, respectivamente.

Para conseguir ese éxito al que alentaban desde Amusement, se hace

imprescindible focalizar los esfuerzos en diseñar y equipar estos espacios con el mismo gusto impecable y exquisito con el que se escoge el diseño y estilo de las zonas interiores. De hecho, “los elementos decorativos en el interior han marcado un camino para tratar estos espacios exteriores con la misma sensibilidad a fin de dar un plus de diseño y aportar valor diferenciador en estos entornos”, matiza Alex Puig Rodríguez, Area Manager Ventas España de Novoluxlighting. “Los elementos pueden ser los mismos que en zonas interiores, pero con materiales o tratamientos para que aguanten en el exterior. Por ejemplo, el mobiliario de hoy debe ser polivalente, dotar de conectabilidad, multiuso, apilable y configurable. De esta manera, se aprovechan bien los espacios y los usos”, indica Oier Irigaray.

De este modo entendemos que es esencial la correcta elección del diseño y distribución de los espacios. “El cliente busca espacios que completen su experiencia de alojamiento en algo único e inolvidable”, comenta Francesc Hernández, Director General Filial España, Portugal, Caribe, América del Sur y Central de Grosfillex.

Son espacios de relaciones informales, donde su decoración es capaz de generar rincones más íntimos. Frente al ruido de los espacios interiores, normalmente abarrotados, las zonas exteriores sirven como una vía de escape que, si la decoración lo consigue, puede transportarte a un lugar totalmente



Foto: Balliu Export

distinto al que estabas” argumentan desde el Departamento de Diseño de Musola.

Para María Gadea, CEO de Mavilop, “en el interiorismo y decoración de espacios al aire libre tiene gran importancia el mobiliario que incluyamos en el entorno, ya que debe aportar confort pero ser a la vez funcional. La terraza o porche de los resorts y hoteles son un elemento fundamental de la imagen de marca de un espacio. Las terrazas son lugares donde relajarse sin preocupaciones y disfrutar del aire libre con total tranquilidad. Las sillas, mesas y sillones son elementos imprescindibles en cualquier terraza, pero al mismo tiempo, son una pieza de diseño clave, que nos ayuda a dar el toque definitivo a la atmósfera que queremos crear”. De igual modo opina el Director Comercial de Point, quien señala que principalmente hacen falta zonas donde poder sentarse: sillones bajos, asientos cómodos y mobiliario de cafetería.

Asimismo, “en las zonas de piscina elementos como las tumbonas o los ‘daybed’ complementados con una buena opción de sombra que se adapte a las necesidades del espacio. Éstos son los productos básicos para que un hotelero pueda componer su terraza. Si bien en los últimos tiempos se ha incrementado la demanda de accesorios como los separadores de ambiente para delimitar y proteger las terrazas”, añade María Tourón-Figueroa Porto. En este sentido, también se debe prestar atención, a las saunas y baños de vapor, piscinas



Foto: Mavilop

y spas a medida, que al poder hacerse siguiendo las necesidades y el gusto del cliente, encajan perfectamente en el ambiente. También se pueden combinar entre ellos creando espacios wellness que se disfruten todo el año. Conjuntos de sauna-ducha-baño de vapor, baño de vapor y spa, acompañados de tumbonas calefactadas..., apunta la Responsable de Marketing y Comunicación de Inbeca Wellness Equipment.

Por su parte, Zoila García de la Puerta Cruz, Sales Manager de Luminarte, además de en el mobiliario, pone atención en el “atrezzo y lámparas”.

Y es necesario contar con “un elemento que nos proteja del sol y la lluvia (toldo, parasol, pérgola...), con iluminación y/o calefacción integrada, y un cerramiento perimetral (cortinas, cerramiento de cristal, etc.)”, añade Josep Ibars,

Responsable de la División Outdoor Solutions de IASO.

Por otro lado, la Gerente de Marketing y Comunicación de Ind.i.a. España, apunta que tanto para las terrazas como el resto de áreas necesitan barandillas y pasamanos adecuados, para conseguir que estos espacios sean seguros, sin comprometer el valor estético de los mismos y de los ambientes que lo rodean. También, “para poder utilizarlos todo el año es imprescindible climatizarlos, tanto en verano como en invierno”, recuerda Rafael Jiménez.

Desde Novoluxlighting consideran que “son tres los puntos fundamentales para tener éxito: un buen diseño en el paisajismo acompañado de una buena iluminación y un mobiliario de exterior de diseño y calidad”. La misma opinión comparten desde el Departamento de Diseño de Musola, “los espacios verdes donde la naturaleza tiene mucha fuerza son imprescindibles en la decoración de una zona exterior. Además, una buena iluminación y piezas como sofás, tumbonas o butacas favorecerán a esa relación más informal y distendida”.

En concreto, sobre el primero de estos tres focos, el paisajismo, Enrique Zabala y Ricardo Molina Pérez explican que “para los viajeros, una de las experiencias más memorables durante su estancia en un hotel es el paisajismo y la jardinería a su alrededor. A los seres humanos nos resulta atractivo disfrutar de la vegetación a nuestro alrededor, frente a nuestras ventanas o en el entorno de actividades de ocio”.

Foto: Musola





Foto: Calma

Por ello, según añaden, “las cadenas hoteleras deben entender lo importante que es esto para la fidelización de sus huéspedes. El diseño creativo del paisaje de las zonas exteriores de un resort permite al cliente vivir una experiencia sensorial memorable y placentera. El diseño del paisaje anima a las familias a extender o repetir su estancia e invitar a sus familiares y amigos a visitar el hotel”.

Tras esta breve introducción, en la que se identifican aquellos elementos más destacados en el diseño y equipamiento de un espacio exterior, es necesario señalar que todos los elementos en su conjunto son complementarios e imprescindibles. “Sin tener en cuenta todos ellos, cada uno individualmente queda desmerecido y desvalorizado”, explica Jordi Vila, CEO Vila Import.

¿Cómo equipar el exterior?

Es muy común cuestionarse qué tipo de elementos y productos son los más convenientes de instalar en nuestro hotel o restaurante. Y, además, saber en qué cuestiones hay que prestar mayor atención para no errar en la elección. Ante estas dudas, desde Ind.i.a. España señalan que “para diseñar un jardín o terraza hermoso y funcional, hay muchos factores a respetar, entre los cuales se encuentran: tener una visión clara de los objetivos a alcanzar, el proyecto debe tener una armonía en línea con la arquitectura de la estructura, debe respetarse el contexto ambiental para poder insertar elementos que sean homogéneos con el ambiente, debemos seleccionar los materiales de acuerdo con el clima

ambiental y estacional y elegir el modelo que más se adapte al uso que se le va a dar”, teniendo en cuenta además, “el uso que va a recibir, el número de personas que se aloja...”, añade María Izurdiaga, del Departamento de Comunicación de iSiMAR; ya que “no es lo mismo un hotel familiar que para parejas, un restaurante de eventos o un espacio reservado, etc.”, ejemplifica Laura Carrillo.

Por lo tanto, para saber qué modelo es el que más se adapta al uso que le vamos a dar, la Sales Manager de Luminarte recomienda analizar “la finalidad que se le quiera dar a ese espacio pensando siempre en el tipo de cliente al que va dirigido”.

Después atenderemos al diseño, el confort y a buscar un producto adecuado a las necesidades de cada proyecto. Además, se comprarán materiales capaces de mantenerse con altas prestaciones en el exterior. Materiales duros que puedan resistir las inclemencias del tiempo, muchas horas de sol o altas temperaturas. Muebles que sean cómodos, de buenos materiales, buenos tejidos y diseñados para poder permanecer largas horas. “Es decir: diseño, solidez, durabilidad y larga vida”, concreta Vicente Pons.

También es importante que elijamos equipos funcionales desarrollados específicamente para su uso en exteriores, apuntan desde la Dirección Comercial de Jirafa Sistemas. El hecho de que sean artículos diseñados específicamente para exterior significa, generalmente, que son sistemas que soportan “cambios de temperatura, salitre, rayos UVA, factores

muy agresivos que afectan directamente a la apariencia y a la calidad del producto, para evitar que éste se deteriore con facilidad, se debe prestar especial atención al tipo de material utilizado, así como las garantías que éste ofrece”, opina Miriam Vilchez.

Además, según apunta la Directora de Marketing de Ezpeleta “en los últimos tiempos y gracias a la conciencia medioambiental generalizada hay que valorar soluciones más sostenibles”, como por ejemplo, “su parasol descontaminante que incorpora una disruptiva nanotecnología que produce el mismo efecto descontaminante que dos árboles y además es 100% reciclable”.

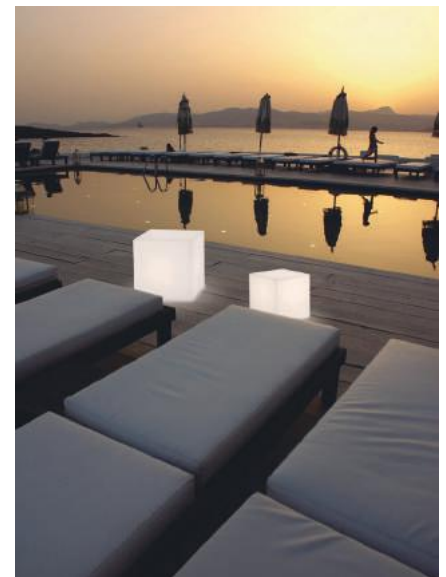
En cuanto al estilo, una buena opción para no romper con el entorno o paisaje es escoger un diseño de líneas sencillas y de aspecto minimalista, indica la CEO de Mavilop.

Los imprescindibles

Gracias a las indicaciones anteriores, seríamos capaces discernir qué cualidades buscamos en un modelo, ahora llega el momento de profundizar en los tipos de productos que encontramos en el mercado e identificamos como aquellos fundamentales con los que tenemos que contar para nuestro espacio abierto.

Mobiliario. “Hoy en día hay múltiples opciones en cuanto a mobiliario exterior

Foto: Novolux



se refiere. Mesas y sillas de exterior para zonas de restauración que se complementan con mesas altas y taburetes; sofás para espacios chill-out, tumbonas para zonas de piscinas y playa e incluso camas balinesas, la última tendencia por la que cada vez apuestan más los profesionales”, explican desde el Departamento de Marketing de Balliu Export.

María Gadea comenta que dentro de esta variedad, “actualmente están muy de moda los sistemas modulares compuestos por mesa de centro, pufs y sillones, ya que permiten una gran libertad e infinidad de combinaciones para adaptarlo a las necesidades del espacio. Además, son cómodos y muy versátiles por lo que se están convirtiendo en una de las soluciones más buscadas en terrazas de diseño”.

También dentro del mobiliario wellness encontramos muy de moda “las tumbonas de infrarrojos o las calefactadas, un tipo de mobiliario que tiene como valor añadido sus beneficios para la salud y el bienestar”, como da a conocer la Responsable de Marketing y Comunicación de Inbeca Wellness Equipment.

Según concreta el Director General Filial España, Portugal, Caribe, América del Sur y Central de Grosfillex, lo estándar es encontrarse con espacios equipados con sillas, sillones y mesas; si la zona tiene un aire más informal serán sillas altas o taburetes con mesas altas, y en

Foto: Carrillo



Foto: Luminarte

los espacios de relax, nos encontraremos con butacas, sillas bajas, semitumbonas y sofás.

En cuanto a los materiales más empleados para este tipo de elementos encontramos que, a grandes rasgos podemos adquirir en función del entorno, según indica Jesús Alberca, Director Comercial de Pool Natural Madrid, “desde materiales naturales como madera, ratán, bambú, etc., hasta todo tipo de elementos de diseño realizados con materiales plásticos o sintéticos.

Los más tradicionales son, según indican desde Luminarte, la madera, el hierro y la forja han demostrado ser los más resistentes, además son muy versátiles admitiendo diseños tanto clásicos como modernos. “El hierro y la madera son complementos que combinados aportan también un avance en el diseño en un entorno exterior”, comenta el Area Manager Ventas España de Novoluxlighting.

En concreto pone el foco en que “las maderas son cálidas, de tacto suave y con posibilidad de crear todo tipo de diseños para todo tipo de mobiliario. Sin embargo, el principal inconveniente es que hay que ser muy riguroso en su mantenimiento, incluso cuando se trata de maderas tratadas y tropicales. El hierro es posiblemente el que mayor durabilidad tiene, pero en general, los diseños que se fabrican son poco ergonómicos, pesan mucho, etc. Los plásticos son resistentes pero los diseños muy limitados. El ratán y otros productos de la gama, son versátiles posibilitando un diseño moderno, y de

estilo relajado y chill-out, pero resisten regular las inclemencias del tiempo, tienen muy poca vida útil”.

Otros expertos, como Oier Irigaray, apuestan por materiales como el aluminio o acero tratado y a su vez, materiales de waterproff y durables a climatologías de exterior.

Respecto al aluminio, el Director Comercial de Point añade que “están los aluminios que son inoxidables y capaces de ser lacados en muchos colores”. Miriam Vilchez explica que el aluminio da muy buenos resultados en los espacios abiertos, “es un componente muy resistente, libre de corrosión que permite elaborar diseños más livianos y a la vez totalmente aptos para el exterior”.

Por su parte, en cuanto al acero, desde iSiMAR señalan que los materiales utilizados por ellos “son la varilla en acero galvanizado y el aluminio. Duraderos, aptos para el uso intensivo y resistentes a las inclemencias del tiempo. Por ello, son perfectos para uso exterior y también interior. Asimismo, nuestros materiales son nobles, 100% reciclados y reciclables y responsables con el medio”.

Desde el Departamento de Diseño de Musola, también tienden al uso del aluminio y acero inoxidable para las estructuras, pero en cuanto a las “tapas de mesas, nuestra apuesta es por el porcelánico técnico que garantiza una gran durabilidad. Además, tenemos más de 40 referencias que imitan óxidos, mármoles, piedras, cementos... entre muchos otros”.



Foto: Balliu Export

En cambio, la CEO de Mavilop recomienda que “especialmente en verano, para poder disfrutar de esos espacios exteriores sin pasar excesivo calor, los muebles trenzados con fibras naturales son una buena opción. Combinar este tipo de muebles en terrazas al sol puede ser una buena elección ya que elimina totalmente la sensación de sudor o de calor que dejan otros materiales plásticos que no son transpirables. Estos materiales naturales son también muy resistentes a las inclemencias meteorológicas y contribuirán, en gran medida, al confort y bienestar de sus clientes”.

En su lugar también encontramos las fibras sintéticas, el Director Comercial de Point explica que éstas “imitan a la natural. Un material resistente y flexible que se teje manualmente, aporta confort

y se ajusta a los requisitos técnicos de los espacios de exterior, al ser ignífugo, no retener la electricidad estática y por tanto, no atraer el polvo y con memoria, es decir, ante fenómenos de dilatación y contracción, siempre vuelve a su estado original”.

Por su parte desde Ezpeleta indican que “en los últimos años hemos centrado nuestros esfuerzos en la utilización del polipropileno debido a las cualidades que nos aporta. Es ligero, confortable, duradero, resistente y reciclable; todo ello nos anima a seguir apostando por nuevas colecciones basadas en este material. Además, estos materiales garantizan una mayor vida útil de nuestros muebles lo cual contribuye a un compromiso por un consumo más responsable. También son 100% reciclables y pueden volver con facilidad al proceso productivo”.

De igual elección son desde Balliu Export, en la compañía “confiamos en materiales como el polipropileno que otorga al producto la robustez y solidez necesaria para aguantar cualquier tipo de adversidad climatológica, además se trata de un material muy estable por lo que no requiere mantenimiento, ahorrando mucho tiempo y dinero al profesional”. “Los materiales plásticos aportan resistencia y diseño, permitiendo fabricar formas muy innovadoras, incluso se trabaja para que estos productos de polietileno incorporen luz”, comenta Alex Puig Rodríguez.

Por último, el Area Manager Ventas España de Novoluxlighting comenta que “los productos textiles técnicos han sido un gran avance para el diseño de espacios exteriores (cojines y material textil técnico para ir al aire libre)”.

El Project Manager de Calma comenta que el diseño es el elemento diferenciador en un mueble, no es un valor añadido, es un valor indispensable”. Y en cuanto a diseño y estilo, ahora mismo se da “el mestizaje de materiales y el diseño de muebles que sirven tanto para indoor como outdoor. En el uso de materiales, la tendencia es mezclar el aluminio, los tejidos sintéticos, la madera y la tela en un mismo producto. Trabajamos para poder crear productos cálidos capaces de tener cabida tanto en interior como en exterior. Muebles versátiles que encajan y decoran cualquier espacio, gracias al uso de materiales de alta calidad y el diseño decorativo atemporal”, informan desde Point.

Foto: Vondom



Foto: Ezpeleta



En el mundo del diseño en general, “nos encontramos en un momento donde todo vale, la combinación de texturas y acabados, así como mezclas de materiales. No obstante, en el sector de mobiliario exterior esta tendencia evoluciona más lentamente, ya las condiciones climatológicas juegan un papel muy importante, condicionando el tipo de materiales y acabados. En este sentido, el profesional sigue apostando por diseños funcionales que ofrezcan garantías de resistencia y durabilidad. La personalización, tanto de colores como tejidos sigue siendo una exigencia, cada vez es más importante ofrecer un abanico amplio de posibilidades que permitan al profesional personalizar el producto y que éste se adapte al conjunto del diseño”, comentan desde el Departamento de Marketing de Balliu Export.

Por último, “a destacar la introducción de nuevas gamas de colores más actuales como el lino, taupe, gris o nuevas versiones de azules, rojos y verdes en muy diversos pantones. En 2020 crece la



Foto: MCONFORT

demanda de colores jaspeados”, indican desde Grosfillex.

Iluminación. El CEO de Vila Import resalta que “la iluminación en espacios exteriores, desde mi punto de vista, es básico. Puede cambiar un espacio al cien

por cien. Hoy en día podemos encontrar todo tipo de elementos adaptados, tanto técnicos como decorativos”.

En este sentido, desde Novoluxlighting señalan que las luminarias decorativas en exterior han pasado a ser el detalle



Gama Invierno:
Calefactores infrarrojos
Calor inmediato y eficiente



Gama Verano
Enfriadores evaporativos
Aire fresco sano y limpio.

tu
terrazza
abierta todo
el año



La gama de productos MCONFORT
te permite aprovechar de tus espacios
exteriores durante todos los meses

Búscanos en

MCONFORT.COM



Foto: IASO

indispensable en muchos de estos proyectos, lámparas que parecen de interior y que permiten su instalación a la intemperie, o integradas en otros elementos, como por ejemplo, el mobiliario con iluminación integrada es una tendencia muy al alza.

En cuanto a las primeras, Alex Puig Rodríguez comenta que “a nivel decorativo las lámparas de pie y sobremesa exteriores son una tendencia en decoración. Pantallas textiles técnicas que permiten su instalación en exterior y que soportan bien la lluvia y el sol son un avance importante dentro de este sector. Luego a nivel funcional son muy demandados los empotrables de suelo y bañadores de pared. Los apliques de pared también son un elemento interesante para jugar con luz arquitectural en los espacios. Las balizas y bolardos

también son un recurso muy utilizado en estos proyectos”. Zoila García de la Puerta Cruz recalca que “en los últimos años se han puesto muy de moda las lámparas tipo baliza de pequeña altura, guirnaladas de luces, lámparas de techo”.

Por otro lado, en cuanto a las segundas, aquellas luminarias integradas en otros objetos, el Director Comercial de Pool Natural Madrid indica que “últimamente existe una demanda elevada de elementos funcionales de diseño vanguardista realizados en materiales plásticos traslúcidos -maceteros, mesas, sillones, esferas decorativas, etc.- que incorporan luz interior realzando el diseño del propio elemento. Ejemplo de ello es el mobiliario retroiluminado -ya comentado anteriormente- “no como parte de la iluminación principal pero muy importante para dar luminosidad a

los espacios”, apunta Laura Carrillo. Sin embargo existen muchas otras opciones en el retroiluminado, como la iluminación integrada “en los brazos o mástiles de los parasoles, en el techo o perímetro de las pérgolas o en los brazos de los toldos”, indica el Responsable de la División Outdoor Solutions de IASO.

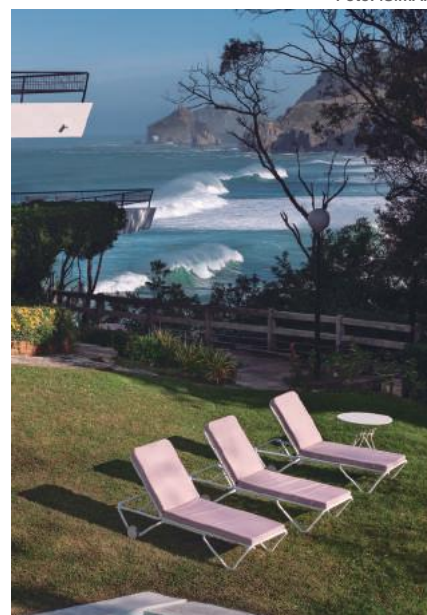
Otros ejemplos más de integración de la iluminación en elementos son: las saunas, baños de vapor, piscinas y spas que llevan incorporada iluminación led, que puede ser blanca en tono cálido o frío y RGB para cromoterapia. “Con ella no solo iluminan estos elementos, sino que aportan una gran belleza a todo el ambiente”, opina la Responsable de Marketing y Comunicación de Inbeca Wellness Equipment.

Tanto de unas como de otras, en el mercado existen innumerables productos y sistemas de iluminación que se actualizan a diario. Hemos de destacar el auge y la versatilidad de los sistemas de bajo voltaje led. Esta tecnología permite un equilibrio de puntos focales iluminados con fuentes de luz invisibles, ya que los dispositivos pueden colocarse de forma que se evite el contacto visual directo, a la vez que ofrecen una iluminación sutil y relajante sobre puntos focales específicos”, explican desde el Departamento de Diseño y del Departamento Comercial de Amusement Logic. Además, Jesús Alberca resalta que “si entendemos la innovación desde un punto de vista

Foto: Inbeca Wellness Equipment



Foto: iSiMAR



técnico, la tecnología led ha permitido la creación de elementos lumínicos con una libertad de diseño casi sin límites”, además de “ser más sostenible”, añaden desde Inbeca Wellness Equipment.

También, en general, se observa que “se apuesta mucho por la energía solar y las baterías recargables”, por su “nivel de coste y sostenibilidad” como señala la Interiorista y Directora del Departamento de Proyectos Internacionales de Carrillo Proyectos. La versatilidad que da una luminaria solar a nivel de instalación es muy destacable ya que se puede acceder a iluminar zonas donde es imposible tirar cable eléctrico. Estas luminarias se cargan con el sol durante el día y suelen tener una autonomía de 8 horas, explican desde Novoluxlighting.

“Todo lo que suponga la utilización de tecnologías que favorezcan el desarrollo sostenible y un ahorro energético es bueno para la sociedad. El reto es reducir el tamaño de los sistemas de captación y almacenamiento de la energía para conseguir un mayor tiempo de uso”, sentencia el Director Comercial de Pool Natural Madrid.

Control solar. En verano, es importante “proteger a los clientes de la incidencia directa de los rayos del sol. Pero, en



Foto: Ezpeleta

ocasiones, no es suficiente para garantizar el confort, de forma que deberemos complementar las zonas de sombra con equipos capaces de generar aire fresco al exterior”, comenta Rafael Jiménez, Dirección Comercial de Jirafa Sistemas.

Centrándonos en los elementos de control solar, desde el Departamento de Comunicación de iSiMAR señalan que “en el mercado podemos encontrar toldos, carpas, sombrillas, acristalamientos, etc.”. Se escogerán entre unos u otros en función de diversos condicionantes, como por ejemplo de la movilidad, en tal caso, la sombrilla consiste en una solución económica y de fácil retiro,

pero por contrario el toldo, requiere que esté anclado. Como decíamos, depende del uso y las circunstancias. “Si hablamos de un elemento estático que combine funcionalidad con estética, las pérgolas parecen la solución ideal”, opina. Jesús Alberca. Aunque, según indica “respecto a las sombrillas, su evolución en tamaño y estética ha sido exponencial en los últimos 10 años y suelen ser una magnífica solución para entornos y establecimientos que pueden presentar circunstancias y necesidades cambiantes”.

La Directora de Marketing de Ezpeleta hace alusión a los parasoles, sobre los que están innovando para ofrecer una gran variedad en diferentes formatos, acabados y materiales. Todos sus parasoles son confeccionados utilizando

Foto: Grosfillex



Foto: Mavilop





Foto: IASO

tejido técnico en más de diez colores, un tejido 100% polipropileno que se adaptan muy bien a las exigencias de las instalaciones hosteleras. Posee una elevada solidez de los colores a la radiación UV, certificación UPF80, es repelente al agua, resistente a las manchas y 100% reciclable.

El Responsable de la División Outdoor Solutions de IASO aclara las diferencias entre los tres elementos (toldos, parasoles y pérgolas):

- Los toldos son adecuados cuando salimos de una fachada y necesitamos un elemento que se pueda recoger y no se sustente con pilares. Pueden tener una línea de hasta 14 m y proyecciones de hasta 6 m, según el modelo. Éstos pueden ser manuales o motorizados, con todos los accesorios y automatismos:

anemómetro, luces integradas, sensores de movimiento... Su resistencia al viento puede ser de hasta 40 km/h.

- Los parasoles se usan cuando actúan como elementos exentos de fachada, son plegables y se pueden hacer de diferentes medidas (hasta 7x7 m como std. y bajo proyecto la medida que se quiera) y formas (redondos, cuadrados, rectangulares, trapezoidales...). Se pueden sustentar a través de fijación anclada al suelo o bases móviles con ruedas tipo jardinera. Su resistencia al viento es de hasta 80 km/h.

- Las pérgolas se necesitan cuando se requiere una resistencia elevada a las inclemencias del tiempo. Normalmente están dimensionadas para aguantar más de 100 km/h de viento. Éstas permiten diferentes tipos de instalación: adosadas

a pared, autoportantes, a pared sin pilares... Se usa, incluso, para llevar a cabo soluciones a medida, ya que es un producto personalizable que siempre se hace a medida. Es el elemento que permite un mejor acondicionamiento del interior, mediante cerramientos perimetrales e integración de luces y calefacción.

Aparte de los anteriores, Mònica Batalla Olivé pone el foco en una estructura de madera o madera tecnológica, que se puede alargar creando una cubierta a modo de porche para proteger de la incidencia directa del sol en verano. O, similares a éstos, los pabellones de exterior, a los que alude Laura Carrillo.

Desde Amusement Logic explican que dejando a un lado los elementos que ya hemos mencionado para ejercer un control sobre la incidencia del sol, también es importante en este sentido, prestar atención a la vegetación que forma parte de nuestro espacio abierto, “de acuerdo con nuestra experiencia, confiamos la protección solar de los usuarios de nuestras instalaciones a dos elementos: la vegetación por una parte y el diseño personalizado, creativo y único de sombrillas y elementos protectores por otro. Cuando diseñamos un espacio exterior, es habitual que indiquemos en el diseño hasta el más mínimo detalle, como por ejemplo, las especies de árboles recomendadas para ofrecer su sombra a los usuarios”.

Cerramientos. En invierno, debido a la bajada de las temperaturas y en

Foto: Ezpeleta



Foto: Amusement Logic





Foto: Enea

ocasiones de las lluvias, si queremos también rentabilizar nuestro espacio exterior se hace casi obligatoria la instalación de unos cerramientos. Este tipo de elementos también tienen usos especiales independientemente del tiempo que acompañe, como puede ser, crear una sala de fumadores o una piscina cubierta.

De uso similar al de los cerramientos, encontramos las carpas. Sin embargo, mientras que el cerramiento es una buena opción para el invierno, ya que posibilitan el calefactado. Las carpas por el contrario, no permiten la aclimatación de la zona. No obstante, éstas suponen una solución más económica y permiten montar-desmontar, según la necesidad, informan desde el Departamento de Comunicación de iSiMAR. También los diferencia que los cerramientos, al ser elementos permanentes y fijos, tienen mayores posibilidades de diseño que una carpa, cuyo carácter provisional suele condicionar algunos aspectos, añade el Director Comercial de Pool Natural Madrid.

“Uno de los aspectos a determinar a la hora de elegir uno u otro obviamente es el económico. Por otro lado hay que tener en cuenta que la carpa, más efímera, no computa a nivel licencia

Foto: Vondom



De profesional
a profesional
desde 1960.



Muebles



Revestimientos



Foto: Balliu Export

para un restaurante o un local, es un factor que puede determinar su elección. En cuanto al cerramiento, para mí es fundamental que no sea hermético sino que en un momento dado pueda abrirse e integrarse con el exterior”, explica la Interiorista y Directora del Departamento de Proyectos Internacionales de Carrillo Proyectos.

Centrándonos solo en los cerramientos, según señalan desde IASO, hay dos tipos. “Por un lado, existe una cortina enrollable guiada mediante cremallera en los laterales para evitar el paso del aire. Es el elemento que queda más recogido, ya que se enrolla en un cajón y queda totalmente oculto. Además, puede ser manual o motorizado. Y, por el otro lado, los cerramientos de cristal replegables o correderos que dan un confort y acabado superior. El inconveniente es que siempre tienen una parte fija que es donde se recogen”. Si nuestra intención es generar el menor impacto con el paisaje y tratar de buscar una continuidad, un buen ejemplo son los cerramientos sin perfiles, añaden desde Carrillo Proyectos.

En cuanto a los cerramientos acristalados, desde Soluglass añaden que “la ventaja mayor que ofrecen estos cerramientos es que se puede apreciar el entorno aun estando protegido de las intemperies. Cuando se elige un cerramiento hay que evaluar la practicidad y la funcionalidad, aparte del aspecto estético. Por ejemplo, que sea totalmente estanco, que se

pueda manejar con facilidad, que no requiera un alto mantenimiento, que permita diferentes funciones y que garantice un óptimo clima y un alto poder aislante, acústico y térmico”.

Para escoger entre unos u otros, desde el Departamento de Comunicación de iSiMAR apelan al análisis de el presupuesto disponible para su adquisición, el hermetismo que permita, sostenibilidad y materiales duraderos.

Climatización. Para conseguir un confort absoluto en nuestro espacio exterior se hace necesario, a veces, contar con sistemas de climatización instalados en elementos de control solar o cerramientos; ya sean de frío, para paliar las altas temperaturas exteriores, como de calor, por la bajada de las mismas.

En este sentido, cuando nos encontramos en espacios donde a pesar de la sombra generada, el calor impide sentirse bien, María Domingo, del Departamento de Administración de Termigo, señala que es necesario la instalación de “sistemas de pulverización de agua en el ambiente; con ellos solucionaremos el problema del calor y la humedad”. Estos sistemas, “generan aire fresco, con un coste económico muy bajo y se pueden emplear, tanto en terrazas cerradas, como en las que están abiertas”, explica Rafael Jiménez.

También, para este uso encontramos que “últimamente se están desarrollando

sistemas de ventilación que buscan el movimiento y la renovación del aire de una manera más natural y con un menor coste energético. Si bien no tienen la capacidad de enfriamiento del aire acondicionado, reducen sensiblemente la sensación térmica del ambiente cuando las necesidades no son elevadas”, añade el Director Comercial de Pool Natural Madrid.

Por el contrario, “en invierno se deben utilizar calefactores infrarrojos o bien paneles radiantes. Estos equipos proporcionan confort, no solo en terrazas cerradas, sino también a las que están abiertas al exterior”, comenta la Dirección Comercial de Jirafa Sistemas. En este sentido, tenemos la posibilidad de escoger, como indica María Izurdiaga, entre: estufas, aparatos calentadores de aire o sistemas de gas.

Piscinas. Uno de los espacios más demandados por los huéspedes en el caso del hotel, y más si es de tipología vacacional, es la piscina. “Ésta es un traje hecho a medida del cliente, según sus gustos y necesidades. En las piscinas de un hotel debe siempre buscarse una instalación que fusione el bienestar y comodidad del cliente con un mantenimiento sostenible. Para ello, indistintamente de formas y tamaños, es indispensable contar con una empresa profesional que trabaje

Foto: Vondom



con materiales de calidad tanto en la formación de la estructura como en el revestimiento, así como una instalación hidráulica perfectamente dimensionada y adecuada a su uso”, recomienda Javier Morillo Naranjo, del Área Comercial de Construcciones Deportivas Condal.

Además, según Enrique Zabala y Ricardo Molina Pérez, “en hoteles que son destino vacacional para las familias, las zonas dedicadas a los niños no son valoradas de forma suficiente; para nosotros la zona -acuática- de niños es la más importante. En efecto, con la mejora del nivel de vida, las familias se reúnen en la época vacacional y planean estancias en hoteles con actividades de ocio. Esta tendencia obliga a la industria hotelera a ofertar oportunidades de negocio que ofrezcan actividades de ocio para cada miembro de la familia. Si los niños disfrutan de grandes y agradables experiencias cuando van de viaje con su familia, tendrán una buena impresión del hotel vacacional. Como resultado, los niños demandarán acudir a esa misma cadena de hoteles en las próximas vacaciones; además, cuando los niños crezcan, considerarán el mismo hotel como su primera opción”.

En general, según expone Jordi Campano, Director Comercial del Área de Piscinas de IASO, hay diferentes opciones a la hora de instalar una piscina. “Pueden

Foto: Mavilop



Foto: Grosfillex

ser elevadas o enterradas. Por lo que a estas últimas se refiere, pueden ser de gresite, lámina armada, poliéster, etc. Es básico un buen asesoramiento y que el profesional explique tanto lo bueno como lo malo de cada sistema de construcción y acabado”.

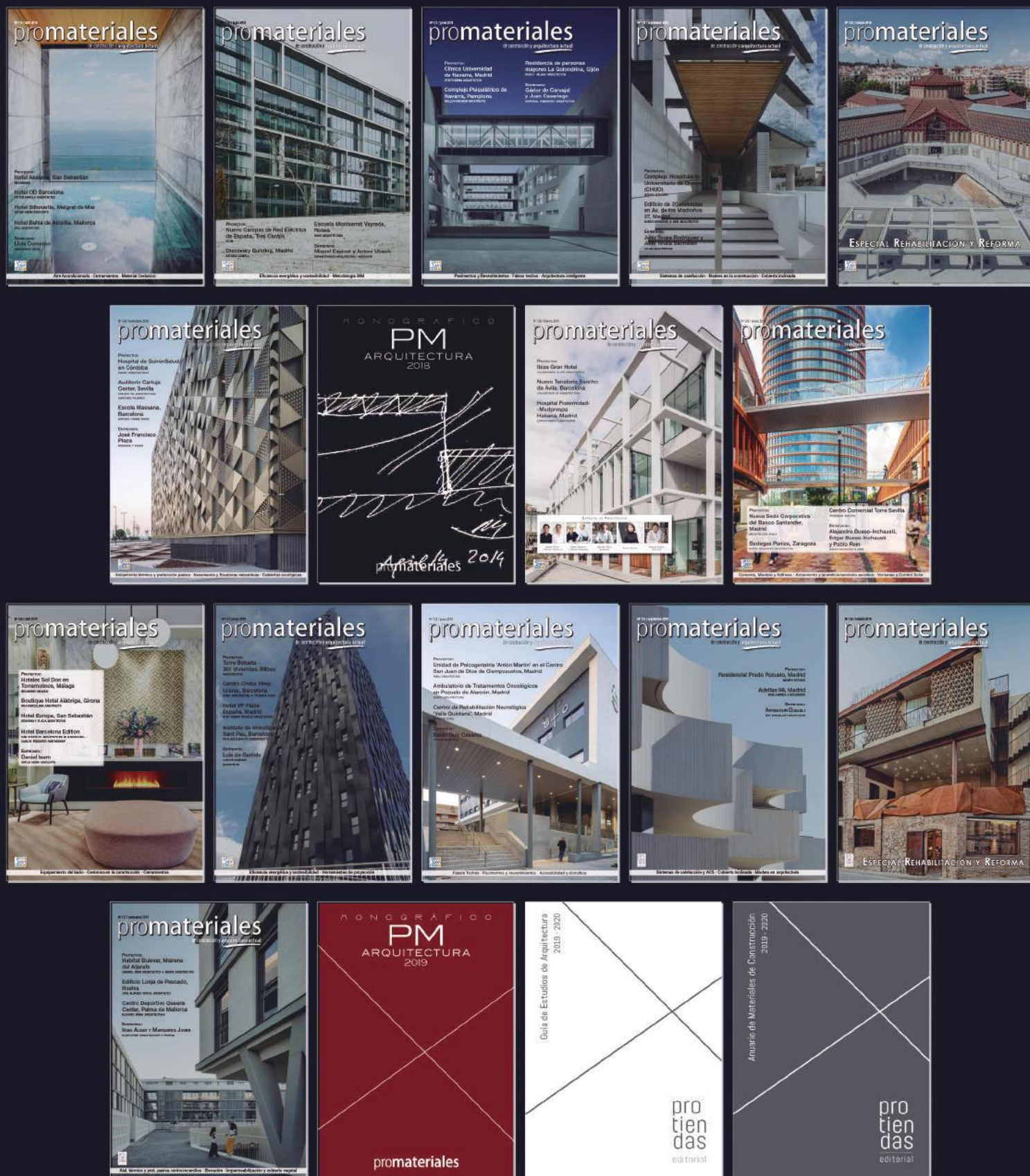
Respecto al diseño, desde Amusement Logic. señalan que “las opciones están determinadas por el estilo arquitectónico, el paisajismo y la temática del hotel. En todos los casos, un concepto paisajístico global es indispensable al abordar el diseño. Tenemos, por ejemplo, las piscinas tradicionales, que suelen tener una forma clásica rectangular o de riñón. Tenemos las piscinas de estilo contemporáneo que se caracterizan por líneas limpias y elegantes formas sinuosas en las que predomina el uso del blanco y la simplicidad de las formas. Las piscinas tropicales tienen un elevado componente paisajístico: cascadas, plantas exuberantes, elementos decorativos exóticos que nos trasladan a Bali o las Maldivas. Las piscinas mediterráneas nos recuerdan a paisajes idílicos de las islas griegas, con aguas color turquesa y el uso de elementos arquitectónicos propios del ambiente mediterráneo”.

Realmente no existe un patrón que marque una tendencia clara en el ámbito de las piscinas, aunque sí que es cierto, que tanto por aprovechamiento y sostenibilidad se conciben menos profundas y los colores de los acabados suelen ser claros (por normativa el fondo de la piscina debe ser visible). También

se busca una armonía entre la piscina y el resto de la terraza, conjugando los mismos materiales (con revestimientos continuos o de gran formato) dentro como fuera de ella. Y los fabricantes se han esmerado en encontrar materiales que puedan ser útiles para ambos espacios, señala Javier Morillo Naranjo.

Desde el Área Comercial de Construcciones Deportivas Condal explican que “el problema principal que solemos encontrarnos en piscinas exteriores es la de estar ubicado en un entorno “agresivo”, con vegetación, tierra, etc., que genera que mucha materia se quede en el agua flotando y que la depuración de la propia piscina no pueda aspirar, para casos así es aconsejable cubrirla con una manta o lona en los momentos en que los clientes no hacen uso de ella. Otro problema suele localizarse en un sistema deficiente de depuración y desinfección, de ahí la importancia que tiene al proyectar una piscina es tener claro su entorno, la capacidad de la gente que pueda hacer uso de ella y durante que épocas”.

Por ello, “hay que incidir en que el personal responsable de mantenimiento de una piscina debe tener un conocimiento conveniente del funcionamiento de la piscina para evitar complicaciones para su uso diario”, añade. Respecto a esto, el Director Comercial del Área de Piscinas de IASO explica que sea cual sea el tipo de instalación de la piscina, es indispensable realizar el mantenimiento correctamente. “Las de gresite hay que



V I S I T A :

WWW.PROMATERIALES.COM

pro
tien
das
editorial

Editorial Protiendas, S.L.
 Avd. Juan Carlos I - nº 13 - 6º A Edificio Torre Garena C.P. 28806
 Alcalá de Henares - Madrid - T. 91 802 41 20
 contacto@editorialprotiendas.es

ENTREVISTA: María Benavides y Valentine Laperche de Crozals, Benavides Laperche



Foto: María Benavides y Valentine Laperche de Crozals, Benavides Laperche

María Benavides y Valentine Laperche de Crozals, paisajistas del estudio Benavides Laperche, nos explican su visión sobre la importancia que cobra el paisajismo en hoteles y restaurantes.

¿Qué papel juegan las zonas exteriores en los establecimientos Horeca?

Es un aliciente a la hora de elegir un hotel o un restaurante. Permiten ofrecer a los clientes una segunda estancia con su carácter propio.

¿Consideran que se le da la suficiente relevancia por parte de los hosteleros?

Cada vez más. Los espacios exteriores solían estar a cargo de los decoradores y ahora cuentan más con profesionales del jardín.

¿Cuáles considera los elementos fundamentales para equipar estos espacios?

En terrazas, grandes jardineras para poder plantar árboles o grandes arbustos. Hay que evitar multiplicar pequeños elementos de mobiliario que contaminan el espacio.



Foto: Benavides Laperche

¿Qué importancia tiene la iluminación cuando estamos en el exterior?

La iluminación de los espacios exteriores es primordial. Además de la iluminación funcional de las mesas, hay que contar con la iluminación indirecta de la vegetación que es la que va a crear el ambiente de noche.

¿A la hora de escoger proveedores para sus trabajos, qué es lo que les exige?

Calidad y funcionalidad.

Como profesionales paisajistas, ¿qué aspecto se deben atender a la hora de enfrentarse a un proyecto en el exterior de un establecimiento?

El uso y la funcionalidad. El diseño tiene que adaptarse a las necesidades del establecimiento.

¿Considera que se debe seguir un hilo conductor entre el interior y el exterior?

El estilo del jardín o de la terraza tiene que tener continuidad con el diseño interior. Es la identidad del establecimiento.

Por último, ¿cuáles son las tendencias que se están siguiendo a la hora de configurar las zonas exteriores de un hotel o un restaurante?

En jardines urbanos, conseguir con las plantaciones dar sensación de frondosidad. Crear un oasis.



Foto: Benavides Laperche

tener en cuenta que cada cierto tiempo se tiene que reajuntar la borada. El vaso de hormigón tiene que realizarse de una manera cuidadosa para evitar grietas y que haya fugas. Las de lámina armada son piscinas que no pueden tener fugas pero requieren un mayor control, porque una vez aparecen las manchas, en algunos casos son imposibles de quitar. Las de poliéster tienen que ser de buena calidad porque si no conllevan problemas graves. Estos son los tipos de construcción más habituales aunque no son los únicos".



Foto: MCONFORT

PROYECTO DE RESTAURACIÓN

Maison Lú, Marbella

UNA COCINA FRANCO-ANDALUZA TRADICIONAL



Foto: Restaurante Maison Lú, Marbella

La Milla de Oro marbellí acoge el nuevo concepto culinario de Juanlu Fernández. El chef, estrella Michelin con su casa Lú, Cocina y Alma, amplía el Universo Lú con Maison Lú, un restaurante donde la tradición tanto francesa como andaluza se fusionan bajo el fundamentalismo de la cercanía y atención, orientado hacia la exquisitez, elegancia y excelencia. Tanto la oferta gastronómica como la propia decoración, esta última de manos de Jean Porsche, emula a los bistrot franceses, pero con una carta en la cual tienen cabida desde las aves asadas hasta el gazpacho andaluz.





Foto: Restaurante Maison Lú, Marbella

Maison Lú surge como un proyecto gastronómico, llevado a cabo por Boqué Group junto a su chef Juanlu Fernández, estrella Michelin, buscando atraer a Marbella un nuevo concepto de gastronomía basado en la cocina franco-andaluza tradicional.

El restaurante, ubicado en la Milla de Oro marbellí, tiene una propuesta de cocina fundamentada en la cercanía y la atención orientada hacia la exquisitez, en un ambiente cercano, con un entorno de elegancia y excelencia. La personalidad culinaria que busca reflejar el chef parte

de una fusión de su propia herencia con la innovación y los toques clásicos de las afamadas recetas francesas que ha ido aprendiendo a lo largo de su trayectoria. Es por ello por lo que continúa apostando por la unión de Francia y Andalucía en sus creaciones.

Foto: Restaurante Maison Lú, Marbella



Foto: Restaurante Maison Lú, Marbella



Tanto en los platos como en la decoración se une la innovación con los toques clásicos franceses. De hecho, Maison Lú ofrece a sus comensales desde aves cocinadas al estilo francés en su rotisserie, hasta platos tan andaluces como el gazpacho. Se trata de un innovador concepto de cocina basado en las clásicas casas de comidas con el toque francés característico de su proyecto anterior, Lu, Cocina y Alma, consiguiendo crear así la primera rotisserie centrada en aves francesas en Marbella.

La idea de Juanlu Fernández es que este tipo de cocina sea accesible a todos los bolsillos y paladares, pero sin renunciar a la calidad. Por ello, Maison Lú se plantea como un lugar centrado en la comida social y cercana, donde el trato al público y la comida sean inmejorables. De este modo, su propuesta respeta la filosofía de su casa madre: “alta cocina francesa con toques andaluces” y a precios más que razonables.

La carta gira en torno a los asados en un intento, como se comentaba anteriormente, de emular las clásicas rotisseries francesas. Especialidades que inciden en dos aves: pichón y coquelet de las Landas. Una amplia carta que evoca a la cocina franco-andaluza y recupera recetas tradicionales inequívocamente francesas: impecable el conejo a la Royale, Boeuf Bourguignon, Pichón a la Ficelle, Potage Saint Germain...,



Foto: Restaurante Maison Lú, Marbella

combinado con descaradas recetas vanguardistas como la Crème Boïeldieu. Aparte figura una deliciosa ensalada de verduras de navazo, cuyas hortalizas provienen de la Finca de los Cuervos de Galicia. Bocados desenfadados como los molletes de atún o de wagyu, aparte de su versión de la ensalada César. Bajo el apartado Raw-Bar, brinda pescados y mariscos crudos de máxima calidad y frescura.

En cuanto a la decoración del espacio, el restaurante presenta un interiorismo hipnótico que lleva la firma de Jean Porsche. Elegancia y excelencia son

las claves de su proyecto decorativo. Un trabajo que parte de un concepto culinario informal y casual, que destaca por una decoración orientada al lujo, pero renovando los tópicos y logrando un estilo elegante y vanguardista a la vez. Maison Lú es una combinación arriesgada de color, diseño y sensibilidad.

Como línea conductora se puede percibir el color burdeos, el cual de una u otra manera se va introduciendo por los espacios, y es el más fiel recuerdo a los bistro franceses que uno puede tener en su memoria. Este color se utiliza en tejidos y algunos de los papeles pintados, pero

Foto: Restaurante Maison Lú, Marbella



Foto: Restaurante Maison Lú, Marbella





Foto: Restaurante Maison Lú, Marbella



Foto: Restaurante Maison Lú, Marbella

está combinado con amarillos en algunos muebles y cojines, azules en papeles pintados, rosas en los murales, con lacas en negro brillo, mármoles naturales en blanco y negro así como el dorado del latón.

Este estilo francés, al igual que los platos del chef, ha pasado por un filtro de toque español en los guiños y pinceladas de color y materiales; consiguiendo así hacer que la decoración sea parte del concepto gastronómico.

Además, aparte de la propia inspiración en el estilo y leitmotiv del chef, Marbella forma parte del diseño que se escogió para esta casa de comidas. La inspiración en el glamour marbellí fue indispensable para marcar un referente de estilo. Y para ello, fue fundamental ver imágenes y documentación sobre lo que se vivió en los mejores años de la ciudad, para sugerir elementos que pudieran encajar en el entorno.

Maison Lú se configura en varias estancias. La primera, un salón interior (capacidad de 28 comensales), decorado al más puro estilo francés con un hilo musical que acompaña la experiencia; además, ofrece unas vistas a una cocina totalmente abierta para conocer de primera mano cómo se cocina. Conectado con éste, se encuentra un salón de invierno (44 comensales) totalmente acondicionado para cualquier época del año y con un

ambiente excepcional; conectado, a su vez, con unas cristalerías completamente practicables hacia la terraza. Esta zona (79 comensales) está decorada con diversos tipos de plantas y una fuente situada en el centro, desde ella se puede disfrutar de vistas a la montaña y una iluminación apasionante. Por último, la bodega (16 comensales), con una amplia y exquisita variedad de vinos procedentes desde las viñas francesas, pasando por Italia hasta los más clásicos españoles.

Este restaurante tiene el efecto sorpresa al tener distintas estancias pero siempre hay elementos que se repiten y generan una sensación de confort y de guía. La madera es uno de ellos, un elemento

constante y que trabajado de diversas maneras está en todos los espacios; en el suelo, con su diseño geométrico en dos colores de contraste, es un elemento que unifica todos los espacios, y en las contraventanas es un elemento que marca una pauta al igual que el diseño geométrico del suelo. Por otro lado, la textura de la piedra de las barras del Raw-Bar y de la rotisserie, o las marqueterías en las barras de la bodega y el bar, dan diferentes texturas a los espacios.

Hay elementos destacables en todas las estancias, pero uno de los que más revuelo causó durante el montaje fue el gueridon amarillo del comedor de invierno, un mueble que se ve desde que uno entra

Foto: Restaurante Maison Lú, Marbella





Foto: Restaurante Maison Lú, Marbella

al restaurante, y su color llama mucho la atención. También, la silla “ópera”, con un estilo muy francés en madera y tapizada en tonos burdeos y blanco se repite en todas las estancias, los bancos centrales del comedor de invierno, inspirados en los art deco, que forman un rombo y dentro de los mismos hay un conjunto de lámparas de tamaño XL, que generan movimiento dentro de la sala.



Foto: Restaurante Maison Lú, Marbella

Por regla general, la iluminación en un restaurante siempre es primordial para poder dar un ambiente acogedor. El local al tener muchos ventanales, cuenta con una gran entrada de luz natural que se intenta aprovechar al máximo. Además, por otro lado, la iluminación artificial al jugar con lámparas tanto de techo como

de mesa, otras dirigibles y algunas tiras de led para puntualizar ciertos espacios, hacen que Maison Lú tenga la posibilidad de generar diversos ambientes dentro de los espacios a partir de la luz. En concreto, en la terraza, al usar la iluminación por bombillas a modo de feria, crea ese estilo desenfadado que se buscaba en el sitio.



**Designed for possibilities.
Made for people.**

NUEVO Altro Cantata™ sin adhesivos:

- reduce el tiempo de instalación, minimiza los tiempos de inactividad*
- nueva gama totalmente renovada, con diseños de imitación madera
- reducción acústica de 14 dB y comodidad bajo los pies
- 10 años de garantía de producto

También disponible con tecnología autoportante:

Altro XpressLay™: el galardonado suelo original

Recibimos vuestra petición, y aquí está.



91 549 5230



suelos@altro.com



www.altroscandess.com

*dependiendo de las condiciones del sustrato: la instalación en un pasillo de 200 m² podría realizarse en tan solo dos días, frente a los cuatro que serían necesarios con un suelo fijado con adhesivo. Permite ahorrar así aproximadamente un 20 % de los costes.

Juanlu Fernández

Chef del Restaurante Maison Lú



Foto: Juanlu Fernández, Chef del Restaurante Maison Lú

Después del éxito de Lú, Cocina y Alma, llevando la estrella Michelin a Jerez de la Frontera, decide abrir Maison Lú en Marbella. ¿Por qué Málaga y la Milla de Oro marbellí, para este nuevo proyecto?

Como andaluz que soy, y ya estando con el restaurante gastronómico en Jerez, soy un enamorado de Málaga y de la ciudad de Marbella. Abrir un nuevo concepto en esa ciudad ha sido un sueño para mí.

¿Cómo ha influido el emplazamiento en el concepto que ha querido instaurar en el restaurante?

El concepto es una oferta casual y cercana de la cocina que hacemos en Jerez. A eso le sumamos la calidad del producto que nos ofrecen las tierras y los mares de Marbella, y el resultado ha sido mágico.

Define el concepto gastronómico de Maison Lú como una cocina franco-andaluza tradicional, ¿qué es lo que la caracteriza?

La característica principal de nuestro restaurante es la buena cocina. Lo

hacemos de una forma más cercana y casual pero con un fondo de cocina brutal.

Este restaurante se orienta a ser una casa de comidas con una carta a disposición de los comensales. ¿Ha sido una elección condicionada? ¿Por qué cuestiones? ¿Cómo cree que hubieran funcionado los platos de degustación?

No ha sido condicionado, Maison nació y seguirá como un restaurante a la carta, donde no caben los menús degustación, ya que el fin de todo es

una casa de comidas, cálida y cercana con un ambiente agradable.

La carta gira en torno a los asados, acercándose a las clásicas 'rotisseries' francesas, ¿cuál identificaría como el plato estrella, el más demandado? ¿Y del que está más orgulloso?

Dentro del apartado de rotisserie, el producto más vendido es el coquelet de las Landas. Orgulloso estoy de todos los platos, es como elegir al hijo preferido, no se puede.

Sin duda, la frescura y calidad son las características más extendidas a la hora de seleccionar un producto. Pero aparte, ¿qué es lo que pide Juanlu Fernández a los productos que entran en su restaurante? ¿Qué les pide a sus proveedores?

Respeto a la calidad, a la temporada, a las vedas. Lo único que le pido es compromiso. El compromiso de buscarme lo mejor de cada día, aplicando el respeto que antes he mencionado.

Como chef experimentado, ¿en qué cuestiones se ha centrado a la hora de escoger el equipamiento de su cocina?

Foto: Restaurante Maison Lú, Marbella





Foto: Restaurante Maison Lú, Marbella

En mi forma de cocinar. Cada chef es diferente y su filosofía hace que su equipamiento sea de una manera o de otra.

En cuanto al diseño del local, dejó en manos de Jean Porsche el trabajo de

interiorismo del establecimiento. ¿En qué elementos de la decoración ve reflejada su cocina?

Es una extensión de la filosofía, es una simbiosis entre cocinero y decorador, es la confianza en una persona que hará de tu sala el reflejo de ti.

Después del primer año con sus puertas abiertas al público, ¿qué balance hace de esta aventura? ¿Está satisfecho con el resultado? ¿Cree que alcanzará el éxito que consiguió con el resto de proyectos en los que ha embarcado a lo largo de su trayectoria profesional?

Estoy súper feliz con el proyecto, en solo un año nos hemos posicionado bien entre los restaurantes de la provincia.

Por último, en alguna ocasión ha comentado que su sueño es abrir un restaurante en Francia, y ser un español que elabore la mejor comida francesa

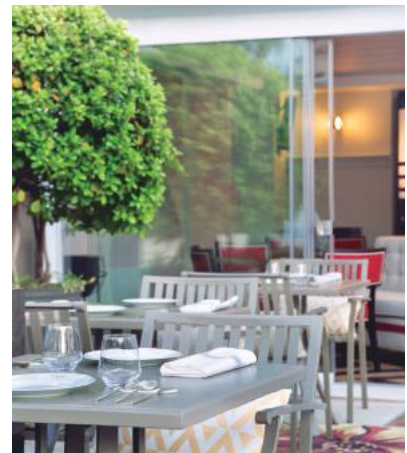


Foto: Restaurante Maison Lú, Marbella

en territorio francés, ¿es un proyecto que veremos en un corto periodo de tiempo? ¿Qué nuevos proyectos se incluirán próximamente en el Universo Lú?

Es un sueño que espero cumplir algún día, de momento abrimos en Madrid, una extensión de Maison en la capital.

Bandeja automatica RFID para hoteles

¡GANA DINERO CON NUESTRA BANDEJA!

La primera bandeja RFID que te permite conocer al momento lo que consumen tus huéspedes, optimizando además el tiempo de tus trabajadores..

Una vez que el huésped ha retirado un producto de la bandeja, se carga automáticamente a la habitación a través del sistema de facturación del hotel.





Foto: Televes

Tecnología y eficiencia

Por el buen camino

Los huéspedes y comensales de hoteles y restaurantes demandan ya como imprescindible que los establecimientos ofrezcan soluciones tecnológicas que están a la orden del día en su vida. Esto ha hecho evolucionar el concepto que tenían los hosteleros de la inversión en nuevas tecnologías, y poco a poco trabajan con la visión clara de alcanzar que, en el futuro, los hoteles sean completamente automatizados y en los que la tecnología haga sentir al cliente como en casa. De este modo, son cada vez más frecuentes los sistemas tecnológicos conectados, motorizados, más eficientes energéticamente, domóticos, etc. en ellos.

Aunque la era digital hace tiempo que comenzó, aún nos encontramos en un proceso de adaptación y conversión tecnológica en muchos de los sectores, entre ellos los pertenecientes al canal Horeca. Según el 'Estudio sobre la implantación y uso de la tecnología en el sector hotelero 2019', dado a conocer recientemente por el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), "los huéspedes muestran un grado de afinidad tecnológica mayor

que los hoteles, más de la mitad de los huéspedes utiliza la tecnología casi de forma diaria. Sin embargo, los hoteles aún no han llegado a ese nivel tecnológico, lo que genera un contraste entre lo que el cliente espera y la experiencia que el hotel le ofrece".

Hoy en día no hay ningún sector de negocio que pueda escapar a la innovación tecnológica. La hostelería ha

tenido que renovarse a marchas forzadas porque la competencia es enorme y los clientes ya se han acostumbrado a encontrar esas novedades tecnológicas que hacen que la experiencia de compra o de adquisición de servicios sea lo más gratificante posible, considera M^a José Cantó, Directora de Marketing de Brin Group.

Al hilo de este argumento, Roberto Menéndez, CEO Digital de Grupo ADD, recuerda que "lo más importante desde siempre es la Experiencia de Cliente (UX)", y "actualmente las personas están acostumbradas a tener todo en el momento y poder realizar sus transacciones o bien acceder a información de manera inmediata". No tiene sentido que les hagamos adaptarse a nosotros, cuando los actuales sistemas informáticos y la tecnología permite estar donde el cliente está en cada momento. "Esto supone nuevos retos, pero también nuevas oportunidades", opina.

De ahí la importancia de que los establecimientos del sector Horeca realicen inversiones en tecnología

en la medida de sus capacidades y sus necesidades, ya que ganan en profesionalidad, en vanguardismo y casi siempre el retorno de inversión es muy rápido. “Todo son ventajas”, valora la Directora de Marketing de Brin Group. De hecho, en este sentido, los datos del estudio apuntan que “el 68% del sector prevé invertir en tecnología entre 5.000 y 25.000 euros”, lo que nos hace ver que aquellos concienciados con la revolución digital, lo están concienzudamente, pero solo “el 31,6% del sector considera importante o muy importante invertir parte de su presupuesto en digitalizar sus hoteles”, siendo los más preocupado por la digitalización los hoteles de interior, quienes “plantan invertir un 17% de sus beneficios”.

Esta inversión retornará en la atracción y fidelización de los clientes hiperconectados que son hoy en día una realidad. “Cada vez hay menos gente que no disponga de un teléfono de última generación, con conocimiento para descargar apps y sistemas que le facilitan la vida. La gran mayoría usamos sistemas como Google Maps o similares para localizar los lugares que queremos visitar, pagamos con el móvil, consultamos y realizamos transacciones bancarias usando el mismo. La tecnología ya no nos da miedo, al contrario, nos facilita la vida. Teniendo esto en cuenta, está claro que los establecimientos del canal Horeca necesitan adaptarse a este nuevo tipo de clientes usando la tecnología como medio

Foto: Tecnoloop



Foto: AMBIMEDIA

para facilitar la vida a los huéspedes, añade Patxi Elduayen, Director General de Omnitec Iberia.

M^a Elena Calavia, Responsable de Marketing de Movilok Interactividad Móvil, explica que “hay una inversión en tecnología que es básica porque las carencias tecnológicas se perciben como algo negativo. Los hoteles o restaurantes que no inviertan en tecnología se van a quedar fuera del mercado. Si además se implantan tecnologías que proporcionan nuevas experiencias o que dan información realmente útil para el cliente, su satisfacción mejora”. En este sentido, el ITH señala que “el 45,9% de los viajeros recomendarían un hotel por su tecnología, en el caso de que ésta se adapte a sus necesidades y suponga una mejora en su experiencia”. Incluso, desde el estudio se apunta que “el viajero estaría dispuesto a aumentar su gasto en un 25,5%, si cumplimos sus exigencias tecnológicas”.

También en cuanto a esa inversión básica, Víctor González, Director de Comunicación de Nagi Smartpool y NBN23, comenta que “vivimos en un mundo hiperconectado en el que ahora podemos estar en contacto con cualquier persona desde cualquier parte. Por tanto, todos los establecimientos deben estar preparados para satisfacer esta necesidad del cliente. No puede existir un hotel sin conexión a internet y cada vez hay más demanda de que éste sea lo más rápido posible. La calidad de este servicio puede

marcar la diferencia a la hora de escoger uno u otro establecimiento”. De hecho, el 90,9% apunta que “la tecnología más relevante a la hora de seleccionar un hotel y que más impacta en su experiencia cuando se aloja en uno es el wifi gratis y que sea de calidad en todas las áreas del establecimiento”, según los datos que aporta el ITH.

Debemos integrar en nuestra concepción de la tecnología que “estamos en la era digital, donde los usuarios que nos visitan son cada vez más tecnólogos, por lo que la inversión es absolutamente necesaria”, sentencia Luis M. Ortega, BDM Retail-Industria-Horeca-Banca de Crambo. A lo que Víctor González añade que ya no cabe duda de que “si hay inversión tecnológica, mejorará la satisfacción del cliente en los establecimientos porque la tecnología es sinónimo de progreso”. Además, “ya no es solo importante que nosotros invirtamos más en la tecnología sino que le mostremos al usuario que lo hacemos, ya que 77% de los huéspedes no conoce las soluciones tecnológicas del hotel o no percibe el valor que les aporta”.

Asimismo, Germán López, Managing Director de Gira Ibérica, comenta que “para ser competitivo hay que estar a la vanguardia de las tendencias de hospitalidad y brindar una experiencia inteligente y personalizada a los clientes. La inversión en tecnología responde a la necesidad del canal Horeca de poner el foco en mejorar la experiencia de sus huéspedes”.



Foto: Battever

Incluso, más allá de la fidelización de los clientes y la mejora de la experiencia del usuario, debemos ver que “invertir en tecnología aporta una mejora en el servicio y atención al cliente en el canal Horeca. Mayor rapidez y capacidad de respuesta, mayor movilidad e independencia tanto para clientes como empleados. Permite mayor flexibilidad y dinamismo en el personal según la demanda y estacionalidad, mejora el flujo y la fluidez de la información. La inversión tecnológica ayuda en el día a día a ofrecer una experiencia más cómoda y agradable, permite atender a los requerimientos del cliente y a identificar rápidamente y adecuadamente las necesidades del negocio y así ganar en agilidad y eficiencia”, añade Rafael Cervantes, Partner Manager de NFON Iberia.

Además, Jorge C. Juárez, Fundador y Director General de SIGHORE-ICS, explica que “las ventajas y beneficios que pueden aportar la tecnología, es información de lo que pasa en nuestros locales. Esta información es primordial para la toma de decisiones, que hoy en día tienen que ser casi inmediatas. Conocer el perfil de nuestros clientes, cuál es nuestro producto estrella, qué gasto tenemos en materia prima, qué rotación tenemos de clientes, qué trabajador es más productivo y un largo etcétera. Como se dice comúnmente: la información es poder”.

Además, si lo comentado hasta el momento no nos ha convencido de los beneficios del uso asiduo de la tecnología

en nuestro negocio, Odón Losada, Director Comercial y Marketing de Ingenium, ingeniería y domótica, identifica que “una de las mayores ventajas de la tecnología es el ahorro energético, que se traduce también en ahorro económico para el negocio”.

Para dar por zanjada la importancia de la incursión en las nuevas tecnologías, Jose L. Pineda, Communication Infrastructures, Country Sales Manager España & Portugal de Televés, resume que “son tiempos de grandes cambios y de un continuo surgimiento de tendencias y nuevas tecnologías para hoteles, lo que tiene un gran impacto sobre cómo el ámbito hospitality se plantea cambios y mejoras.

Los estándares de calidad y prestaciones que ofrece un hotel actualmente son muy

diferentes a los de hace una década, y en ello tiene mucho que ver la innovación tecnológica y cómo ésta puede ayudar a sorprender al huésped y a aportar un valor añadido que marque la diferencia en un mercado muy competitivo.

Por otro lado, la tecnología en hoteles también pone a disposición de los profesionales del sector importantes herramientas de gestión que permiten la automatización de procesos y ofrecer mayor libertad a los clientes, por ejemplo, a la hora de consultar información, realizar reservas o, incluso, efectuar el check-in o pago de cuentas sin necesidad de esperas en la recepción”.

El coste-beneficio de la tecnología

A la hora de enfrentarse a la posibilidad de la inversión en tecnología, lo que más preocupa a los hosteleros es, como ocurre en cualquier otro negocio, el coste de dicha inversión y la rapidez de reembolso.

En este sentido, Rafael Ibáñez, Director General de AMBIMEDIA, aclara que “la clave para que una empresa crezca, es invertir en tecnología pues permite desarrollarse en el mercado reduciendo costes frente a tu competencia con herramientas tecnológicas en todas sus áreas operativas, financieras y de servicio. Es más caro no invertir en ella. Las facilidades financieras para estas actualizaciones tecnológicas cada día son más asequibles. La mejor decisión será basarse más que en el costo de la nueva

Foto: Crambo



tecnología en las ganancias que puedes esperar de su adopción”.

De igual modo opina Jordi Yagües, Business Manager de Epson Ibérica, quien indica que “las inversiones deben considerarse en función del retorno esperado. Si se requiere de una solución que permita adecuar el establecimiento a cada momento, según se necesite, entonces la imagen digital es imprescindible. Asimismo, la gestión rápida y personalizada hace necesario invertir en dispositivos portátiles y hubs de interconexión. Si la tecnología atrae más clientes y hace subir el ticket medio de consumo, entonces cualquier inversión está justificada. “Estamos seguros de que invertir en tecnología es la clave del éxito y del crecimiento a largo plazo en el canal Horeca”, concluye Christoph Lückl, Global B2B Development Manager de Nuki Home Solutions GmbH.

Además, Alfonso Ortega, Gerente de Tecnoloop, considera que actualmente la inversión en tecnología “es asequible, los precios de hoy en día son muy competitivos”. Es más, en opinión de Carlos García, CMO de Battever, “estamos en un punto donde la inversión necesaria para hacerse con este tipo de tecnología es más baja que nunca”. Según su experiencia, “procuramos proveer de todo tipo de opciones que se ajusten a los presupuestos de nuestros clientes. Y, podemos afirmar que son productos que están al alcance de cualquier negocio. Además de esta reducción del coste y valorando los amplios beneficios que se consigue al dotar los establecimientos de

Foto: Brin Group



Foto: Epson

esta tecnología, es una inversión que da unos muy buenos resultados y no tarda en ser bastante rentable para el negocio”.

¿Qué nos encontramos en el mercado?

Es importante conocer bien qué nos ofrece el mercado tecnológico antes de poder escoger los elementos que más se adapten a nuestro tipo de negocio. No existe el decálogo de los diez productos elementales que debe tener todo establecimiento, ya que cada modalidad -vacacional, urbano...-, categoría -tres, cuatro, cinco estrellas...-, tipo de cliente -familiar, de negocios...- o incluso de emplazamiento -ciudad o rural- condiciona los que pueden ser los productos más adecuados para nuestra cafetería, restaurante u hotel.

“Son básicas las tecnologías para la gestión de los hoteles, especialmente cuando el tamaño del establecimiento lo hace imprescindible. Seguidamente las tecnologías que hacen más confortable la estancia como el control de luz y temperatura. También son muy interesantes aquellas que nos proporcionan información de calidad sobre el entorno que queremos visitar o sobre el propio establecimiento. Hay también una serie de instalaciones tecnológicas que el cliente no percibe pero que son muy interesantes para el hotel, como los sensores de presencia que permiten un importante ahorro energético”, ejemplifica la Responsable de Marketing de Movilok Interactividad Móvil.

Telecomunicaciones. Desde NFON Iberia informa de que podemos implantar

“acceso a internet y soluciones de comunicaciones unificadas (telefonía, chat, video...) que aporten funcionalidades que faciliten el trabajo de los empleados del hotel y de las personas que se alojen en él. Un ejemplo sería poder desde un smartphone, tablet o teléfono fijo, planificar las tareas de gobernanza de un hotel, obteniendo y enviando en tiempo real la información que proviene de la recepción (check-out, “no molestar”, despertador, prioridades...), abrir partes de averías o registrar objetos olvidados, cerrar habitaciones o incluso imputar los cargos de minibar o lavandería directamente a la cuenta del huésped. Y todo ello, con un simple clic. Es elemental proporcionar la mejor experiencia para el cliente, que pueda tener en tiempo real información o puntos de venta del hotel, acceso directo y sencillo a la carta del room-service...”.

Estas comunicaciones pueden hacerse a través de sistemas app. “Una app bien diseñada permite al huésped hacer el check-in online y recibir su llave virtual y disponer de cerraduras electrónicas que permitan usar esas llaves en su móvil para abrir la puerta de su habitación”. Y permite al hotel tener la información en la recepción a la hora de hacer el check-in (horario del desayuno, ubicación de las zonas importantes del hotel, recomendaciones, etc.), explican desde Omnitec Iberia.

Este tipo de funciones de gestión, también pueden llevarse a cabo a través de sistemas de “gestión de datos e información, el big-data. Cada día se le está dando más importancia a esta solución. No obstante, hay que tener muy



Foto: Gira Ibérica

claro cómo gestionar esta información y cómo sacarle provecho”, concreta desde SIGHORE-ICS.

Dentro de las telecomunicaciones podemos integrar la necesidad de wifi. El CMO de Battever reivindica, “un servicio de wifi gratuito y de calidad dentro del establecimiento para los clientes”, el cual también es cierto que “tenemos la suerte de estar ya prácticamente estandarizado en la mayoría de locales”.

Otro ejemplo de tecnologías, aunque no para un uso propiamente de telecomunicaciones, pero sí informativo, son las soluciones de realidad aumentada que permiten a las personas bajarse una app y poder caminar por el hotel recibiendo todo tipo de información valiosa al apuntar a diferentes logos, marcadores o incluso a objetos, da a conocer Roberto Menéndez, CEO Digital de Grupo ADD. En este campo también podríamos incluir los sistemas de cartelera digital interactiva, “el móvil del cliente actúa como mando a distancia de la pantalla, sin necesidad de instalar una aplicación, para acceder a información de gran utilidad para el viajero en su idioma y descargarla al móvil, así como para acceder a servicios del hotel”, explican desde Movilok Interactividad Móvil.

Robótica. Actualmente podemos encontrar a disposición de los hoteles varios tipos de robots: recepcionistas, para check-in y facturación, para servicio de habitaciones y robots para el restaurante y catering, identifican desde Grupo ADD.

Según explica, en un hotel, las ventajas de un Robot Social Humanoide son muy evidentes. De todos es sabido que en un hotel se forman colas que no es posible gestionar simplemente incrementando los empleados, ya que existen picos en que todo el mundo quiere salir, o cuando llegan grupos, etc. Estas colas pueden afectar la experiencia de usuario. Para ello, un robot social en el mostrador de un hotel puede ayudar a realizar el check-in, toma de datos, puede suministrar una tarjeta RFID, una pulsera o bien reconocer a la persona mediante reconocimiento facial, siempre y cuando el cliente permita esta opción. También para la zona de recepción hay robots que gracias a su movilidad, su Inteligencia Artificial (en visión, en navegación y en voz) podrá interactuar con los clientes de una manera muy eficiente.

En su caso, para servicio de habitación y hoteles, existen otros modelos más pequeños que gracias a sus bandejas y gran agilidad puede navegar cómodamente dentro de una misma planta, o incluso utilizar los ascensores para realizar entregas a habitaciones.

Luego para el restaurante existen los robots camareros ‘low cost’, más indicados para servicios de catering, que se pueden manejar bien desde una tablet, o bien colocando una banda magnética en el suelo. Otro tipo de robot camarero de 8ª generación que está más indicado para un restaurante ya que incorpora navegación autónoma y dispone además de dos bandejas, de una tablet interactiva mediante la cual las personas pueden

interactuar con el robot, pedir comandos y realizar cualquier tipo de petición que necesiten.

Uno de los servicios importantes que ofrece un hotel son los eventos, por lo que los robots sociales suponen un alto valor añadido para las acciones promocionales que se activen, tanto sea del hotel, como de sus clientes. Al estar dotado de una tablet, pueden utilizarse para patrocinios, para captar datos de posibles clientes, para interactuar mediante formularios, ‘quiz’, juegos y más.

Por supuesto que en el caso de los hoteles, el tratamiento de VIP y listas negras es de máxima seguridad y gracias a un robot social, el encargado puede tener un aviso en cualquiera de estos casos.

Internet de las Cosas (IoT). Desde Nuki Home Solutions GmbH señalan que “el Internet de las Cosas y los productos relacionados con esta tecnología pueden contribuir en gran parte a revolucionar el funcionamiento del sector Horeca. En este sector en especial no debería haber fronteras ‘técnicas’ ni limitaciones para proveer una excelente experiencia al cliente. La tecnología que facilita la vida de los huéspedes y la de los empleados ofrece una ventaja absoluta.

Domótica y automatización. Sin lugar a dudas, son imprescindibles los sistemas que contribuyen a mejorar el ahorro

Foto: Grupo ADD



energético del establecimiento, ya sean restaurantes u hoteles. En este sentido, “resultan muy aconsejables los sistemas domóticos que mejoran la experiencia y la estancia del usuario, como el control de iluminación, persianas, cortinas, música, etc. sobre todo en aquellos establecimientos hoteleros a los que se quiere ofrecer un plus”, indica el Managing Director de Gira Ibérica.

- **Sistemas de climatización:** desde Ingenium, ingeniería y domótica informan que “lo último es la zonificación, en la que se diferencia y se activa el clima en función de la demanda de cada una de las zonas del establecimiento”.

- **Sistemas de iluminación:** en este sentido, lo más común hoy en día es el led, pero también encontramos protocolos DALI y DMX que permiten incluso poder hacer juegos de colores en fachadas, indica Odón Losada.

- **Sistemas de sonido:** la tecnología referida al audio es quizás, junto a la de imagen e iluminación, aquellas que más interiorizadas tenemos tanto como profesionales como usuarios. Son tecnologías que se han ido perfeccionando hasta encontrarnos con sistemas de control remoto para escuchar música o crear un ambiente concreto para cada huésped.

- **Sistemas de seguridad:** aunque el primer tipo de aparato que se nos viene a

Foto: Omnitec Iberia

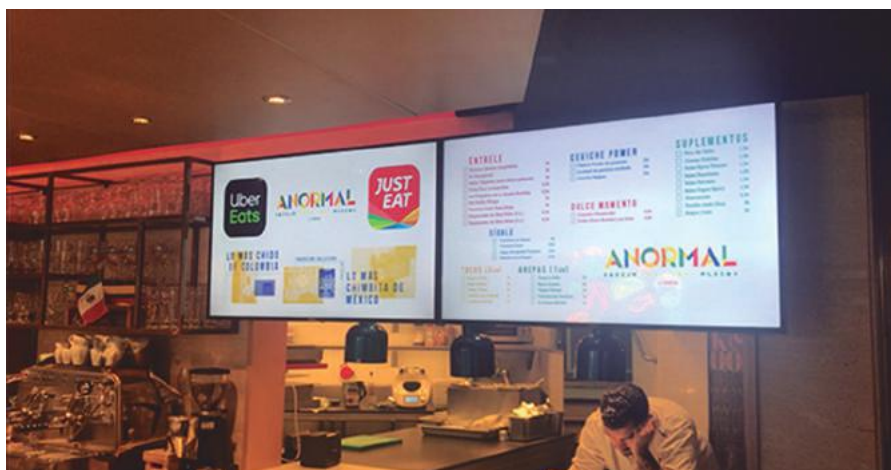
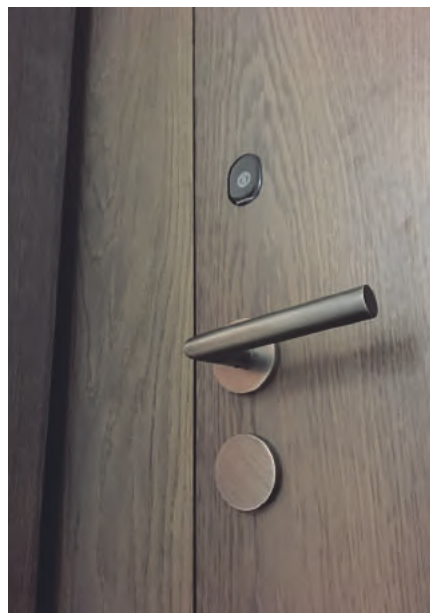


Foto: AMBIMEDIA

la mente es una cámara de videovigilancia o un sistema de alarma, Víctor González comenta que si el establecimiento cuenta con una piscina se pueden introducir sistemas tecnológicos que ayudarán a mejorar la seguridad, facilitará el trabajo de cada socorrista y, por supuesto, la experiencia del usuario será mejor.

- **Sistemas de imagen:** control inmótico en el que puedes controlar cualquier dispositivo de imagen: encendido y apagado, muestra de mensajes, cambio de canales. Para las salas de reuniones de hoteles, el control de proyectores mediante escenas, indica Odón Losada. También gracias a la conectividad, desde Televés apuntan a sistemas “que permite al huésped lanzar a la pantalla del TV de la habitación el contenido que él mismo lleva en su dispositivo y continuar viendo sus series preferidas (Netflix, HBO, Prime...) como si estuviera en su hogar”.

- **Sistemas de carga:** lo último son las cargas inalámbricas en las que se traspasa batería entre diferentes dispositivos. Cada vez más hoteles y establecimientos ofrecen la recarga de vehículos eléctricos, señala el Director Comercial y Marketing de Ingenium, ingeniería y domótica. Además, Carlos García añade que “en el caso de las estaciones de carga para móviles, no solo se han presentado nuevos modelos que se adaptan cada vez mejor a las distintas necesidades de los establecimientos y consumidores. Sino que, además, en estos últimos meses, hemos podido incluir en nuestro catálogo las primeras estaciones de carga que funcionan con energía solar. Todo un avance”. Otros ejemplos en este tipo de sistemas son

los tótems con espacios para publicidad o con pantallas LCD, nueva generación de power banks, wireless invisible para todo tipo de mobiliario, mesas, mesillas..., sistemas con placa solar para las zonas de terraza y piscina, apunta el Gerente de Tecnoloop.

- **Sistemas de control de accesos:** desde Nuki ponen el foco en la revolución de los accesos inteligentes y las nuevas formas de acceso a través de la combinación del hardware y la app para el smartphone. Su visión “tiene como objetivo hacer que las cerraduras de las puertas actuales sean más inteligentes para así sustituir a las llaves físicas tradicionales, una cerradura con funcionamiento a través de bluetooth que permite el acceso inteligente a través de su teléfono móvil”.

Desde Epson Ibérica opinan que “la integración del Internet of Things, la inteligencia artificial y la proyección para creación de ambientes personalizados apunta a ser la tendencia en el futuro. Así, con la información que pueden aportar los dispositivos inteligentes que todos llevamos encima, el reconocimiento facial o sensores aplicados en superficie, se podría activar una proyección u otra, modificando ambientes. En el ámbito de la gestión de restaurantes, la tendencia es a la descentralización y atención individualizada, con lo que la apuesta en I+D+i es seguir trabajando en dispositivos móviles de mayor autonomía y compactos”.

En cuanto a las novedades de estos tipos de sistemas y tecnología, Jose L. Pineda detalla que van encaminadas, hacia:



Foto: Gira Ibérica

- **Monitorización:** el mantenimiento y control de costes de todos los suministros e instalaciones necesarios que hacen que un hotel funcione a la perfección siempre es una prioridad entre los temas de gestión. Por un lado, porque una avería inesperada no solo va a causar molestias a los huéspedes, sino que también puede hacerle perder ingresos. Sistemas como el IoT en hoteles facilita lo que se conoce como el mantenimiento predictivo, lo que permite detectar cualquier problema y que éste no se convierta en una avería o imprevisto grave. Por otro lado, la gestión de los suministros también se puede optimizar en los hoteles inteligentes, al mismo tiempo que se consigue mejorar la eficiencia energética de las instalaciones.

- **Eficiencia energética:** los sensores y los termostatos inteligentes son los dispositivos tecnológicos más óptimos para conseguir que un hotel mejore su eficiencia energética y los cambios no sean susceptibles al capricho humano. Contar con dispositivos que pueden controlar la temperatura, la humedad o la iluminación de cada espacio, modificarla según la presencia de huéspedes o detectar un consumo excesivo relacionado con algún problema o avería es vital para este tipo de servicios.

- **Conectividad:** de media, cada huésped que se aloja en un hotel lleva consigo entre dos o más dispositivos digitales que le proporcionan el acceso a los servicios e información que necesita. Para una buena experiencia y superar las expectativas del cliente, los hoteles

deben ser un espacio donde las redes e internet funcionen sin limitaciones y con la velocidad y calidad necesaria para una navegación satisfactoria.

- **Servicios personalizados:** de manera que el huésped pueda acceder a contenidos audiovisuales como si estuviera en su casa. Estos servicios hacen posibles nuevas opciones para adaptar la gestión de una reserva hotelera a cada cliente. Poder realizar un check-in virtual, acceder a una habitación mediante una llave virtual o reconocimiento facial ya es el presente, y opciones que el huésped nativo digital reclama. Evidentemente, toda esta capacidad de adaptación del hotel inteligente le proporciona mucha información sobre su huésped, por lo que las posibilidades para la mejora y

“Los sensores y los termostatos inteligentes son los dispositivos tecnológicos más óptimos para conseguir que un hotel mejore su eficiencia energética y los cambios no sean susceptibles al capricho humano...”

personalización son exponenciales. Las soluciones tecnológicas son facilitadores para que cualquier hotel logre ser un hotel inteligente y mejorar su posicionamiento frente a un tipo de huésped que da prioridad al valor experiencia y a la eficacia de los servicios.

Como vale más un hecho que mil palabras, Jose L. Pineda, de Televés, expone varios casos de éxito donde la tecnología ha sido beneficiosa para el establecimiento:

1. Hotel Aloft Cupertino, California. En este hotel de Silicon Valley la plantilla está formada por robots que atienden cualquier demanda de los huéspedes o les comunican la información que necesitan.

2. Virgin Hotels Chicago. En este caso, se ha optado por el desarrollo de una aplicación que reúne todas las gestiones y necesidades que puede tener un huésped. Desde un sistema interactivo, se puede realizar el check-in, pagar la

Foto: Nuki



factura a la salida o controlar todo lo relacionado con la habitación, como la temperatura, la luz o los dispositivos audiovisuales.

3. Cadena hotelera CitizenM. Esta famosa cadena, presente en las ciudades más turísticas del mundo, cuenta con una tablet en cada habitación para que el cliente pueda realizar cualquier acción, desde comunicarse con el staff a subir las persianas o controlar el termostato. Se trata de un sistema en el que también se han incorporado servicios digitales de domótica y tecnología IoT.

4. Hotel Ecclestone Square, Londres. Este hotel es un abanderado en la creación de la habitación inteligente, donde los servicios digitales permiten al cliente tener una estancia personalizada y muy interactiva, gracias a las tablets que actúan como dispositivo para controlar la habitación, pantallas planas en el baño o sistemas automatizados para controlar la luz, el hilo musical e, incluso, el agua de la ducha.



Foto: Ingenium

5. Hotel Shangri-La Doha, Qatar. Entre los sistemas desarrollados se encuentra una red de fibra óptica (FTTR) que permite la conectividad en cualquier punto y desde cualquier dispositivo, ya sea ofrecido por el hotel o los personales de cada

cliente. Junto a ello, una solución da acceso a cientos de contenidos de entretenimiento, plataformas OTT o a la consulta y contratación de ofertas de ocio gestionadas por el hotel. Los baños cuentan con sistemas 'mirror screen' y

STREAMING EXPERIENCE

DISFRUTA DE LOS CONTENIDOS DEL MÓVIL EN LA TV DEL HOTEL

EL CLIENTE SE SENTIRÁ COMO EN SU CASA



Más de 1000 apps disponibles

(chromecast.com/apps)

Solución Casting STAYCAST™ powered by Chromecast

Compatible con Android, iOS y ChromeOS



Televes

MÁS SOBRE LA TECNOLOGÍA Y LA EFICIENCIA ENERGÉTICA

Como hemos podido ver, una de las bases por las que la tecnología avanza es su relación directa con los beneficios en cuanto a eficiencia energética que pueden propiciar. De hecho, Luis M. Ortega (Crambo) cree que “el tema energético es clave en estos momentos donde el cambio climático y las empresas ‘verdes’ son una necesidad. Toda la tecnología está evolucionando hacia la eficiencia energética”.

En cuanto a esto, Víctor González (Nagi Smartpool y NBN23) explica que se está trabajando “hacia una tecnología que sea sostenible y beneficiosa para el medioambiente. No se trata solo de conseguir avances tecnológicos, sino que éstos sean lo menos costosos posibles y que se utilicen los mínimos recursos porque la conciencia social nos lleva a tratar de preservar los recursos del planeta y conseguir que éstos no se acaben más rápido por la mano de las personas”.

Según ejemplifica Roberto Menéndez (Grupo ADD), “las nuevas tecnologías evitan repetir acciones innecesarias y permiten el uso más eficiente de recursos. Me impresiona ver cómo en el año 2020 vas a un hotel y te hacen firmar físicamente un papel para archivar, cuando un proceso así se puede digitalizar muy fácilmente. Cuando un cliente hace un check-in con uno de nuestros robots, se hace digitalmente. Y la salida, puede realizar su check-out de la misma manera y el robot envía automáticamente la factura por email. Todo con muy pocos pasos para el cliente y sin una sola pieza de papel en el proceso. Éste es tan solo un pequeñísimo ejemplo de cómo la tecnología puede ayudar al medioambiente”.

Odón Losada (Ingenium, ingeniería y domótica) explica que “lo más importante es reducir el consumo energético, pérdidas energéticas y aumentar el rendimiento. También un punto importante es dotar a ciertos productos de la autonomía suficiente para que solo estén en funcionamiento en los momentos adecuados y se puedan apagar en caso de no ser necesarios. Todo esto sin necesidad de que el usuario deba estar pendiente del sistema”. Por ejemplo, “los sensores y los termostatos inteligentes son los dispositivos tecnológicos más óptimos para conseguir que un hotel mejore su eficiencia energética y los cambios no sean susceptibles al capricho humano”, indica Jose L. Pineda (Televés).

También se debe trabajar en las fuentes de energía que empleamos en el funcionamiento de estas tecnologías, por ejemplo, “las cerraduras electrónicas están optimizadas para ser totalmente eficientes. Basta con cuatro pilas alcalinas normales para que las cerraduras funcionen durante más de tres años”, comenta Patxi Elduayen (Omnitec Iberia). Así, observamos que cada vez más hay “sistemas con placas solares y diferentes soluciones para ser más eficientes”, añade Alfonso Ortega (Tecnoloop).

Por su parte Rafael Cervantes (NFON Iberia) apunta que “hay un estudio que destaca que los servicios en la nube son más eficientes energéticamente y mucho más eficaces en términos de emisiones de carbono que los centros de datos tradicionales. Además de esto, alojar los servicios en la nube permite acceder desde un solo dispositivo, lo cual reduce los dispositivos de uso, acceder a las herramientas desde cualquier lugar, teletrabajar si es necesario reduciendo así los desplazamientos”.

desde las pantallas de las habitaciones se pueden realizar cualquier gestión o sincronizar dispositivos y plataformas personales con toda seguridad y privacidad.

El hotel tecnológico del futuro

Estos ejemplos de hoteles tecnológicos hacen vislumbrar cómo serán los del

futuro. Sin embargo, es interesante conocer cómo se los imaginan los expertos en la materia.

Desde el punto de vista de Jose L. Pineda, de Televés, “teniendo en cuenta que los clientes del hotel cada día son más jóvenes Gen-Z y Gen-Y (33% entre 24-36 años y 10% entre 18-23 años) y que en muy pocos años los millennials se

habrán convertido en el principal mercado de consumo, creo en la necesidad de que todo el hotel sea puramente digital y controlable a través de un teléfono”.

Un hotel, “completamente conectado para que todos los servicios que se alojan en servidores Cloud sean eficientes y rápidos. Domotizados, donde ese conjunto de tecnologías aplicadas, puedan ‘correr’ por las diversas conexiones y cableados del hotel sin problemas y, finalmente, robotizados donde los empleados podrán contar con la ayuda de un robot de software en sus tareas diarias”, considera el Partner Manager de NFON Iberia.

En este sentido el CEO Digital de Grupo ADD ve “un hotel gestionado por humanos, robots y asistentes holográficos, todos con un objetivo común, la satisfacción y fidelización del cliente”.

Por su parte, Luis M. Ortega, de Crambo, lo imagina “mucho más ágil, donde cuando llegue me reconozca, sepa a qué temperatura me gusta la habitación, qué tipo de almohadas suelo usar, los servicios que más utilizo, etc. En definitiva, que la habitación sea una extensión de mi propio hogar, con mis contenidos, mis gustos... Quiero que la experiencia sea única para mí y para eso la tecnología es clave”.

Víctor González opina que “el hotel tecnológico del futuro podría funcionar

Foto: Televés



por sí solo con todo tipo de accesorios, funcionando de una forma digital y con los avances tecnológicos que hagan la estancia un poco más cómoda. Por supuesto, contará con todo tipo de elementos robóticos que harán el trabajo que se hace ahora pero algo más rápido y de forma más efectiva también. Nos lo imaginaríamos todo funcionando a través de códigos y donde una clave podría permitirte desde entrar a la habitación hasta pedir el menú del desayuno desde alguna aplicación". De igual modo lo entienden desde Ingenium, ingeniería y domótica, "el objetivo final es que el sistema llegue a ser totalmente autónomo y adecúe las estancias según las necesidades del cliente, disminuyendo cada vez más la interacción entre cliente/usuario y sistema".

Respecto a esto, desde Battaver puntualizan que será un hotel que, sin dejar de lado la importancia que tiene la atención personalizada y la interacción humana a la hora de tratar con el cliente, cuente con una equipación tecnológica sofisticada, enfocada a satisfacer las necesidades, crear nuevas experiencias y superar las expectativas de los huéspedes.

De hecho, que sea una experiencia totalmente automatizada ayudará que el personal realmente pueda tomarse tiempo para atender las necesidades y deseos individuales y personalizadas de los clientes, ya que la tecnología se encargará de las tareas básicas, apunta Christoph Lückl, de Nuki Home Solutions GmbH.

La Responsable de Marketing de Movilok Interactividad Móvil también considera



Foto: Nuki

que será un establecimiento "totalmente automatizado y controlable desde nuestro móvil. Con el check-in vamos a sincronizar nuestro dispositivo móvil con todos los equipos de la habitación: cerradura, temperatura, luces, persianas, televisor, altavoces, etc. Podremos vincular el número de reserva con nuestro móvil y el equipamiento tecnológico de la habitación. A partir de ahí nuestro móvil será la clave para una estancia confortable".

Lo que está claro es que "gracias a las innovaciones tecnológicas e integración de sistemas de domótica, el sector hotelero podrá proporcionar a sus clientes una amplia gama de servicios centrados en un enfoque individual para cada huésped, haciendo que toda su estancia en el hotel sea lo más cómoda, eficiente y segura, reduciendo los costes energéticos", comentan desde Gira Ibérica. Es más, Rafael Ibáñez cree firmemente que contarán

con "dispositivos diferenciadores en el punto de venta: espejos interactivos, mesas digitales, higienizantes de manos, soportes digitales para sobremesa, etc., haciendo que el cliente llegue al contenido audiovisual por atracción de otro servicio y que se sitúe en disposición de ver las ofertas durante más tiempo".

"Aunque suene contradictorio, el hotel del futuro debe ser el 'No hotel'. Es decir, el cliente al llegar debe sentirse como en casa. Debe notar que el proceso de llegada al hotel es simple, que no tiene que esperar, que tiene toda la información que necesita en su móvil o tablet y que no necesita que le den instrucciones sobre cómo usar los elementos de los que dispone en el establecimiento o cómo llegar a los lugares que necesita. Si conseguimos esto, conseguiremos que el huésped pase de creer que está en un hotel a sentirse como en casa. Ese debe ser el objetivo de los hoteles", sentencia el Director General de Omnitech Iberia.

Foto: Omnitech Iberia

Foto: NBN23

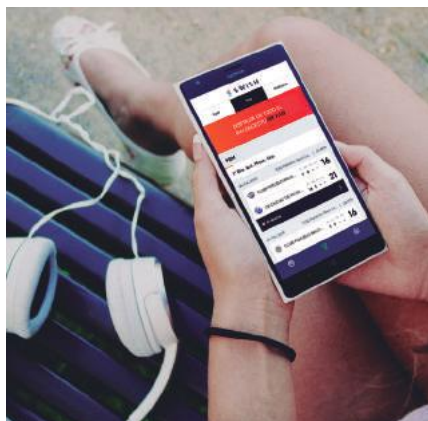




Foto: Alvarez Group

Servicio de mesa

Sin olvidarse de la desinfección

Los hosteleros son cada vez más conscientes de la importancia que cobra el servicio de mesa entre los comensales. Un aspecto que puede ser diferenciador y hacer sobresalir nuestro negocio entre la competencia. Mantelería, mobiliario, cristalería, menaje, cubertería..., todos y cada uno de los elementos cuentan para dar un excelente servicio de mesa. Sin embargo, de nada sirve conocer y equipar adecuadamente si no se cumple un riguroso protocolo de higiene y desinfección, tanto para los elementos que conforman dicho servicio, como el propio espacio donde se desarrolla o el personal que lo lleva a cabo.

Dada la situación de competencia extrema que sufren los establecimientos del sector de la restauración en nuestro país, se hace fundamental conseguir alcanzar indicadores de diferenciación de cara a sus comensales. De entre los aspectos en los que se puede incidir para sobresalir por encima de los demás negocios de esta índole, encontramos al servicio de mesa y cómo presentamos nuestros productos. Un aspecto de gran relevancia, ya que la imagen que queremos mostrar con nuestro diseño interior, se ve reforzada por la imagen que revelamos con este servicio.

Los consumidores de hoy en día buscan ambiente y estilo, así como productos y servicios de calidad. Lo esencial es convertir su establecimiento en un destino donde los clientes puedan experimentar la experiencia general que están buscando. Por lo tanto, se debe prestar atención a los detalles. Como tal, la presentación de la mesa es de importancia y debe ser utilizada como una herramienta, explica Karen Marini, Trade Marketing Manager Europa del Sur de Duni.

En este sentido, Antonio Pérez, Vicepresidente Grupo Heleo-Indalim, identifica al servicio de mesa como, sin duda, “un factor diferenciador”. De hecho, Eva Lorente, Directora de Marketing de Alvarez Group, matiza que “es un factor que afecta de manera directamente proporcional”. De igual modo, Félix Martí, Director General de Resuinsa, concreta que “un buen servicio de mesa puede, sin duda, condicionar una velada y convertirla en irreplicable. La comodidad, el diseño y la textura influyen a la hora de convertir un encuentro en un momento único”.

Es más, según comenta Mamen Pérez, Gerente de Carmela Martí, “la presentación de la mesa, al igual que el resto de elementos decorativos, transmite una sensación que dice mucho del establecimiento, incluso antes de que los platos lleguen a la mesa. Por este motivo, la ‘mise en place’ debe ser muy cuidada y acorde a la imagen que se quiere transmitir del establecimiento”.

Foto: Carmela Martí



Foto: Resuinsa

Influye hasta el punto de que puede cambiar el gusto de un alimento o la cata de un vino, ejemplifica Manuel Arbaiza, Director de Arbaiza Vilallonga.

La influencia en la presentación y la elección de los elementos escogidos es más importante de lo que se pueda creer, ya que es la primera impresión de cara al comensal. Una buena imagen puede influir positivamente incluso ofreciendo una comida normal, apuntan Vicent Pons y Luis Peiró, Responsable de Proyectos e Instalaciones y Responsable de Menaje de Muñoz Bosch, respectivamente.

Asimismo, la presentación de la mesa va ligada con la categoría del establecimiento. Un restaurante con precios caros, obviamente tendrá un paramento mayor y de mejor calidad, y viceversa en el económico, señala Marc Ceron, Vocal de la Junta Directiva de Grupo Dino.

Los que están al alza

La Gerente de Carmela Martí explica que “a la hora de vestir la mesa la creatividad y la originalidad son valores en alza para potenciar la identidad del restaurante y que deje una huella en el comensal. La mantelería es un elemento con el que innovar para crear distintas sensaciones”. Por ello, comenzaremos por el análisis de este elemento.

Mantelería. Actualmente, “si se quiere dar un aire informal a la mesa generalmente

optaremos por caminos de mesa o manteles individuales, mientras que si queremos transmitir calidez y formalidad elegiremos una mantelería más completa”. Por este motivo, “consideramos que es importante contar con la experiencia de un profesional que pueda diseñar una ‘mise en place’ que aporte a la experiencia global del establecimiento”, opinan desde Carmela Martí. Aunque, cada vez más, debido a la tendencia actual, es habitual ver establecimientos de ‘target’ alto sin mantelería y con menaje básico en la mesa, apunta el Vocal de la Junta Directiva de Grupo Dino.

Respecto a esto último, desde Grupo Heleo-Indalim añaden que “lo nuevo es utilizar lencería desechable decorada” pero, “depende de la categoría del establecimiento”.

“La mesa desnuda, es decir sin mantel, se ha impuesto en los últimos años, incluso en establecimientos de alta gama. Cada establecimiento intenta crear su propio concepto para ofrecer a sus clientes una experiencia única y memorable. Por lo tanto, los muebles son importantes, y algunos profesionales quieren que sus mesas sean visibles. Respecto a esto, tenemos dos formas de apoyarlos: ofreciéndoles servilletas funcionales, de notable calidad, adaptadas a sus necesidades. El formato de ocho pliegues y la bolsa para cubiertos son muy populares. ¡Su instalación es rápida! Si la decoración de la mesa es minimalista, la elección de la servilleta debe considerarse



Foto: Vayoil Textil

con mucho cuidado: comodidad de uso para el cliente, dimensiones, color para armonizar con el diseño del lugar, decoración de temporada para adaptarse a la carta, o personalización para construir la imagen de marca. La otra forma es ofrecerles una cobertura parcial de la meseta. Un mantelito o ‘tête-à-tête’ bien elegido puede coordinarse perfectamente con la tabla e incluso mejorarla. Además, es una garantía de higiene para el cliente. Durante la comida, no es agradable tener que colocar los cubiertos en la mesa y volver a ponerlos en la boca”, expone la Trade Marketing Manager Europa del Sur de Duni.

Para aquellos que aún visten la mesa con la mantelería, según informa la Directora de Marketing de Alvarez Group, se “apuesta más por los materiales respetuosos con el medioambiente como el algodón 100% (material biodegradable y compostable). Se trata de una solución sostenible, de diseño y personalizable, que permite cambiar la presentación del servicio de mesa en cualquier momento sin la rigidez y los costes de inversión y limpieza de la lencería textil tradicional”. Desde el punto de vista del Vocal de la Junta Directiva de Grupo Dino, “el algodón es la más utilizada, luego la mezcla de algodón y fibra es bastante habitual. Para hechos puntuales está el lino o bien manteles de diseño o de materiales complejos”.

También, como comentan desde Carmela Martí, hay una clara tendencia hacia la sostenibilidad, con la intención de trabajar con textiles que ayuden a cerrar el círculo de la economía de consumo, como por ejemplo, “tejidos hechos a

base de materiales reciclados, por un lado plásticos PET, como pueden ser los procedentes de botellas y envases, y por otro lado, algodón reciclado, una alternativa sostenible, sin perder un ápice de diseño ni funcionalidad”.

Otro material, es el papel tisú. “Productos de un solo uso de tisú 100% reciclado ayuda a los restauradores, hoteleros y hosteleros a ser más responsables con el medioambiente y convertir su negocio en sostenible”, añade Miriam Fernández, Responsable Comunicación de Gomà-Camps.

También observamos, según indican desde Resuinsa, que “la personalización de los textiles se ha convertido en uno de los aspectos más demandados y

deben guiarse por patrones de elegancia, pulcritud y coherencia. Así, los textiles de mesa deben adaptarse al perfil de cada establecimiento, a su diseño y espíritu, debe continuar su personalidad”. Por su parte, Mamen Pérez considera que “la personalización supone un valor añadido para potenciar la identidad propia del establecimiento. Gracias a la técnica de la impresión digital podemos diseñar una lencería de mesa única y exclusiva que se adapte completamente a la idiosincrasia del establecimiento”.

Tenemos que saber que “para eventos al aire libre siempre se debe elegir lencería blanca salteada con elementos de color, caminos de mesa o servilletas que contribuyan a darle dinamismo, pero en un maridaje perfecto con el entorno. Tonos pastel o beige son los más utilizados, y materiales como el lino siempre ofrecen un resultado exitoso. En interior, nos adaptaremos al aroma del local, a su voluntad gastronómica y a su perfil”, apunta Félix Martí.

Asimismo, para escoger el textil adecuado, “no podemos limitarnos al factor estético, sino que es muy importante tener en cuenta las propiedades técnicas de los tejidos para que ofrezcan funcionalidad y durabilidad. En el caso de las mantelerías deben ser de fácil lavado y planchado. También hay que tener en cuenta propiedades como que permitan una fácil limpieza mediante un

Foto: Bormioli Rocco



acabado de nanopartículas que bloquea la entrada de suciedad y permite la eliminación de manchas difíciles, incluso, sin la necesidad de agentes químicos de limpieza, simplemente con agua, informa la Gerente de Carmela Martí.

María J. Esteve, Directora de Comunicación y Marketing de Vayoil Textil, comenta que para ella es necesario que sean duraderas, con poder de absorción, si así lo requiere el establecimiento. Y, para conseguir estas prestaciones, la mantelería es preferible que esté fabricada con fibras naturales (algodón, lino...), y también cabe la posibilidad de utilizar el poliéster junto con dichas fibras que le aporta un mejor planchado. Muy importante también es la construcción de los tejidos, esto les dará mayor o menor durabilidad a las prendas. En la construcción de los tejidos interviene el grosor del hilo, la cantidad de hilos y de pasadas. Una vez construido el tejido, éste se transforma en las prendas demandadas a través del acabado y la confección. Este proceso es el que determinará el aspecto de la prenda terminada.

Otro elemento muy a tener en cuenta, según indican desde Vayoil Textil, a la hora de seleccionar una mantelería u otra es la medida de las mesas. Existen en el mercado muchos modelos de mesas: cuadradas, ovaladas, rectangulares, redondas e incluso con otras formas

Foto: Duni



Foto: Comercial Muela

geométricas, sin contar además con sus diferentes alturas. Por eso, es imprescindible estudiar cada prenda para que se adapte a las mesas y a las necesidades del cliente.

Por otro lado, en cuanto a los diseños, el Director General de Resuinsa señala que es momento para las mantelerías “lisas o con un diseño más personalizado, sea cual sea la elección las servilletas son una referencia en todas las mesas. Aunque la línea blanca sigue siendo un clásico, por su pulcritud y la alianza emocional de servilleta-limpieza, la línea actual es utilizarlas para rematar el diseño de la mantelería, llevando el cromatismo hasta sus últimas consecuencias. Son las portadoras de ese punto de ruptura que necesitamos llevar a la mesa para generar ese dinamismo que hace especial una velada”.

Además, las últimas tendencias dejan claro que las mesas no tienen por qué ser homogéneas y se abre un sinfín de posibilidades de combinaciones, ya sea diferentes estampados en un mismo tono, colores complementarios o manteles estampados con servilletas en colores sólidos. Por supuesto, los tonos elegidos deben ir en línea con la decoración del establecimiento, pero la mantelería ya no pasa desapercibida como un elemento secundario, sino que ayuda a aportar personalidad, potenciando los tonos utilizados en el interiorismo, apunta la Gerente de Carmela Martí. En este sentido, Miriam Fernández señala que “las variedades de color y tonalidades

de las servilletas y mantelería ofrecen al profesional de la mesa cantidad de combinaciones posibles para decorar mejor los distintos espacios en hoteles, restaurantes, salas, etc. El diseño, texturas, dibujos de las servilletas o manteles también dan un toque más elegante y de calidad, para diferenciarse de los demás y llamar la atención de los clientes”.

En definitiva, según analiza María J. Esteve, para que las mantelerías se ajusten a la necesidad de los restauradores u hoteleros, aconsejamos que a la hora de realizar la selección de las mantelerías se sigan estos cuatro pasos. Primero, decidir la composición del tejido con el que se va a fabricar la prenda. Algodón/poliéster, algodón 100%, lino/poliéster, lino 100% o composición de lino/algodón. La eterna duda en este apartado es la comparación de las composiciones: 100% algodón o 50% poliéster/50% algodón. En segundo lugar, elegir diseños y colores del conjunto de la prenda de la mesa. Vajillas, cuberterías, cristalería y manteles todos forman un conjunto, piezas de un mismo puzzle que hay que construir. Después, atender la medida de las prendas. Es muy importante, a la hora de realizar un pedido si las medidas tomadas son de prendas ya lavadas o nuevas ya que en el proceso de los primeros lavados sufren un pequeño porcentaje de encogimiento. También debemos tener en cuenta qué caída deseamos que tengan estos materiales. Y, por supuesto, qué formatos necesitan: caminos de mesa, manteles, manteles individuales...



Foto: CATERIDEAS

Por último y cuarto lugar, la confección y personalización: tipo de confección de las esquinas del mantel o servilleta, ancho del dobladillo, aplicaciones como festones, bordados y vainicas.

Mesas y sillas. Con esta nueva tendencia de mesa al desnudo, el mobiliario ha cobrado aún más relevancia en el servicio de mesa. Respecto a este elemento, desde Grupo Dino puntualizan que “el diseño del mobiliario actualmente se rige por materiales sostenibles de tendencia nórdica; el diseño moderno ha hecho un leve receso. Las mesas desean estar a vista en la actualidad, sin manteles, siendo confortables, prácticas y de poco peso”.

El Director General de Resuinsa explica que “lo importante es cuidar lo que se denomina la ‘mise en place’, que no es otra cosa que la disposición con la que se coloca cada elemento de la sala, desde la cubertería y la cristalería hasta la mantelería y el mobiliario, para optimizar el tiempo y conseguir en el cliente un disfrute total. A partir de ahí, lo importante es que el estilo de la mantelería esté hermanado con el mobiliario desde el tipo de mesa hasta las sillas. Por ejemplo, en mesas orientales el minimalismo manda, en colecciones de línea americana, la madera busca su sitio”.

La elección del diseño dependerá en todo momento, como indican desde Muñoz Bosch, “de las necesidades del

cliente, variando en función de aspectos como su aforo y el nivel de restauración”. En función de la calidad del local se emplearán maderas nobles o bien plásticos inyectados, uso de propileno... Una de las prioridades actuales es mejorar la calidad, detalla el Responsable de Proyectos e Instalaciones y el Responsable de Menaje de Muñoz Bosch.

También en cuanto al tipo de materiales más utilizados para este mobiliario, Marc Ceron apunta a “la madera y sus derivados como los más utilizados actualmente, ahora bien, dependiendo ‘del bolsillo’ del propietario, influirá en la mejor elección de los mismos”.

Es muy importante que “los materiales vayan siempre en armonía con el diseño, todos los elementos deben estar en consonancia y los materiales del mobiliario son una parte fundamental de este maridaje. Estamos en una etapa en la que la vuelta a la naturaleza, al espíritu romántico va dejando su impronta, por ello la madera y lo natural va cobrando fuerza en el diseño de interiores”, añade Félix Martí.

En este sentido juega también un papel importante, las tapicerías del mobiliario, pues según explica el Director General de Resuinsa, “tienen que estar coordinadas en una fórmula perfecta. Una tapicería con un servicio de mesa de estilos diferentes puede romper la armonía del

establecimiento y dar la sensación de improvisación o dejadez. Es importante que tapicería y mantelería estén en línea, no podemos tener una tapicería geométrica y una mantelería floral”.

En este sentido, Mamen Pérez apunta que “las tapicerías, al igual que el resto de la decoración deben ser coherentes con la imagen que se quiere transmitir del establecimiento. Priman los colores neutros como el beige o el greige, que transmiten paz y calidez y una serena conexión con la naturaleza. También están de moda los estampados geométricos que pueden aportar dinamismo y creatividad a la estancia. El terciopelo es un material que no pasa de moda”.

Por otro lado, las tapicerías deben ser de materiales que permitan una buena limpieza y desinfección. Hay distintas calidades, pero no deberían alterar el color durante su vida útil. Además de que sea cómoda, concluyen desde Grupo Dino.

Menaje. Desde Alvarez Group explican que “por un lado, hay una clara tendencia por los colores neutros, texturas naturales, y acabados mates, pero a la vez hay también una apuesta por el color y las presentaciones ‘mix&match’. En cuanto a materiales depende del uso y/o del punto de venta en concreto y la resistencia que requiera de acuerdo a su tráfico”.

Foto: Bormioli Rocco



Respecto a esto, Alejandro Crespo, Trade Marketing de Bormioli Rocco, señala que “es tendencia en vajillas y platos individuales el vidrio opal colorado, en colores pastel, y más de cara a los meses de primavera y verano que están por llegar”. También observamos el uso de vidrio transparente; vidrio templado para dotar de mayor resistencia al artículo, necesario cuando van a estar sometidos a roces, golpes, etc., y/o vidrio cristalino para disponer de artículos de un gran valor añadido, ya que es el tipo de vidrio más parecido al cristal”. Asimismo, desde Muñoz Bosch detallan que “llevamos un tiempo en que las vajillas resistentes están en primera línea de salida, principalmente las vitroporcelanas, así como antiguamente eran aburridas, hoy en día han sabido leer el mercado y fabricar con esa durabilidad que las caracteriza unos diseños coloridos, geométricos y atractivos. También está muy al alza para combinar con el resto de la vajilla el gres y cuanto más artesanal sea más aceptación tiene”.

Al igual que en la decoración y en el mantel, la búsqueda de naturalidad y neutralidad son los principios básicos actuales. Contar con vajillas de tendencia barroca o recargada ya no es la que más apoyos tiene, apunta Marc Ceron. “Cada vez tenemos más tendencias en vajilla, la sobriedad se queda atrás y la vajilla se convierte en un importante elemento transmisor de nuestro mensaje. La combinación de colores y formas orgánicas, junto al respeto hacia el medioambiente son sin duda algunas tendencias en alza para este 2020.

Foto: Muñoz Bosch



Foto: Duni

Colecciones con distintos relieves y colores, que nos transmitan artesanía y a la vez sean respetuosas con el medioambiente en su producción”, señala Roberto Lorente, Director Comercial de CATERIDEAS.

Cristalería. En este tipo de productos, “el cristal sigue siendo el protagonista, aunque también aparecen algunos vasos en porcelana o gres atractivos”, indica la Directora de Marketing de Alvarez Group. Además, por calidad y estética, el vidrio cristalino es el más deseado para las copas, por el alto valor añadido que les proporciona, añade Alejandro Crespo. También, desde Grupo Dino apuntan que “el vidrio con bajo índice de plomo es una buena solución, pero en la actualidad se

precisa de materiales nobles con los que disfrutar de un buen vino, cerveza...”.

Vicent Pons y Luis Peiró recalcan que “la cristalería es muy importante y si además el vino tiene un sitio importante dentro del negocio todavía más. Está mas que comprobado que degustar un vino, incluso un agua en un vaso o copa de diferentes calidades, su sabor varía y mucho, generando unos matices que quizá no encuentres en otras calidades”.

El kit básico debe ser el vaso de agua, a partir de aquí, la mesa debe formarse en base a la bebida que escojan los clientes. Contar con un armario con copas para diferentes vinos, refrescos, espirituosos o alcoholes, sería toda una buena apuesta,

Foto: Meneses





Foto: Gomà-Camps

propone el Vocal de la Junta Directiva de Grupo Dino. En este sentido, desde Bormioli Rocco comentan que “en vasos, se puede hacer una clasificación por el tamaño y capacidad del artículo: vasos tipo agua (26 cl), los DOF o vasos anchos (36-42 cl) o los de refresco o “cooler” (46-49 cl), y también vasos para chupito (4-11 cl) y los de vino (15-20 cl).

Cubertería. Alfonso Bravo, Director General de Rhointer España, detalla que la combinación más elemental de cubertería consiste en la cuchara, el tenedor y el cuchillo de mesa junto a un cuchillo de carne. Si elevamos el nivel del servicio, es necesario introducir la pala y el tenedor de pescado, así como la cuchara de café-té. Tampoco deben faltar, en un establecimiento de alto nivel gastronómico, el refinamiento del set de cuchara, tenedor y cuchillo de postre, la delicadeza de la cuchara de moka e, incluso, para cumplir el protocolo completo, la singularidad de la cuchara de consomé y la elegancia de la pala de mantequilla.

“Además de los cubiertos para los comensales, se pueden incluir piezas de servir como: cucharón, cacillo para servir, cuchillo para trincar o cortar piezas grandes, etc. Y, para cumplir con el protocolo, se puede contar con piezas más sofisticadas como: cubiertos para el pescado, cucharillas para el helado o sorbete, cuchara salsera, y alguna que otra pieza que pueda ser necesaria para el tipo de menú ofrecido”, añade

Roberto Lorente, Director Comercial de CATERIDEAS. Incluso, “dependiendo de qué plato se sirva se podría necesitar algún cubierto especial, como por ejemplo, cubierto para marisco y, siendo más elitista, la cuchara para caviar, pala de Foi o mantequilla”, completa Manuel Arbaiza.

Dosificadores. Marc Ceron explica que “desde hace unos años, se introdujo la normativa de envases irrellenables a fin de garantizar el uso de buenos productos para aliñar”. En este sentido la Directora de Marketing de Alvarez Group profundiza en que “en la normativa vigente los elementos que complementan el servicio de aceite, vinagre son bases o caddies para el transporte y presentación de

las botellas en las que se presentan. En cuanto a la sal y la pimienta, a veces se incluyen junto con el aceite y el vinagre o pueden acompañar la mesa como elementos individuales. Especialmente interesantes los servicios de aceite con una selección de aceites y plato degustación o los servicios de sales con distintas opciones y con una presentación especial”.

Junto a todos estos elementos, y con la intención de decorar y vestir de forma completa un servicio de mesa, podemos incluir artículos del tipo: jarrones, velas, centros de mesa... En opinión de Eva Lorente, éstos “son un plus porque ayudan a crear un ambiente en torno a la mesa. Pero es importante que estén bien escogidos para que no sean una molestia o roben demasiado espacio”. Es más, respecto a ello, el Director Comercial de CATERIDEAS apunta que “una adecuada decoración en la mesa mejorará el ambiente y proporcionará a los clientes un ambiente cálido y muy agradable. Además, siempre se pueden hacer variaciones con los elementos decorativos para impresionar a los comensales con cada visita”. Sin embargo, “una vez empezado el servicio, deberían desaparecer, o como mucho, que conviva una mínima presencia de ellos en la mesa”, puntualiza Marc Ceron.

Higiene y desinfección

De nada sirve que consigamos equipar y vestir adecuadamente nuestro servicio

Foto: Bormioli Rocco



de mesa, si hay carencias de higiene y desinfección en él. Para Vicens Hernández, Director Comercial de Instaquim, “la denominada restauración moderna representa retos en la garantía de higiene y desinfección. Dando por echas las correctas prácticas en este apartado en el interior del establecimiento, así como las del personal que manipula los alimentos y la desinfección de verduras. Las tendencias actuales de control y reducción de desechables, hace cada vez más usual la no utilización de manteles de papel o la sustitución de éstos por otros tipos de manteles reaprovechables, esta práctica conlleva la correcta higienización de todas aquellas superficies donde puede haber contacto directo con los alimentos que vamos a ingerir”.



Foto: Alvarez Group

Según opina José Ignacio Cebriá, Director Gerente de Industrias Vijusa, “la higiene es fundamental antes, durante y después de cada servicio de mesa. La seguridad alimentaria, la imagen, la garantía de limpieza y si es posible la desinfección son fundamentales”. Además, según

añade Oscar Moral, Product Manager Colectividades de Proquimia, es “un papel principal ya que es fundamental para garantizar que los clientes puedan disfrutar de los alimentos de forma segura”.

Hasta el momento, los hosteleros dan más importancia al factor visual y económico, que al factor invisible de la mesa, pero poco a poco se va avanzando, siempre en base a normativa o por factores puntuales, explica el Vocal de la Junta

DUNI

CAUSA UNA MAYOR IMPRESIÓN.

NUEVO DUNILIN® MAX – 40 X 60 CM

- Maximiza la experiencia del comensal
- Maximiza la velocidad de preparación de las mesas
- Maximiza la higiene y la facilidad de uso
- Minimiza tu huella con material compostable

VER PARA CREER.
SOLICITA YA MUESTRAS GRATUITAS EN [DUNI.ES/MAX](https://duni.es/max)





Foto: Comercial Muela

Directiva de Grupo Dino. Gracias a ello, “cada día el sector hostelero está más profesionalizado, concienciado en la labor de limpieza y desinfección”, indican desde Industrias Vijusa.

En este sentido, se observa que cada vez más los profesionales de la hostelería comprenden que los comensales aprecian poder pasar un buen rato en sus establecimientos. El tema de la limpieza, en cualquier foco del local ya se da por hecho. Por lo tanto, cada servicio debe estar impecable, añade la Responsable de Comunicación de Gomà-Camps.

Con ello se demuestra que “cada vez se le está dando más importancia”,

Foto: Arbaiza Vilallonga



indica el Product Manager Colectividades de Proquimia. Sin embargo, Rafa Muñoz, Director de Ventas de Muñoz Bosch comenta que siempre se puede mejorar con un protocolo de actuación adecuado. Por lo que es muy importante el asesoramiento por parte de empresas, que ponen en marcha este tipo de protocolos con productos específicos con todas las garantías.

El Director de Ventas de Muñoz Bosch establece como fundamental contar con:

Un protocolo de actuación: para realizar un buen protocolo de higiene y desinfección, Antonio Pérez explica que debemos tener claro que “hay dos tipos de servicios: de barra y mesa de tapeo y de comedor. En el primer caso, está claro que la utilización de higienizantes en la limpieza está pendiente. En la mesa de comedor la utilización de servilletas y manteles de calidad desechables en sustitución de la tela es la nueva apuesta por la higiene”.

“La experiencia gastronómica es global, por lo que el buen servicio de mesa debe ir acompañado de una higiene adecuada, tanto del espacio destinado a los comensales como los aseos. Los baños deben disponer de todos los elementos básicos: dosificadores de jabón y gel, papel higiénico y papelera con tapa. También es frecuente encontrarse con higienizadores del asiento del inodoro”, explica Jacinto Díez, Director de Comunicación de Rentokil Initial.

A su vez, la aromatización de espacios como parte integral del servicio de higiene está tomando cada vez más fuerza. Con respecto al espacio destinado a las mesas, es importante que esta área esté pulcra y que no presente ningún tipo de infestación de plagas, “contamos con un sistema de alerta temprana de infestación por roedores que nos permite conocer en tiempo real la situación de control del cliente al estar monitorizando 24/7 todos los dispositivos instalados y prevenir y tratar así de forma eficiente cualquier posible infestación de ratas y ratones”, añade Jacinto Díez.

Un responsable que lo valide de forma constante.

Desinfectante con registro HA: desde Industrias Vijusa explican que el principal elemento es el uso de desinfectantes autorizados para su uso en industria alimentaria (HA) siguiendo las normas de uso y tiempo de contacto indicado por el MSC. El Director de Ventas de Muñoz Bosch indica que los hay sin aclarado en base alcohol y con aclarado en base acuosa.

Los utensilios de limpieza comunes en un buen estado: en este sentido, según indica el Vocal de la Junta Directiva de Grupo Dino, “un producto multiusos y unas gamuzas semidesechables sería el kit básico de higiene y desinfección de

Foto: Duni





Foto: Alvarez Group



Foto: Vayoil Textil

mesa. A partir de aquí, todo añadido, serán productos bienvenidos". Como por ejemplo, "detergentes y desinfectantes debidamente acreditados y todas aquellas herramientas para su correcta aplicación; desde pulverizadores, pasando por bayetas, estropajos y los

EPIS necesarios para cada producto que garanticen la seguridad del trabajador", indican desde Proquimia.

El Director Gerente de Industrias Vijusa señala que "dependiendo del material que esté confeccionada la mesa disponemos

de una amplia gama de productos, multiusos, detergentes, desinfectantes..., para cada uno de los materiales". Por ejemplo, desde Grupo Heleo-Indalim apuntan hacia "higienizantes de superficies, higienizantes en la limpieza general, lavavajillas antibacterias, trapos

 **heleo**
Grupo

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



Foto: Carmela Martí



Foto: Resuinsa

de limpieza desechables, una buena dotación de toallas e higiénicos en papel para los servicios y un buen lavado de menaje y cubiertos en máquina lavavajillas, no a mano". A lo que Marc Ceron añade que un limpiador de superficies desinfectante es el más básico y polivalente".

En general, según el Product Manager Colectividades de Proquimia podemos usar "cualquier producto desinfectante debidamente acreditado y con sus registros correspondientes es más que suficiente. A partir de aquí los distintos procesos de cada establecimiento así como las preferencias personales por uno u otro principio activo pueden determinar el tipo de desinfectante a emplear. Existen desinfectantes en base de alcohol, amonios cuaternarios, cloro, etc. Siempre es recomendable alternar el uso de distintos desinfectantes para evitar resistencias de los microorganismos.

Foto: Grupo Dino



Además de los productos químicos, es necesaria una maquinaria profesional. Si hablamos de mesa con los lavavajillas y quizá fregadoras pequeñas dependiendo del tamaño del establecimiento es suficiente, comentan desde Grupo Heleo-Indalim.

Sin lugar a dudas la máquina más apreciada en hostelería es el lavavajillas industrial, indica José I. Cebriá. A partir de aquí, podemos añadir un aspirador para tapicería de sillas, una plancha para mejorar el acabado de la mantelería, un ambientador..., añade el Vocal de la Junta Directiva de Grupo Dino.

Aparte de los elementos ya citados, otro de los utensilios más empleados para la actividad de higiene son las bayetas y paños. Respecto a ellos, Antonio Pérez señala que "hay una amplia gama de microfibras desechables o no, que dan prestaciones amplias para estas soluciones". Asimismo el Director Gerente de Industrias Vijusa indica que una bayeta ayudada por un buen detergente aseguran una limpieza rápida y eficaz". "Atrás quedará, y para uso más residual, el trabajo con paños de algodón. También van pidiendo paso las gamuzas semidesechables (mezclas de celulosa con polipropileno) que tienen un limitado

Foto: CATERIDEAS



“El buen servicio de mesa debe ir acompañado de una higiene adecuada tanto del espacio destinado a los comensales como los aseos...”

uso y garantiza que no sean comunidades de bacterias”, añade Marc Ceron.

En cuanto a la higiene del personal, el Director de Comunicación de Rentokil Initial explica que “su importancia es fundamental, ya que si no se implementan unas medidas de higiene adecuadas en el servicio de mesa puede haber graves repercusiones en la salud de los clientes”. En este sentido, desde Rentokil Initial señalan que “el correcto lavado de manos por parte de los camareros es primordial para impedir la contaminación de utensilios y alimentos”.

Un adecuado lavado de manos debería de durar al menos 20 segundos; se debe mojar toda la superficie de las manos



Foto: Comercial Muela

hasta las muñecas, aplicar el jabón y frotar las palmas, el dorso, los dedos y las muñecas para proceder al aclarado con agua y secar muy bien, ya sea a través de una toalla de un solo uso o de una máquina secadora de alto rendimiento.

Los dispensadores de soluciones con base en hidroalcohol también han demostrado ser efectivos para garantizar la higienización de manos e impedir casos de contaminación cruzada, problemas de salud pública y absentismo laboral.

dino

**PREVENCIÓN
COVID-19**



Dinan

Producto Bactericida
& Fungicida



Digel dermo

Gel de manos sanitizante
sin perfume ni alérgenos



**Actival
Higienizante**

Producto Bactericida
& Fungicida



**Limpieza
zonas comunes**



**Lavado de manos
e higiene personal**



**Limpieza de zonas
de baño y aseo**

■ Steigenberger Hotel de Saxe elige Altro para sus habitaciones ■



Ubicado en la histórica plaza de Neumarkt de Dresde (Sajonia, Alemania), el lujoso hotel, Steigenberger Hotel de Saxe, ha dado un giro a su decoración cambiando la moqueta de todas sus habitaciones y suites por Altro Ensemble™, el galardonado suelo de Altro que imita a la madera.

Atrás quedaron los tiempos en los que la moqueta era sinónimo de exclusividad. Gracias al abanico de posibilidades que empresas como Altro ofrecen a sus clientes, ahora es posible combinar tendencia con funcionalidad instalando suelos higiénicos y de gran durabilidad que aportan la estética deseada. Es el caso de Altro Ensemble, un sistema de suelo modular que, además de su excelente apariencia cálida y elegante, resulta idóneo para zonas de tráfico intenso.

Así, tras instalarlo en una habitación a modo de prueba se ha renovado las 186 habitaciones y suites del hotel con Altro Ensemble en un tamaño de lama de 125x1.000 mm. Con esta remodelación, este establecimiento, cercano a los lugares más emblemáticos de la ciudad, ha logrado dar un aire nuevo a sus estancias sin alterar la esencia de su decoración inicial.

“Nos decantamos por Altro Ensemble porque reúne diseño y funcionalidad. Su aspecto de imitación madera combina perfectamente con el mobiliario. Al escoger el suelo para las habitaciones que se iban a renovar le dimos mucha importancia a que contase

con un gran aislamiento acústico, como es el caso de la reducción del sonido de impacto de 15 dB que ofrece Altro Ensemble”, afirma Michael Schicker, Director de Diseño de Interiores y TSA del Grupo Steigenberger.

Era, por tanto, un requisito fundamental que el nuevo suelo se adaptara al estilo del hotel; tenía que ser atractivo, pero también cómodo, y ofrecer atenuación acústica.

Además, en la renovación solo se emplearon materiales de la máxima calidad, combinando algunos de ellos con el mobiliario existente, dando como resultado una cuidada mezcla creativa. Aparte de la reducción del sonido de impacto, el aspecto natural y la comodidad de Altro Ensemble fueron características clave a la hora de elegirlo.

Altro Ensemble es idóneo, gracias a su excelente reducción acústica, para lugares de tráfico intenso en las que la apariencia y el bienestar son fundamentales. Ofrece libertad total de diseño para crear suelos impactantes en espacios interiores, desde colores lisos a diseños geométricos. Los límites los pone la imaginación. Su mayor comodidad bajo los pies es perfecta para zonas de atención al público de hoteles, incluidos halls y zonas de recepción, restaurantes y cafeterías, tiendas, oficinas y alojamientos de estudiantes. Cualquier entorno donde el diseño sea una cuestión fundamental. Por otra parte, sus cuatro tamaños modulares permiten combinaciones con resultados únicos mediante el color y el diseño.

“A pesar del poco tiempo del que disponíamos la instalación no dio ni un solo problema. El suelo combina además muy bien con la decoración de las habitaciones y ofrece una gran comodidad bajo los pies. Sin duda, usaremos Altro en futuros proyectos”, concluye Michael Schicker.



■ Girbau renueva la lavandería del Hospital Clínico de Zaragoza ■



túnel de lavado continuo que mejora la productividad y que integra un sistema de recirculación y reciclaje del agua. A su vez, el nuevo túnel de lavado garantiza una posición ergonómica del operario, evitando el trabajo pesado de carga y descarga de las lavadoras y secadoras. Por otro lado, se ha instalado una prensa hidroextractora que aumenta la extracción del agua permitiendo ciclos más cortos de secado y ahorro de energía.

El trabajo conjunto realizado por Girbau y el Hospital Clínico de Zaragoza ha puesto de manifiesto la gran sinergia entre ambos partners. Girbau, una vez adjudicada su propuesta técnica, acompañó y asesoró al Clínico en todo el proceso de diseño y planificación de la renovación. Asimismo, se ha incluido un servicio de formación y capacitación a todo el personal del uso y gestión de la lavandería.

La renovación de la lavandería se estructuró a través del innovador formato de Compra Pública por Innovación (CPI), mediante el cual una entidad pública busca satisfacer una necesidad no cubierta a través de soluciones innovadoras. El proyecto de CPI de colaboración entre Girbau y el Hospital Clínico Universitario ha sido galardonado con el premio Amparo Poch a la mejor Compra Pública de Innovación 2019. El galardón, otorgado por la Cátedra IACS (Instituto Aragonés de Ciencias de la Salud), reconoce proyectos e iniciativas que han recurrido a esta fórmula de licitación para mejorar los servicios sanitarios.

Girbau, líder mundial en soluciones integrales de lavandería profesional, ha renovado la lavandería del Hospital Clínico Universitario Lozano Blesa de Zaragoza. La instalación de maquinaria de última generación de Girbau permitirá una gran mejora a nivel de productividad, eficiencia energética y capacidad, que permitirá duplicar el volumen de ropa gestionada pasando de los 1,3 millones de kilos anuales hasta los tres millones.

Asimismo, la transformación de la lavandería permitirá reducir considerablemente el impacto medioambiental del hospital, minimizando el consumo de energía. En este sentido, según cálculos de

la compañía se conseguirá reducir en más de un 30% el consumo de agua utilizada durante la limpieza de prendas en la lavandería. Además de la reducción de la huella hídrica del proceso de lavado, la maquinaria instalada por Girbau permitirá no superar los consumos pactados con el hospital de gas y electricidad, reduciendo al mínimo el uso de recursos naturales.

Para llevar a cabo la renovación, el hospital ha retirado las lavadoras que contaban con más de 26 años de antigüedad y, en su lugar, Girbau ha instalado una planchadora y un





AMBIMEDIA Nueva Bandeja RFID para hoteles

Ambimedia Marketing, el experto en soluciones audiovisuales e IoT (Internet de las Cosas) para retail y hoteles presenta la bandeja automática RFID complementa en mini-bar en las habitaciones de sus huéspedes o puede utilizarse como un dispositivo autónomo. Una vez que un huésped coge un producto de la bandeja, se cargará automáticamente en la cuenta de la habitación a través del sistema de facturación del establecimiento. Las principales características de este producto son: un estilo elegante, compacta y atractiva; puede acomodar una gran variedad de productos de diferentes tipos y tamaños; es un sencillo sistema independiente "plug and play". La configuración es rápida y sencilla; se conectan a la red wifi del hotel, por lo que no se requiere cableado; el software interactúa con el PMS del hotel, cuenta con facturación en línea y está basado en la web y ofrece una operación simple usando una tableta o teléfono inteligente al rellenarla; las fechas de caducidad de todos los productos se muestran al visitar todas y cada una de las habitaciones; la confirmación en tiempo real a la recepción de los artículos consumidos y rellenos está disponible; y las habitaciones sin cargo no necesitan ser visitadas, ahorrando tiempo y dinero.



FLOS Muestra In Vitro, diseño de Philippe Starck

FLOS

Flos, compañía especialidad en iluminación, da a conocer In Vitro, una elegante colección de luminarias exteriores diseñada por Philippe Starck. In Vitro presenta una serie de linternas de vidrio brillante que mágicamente parecen iluminarse por sí solas, como verdaderos volúmenes arquitectónicos de luz. Cada lámpara está construida a partir de una carcasa alargada de aluminio extruido y un colgante de vidrio de borosilicato abovedado que alberga un panel led plano y circular en un extremo. Esta fuente de luz discreta y compacta presta claridad a la forma de In Vitro, como si cada volumen contuviera una fuente de luz invisible y viva. La nueva colección se presenta en una gama de tamaños y estilos, incluyendo una versión de bolardo disponible en tres alturas, un colgante o un accesorio de techo y un candelabro de pared. Emanando un cálido y atmosférico resplandor, In Vitro presenta una singular visión de diseño con una gama de estilos duraderos y de alto rendimiento adecuados para un uso versátil y diáfano en el exterior. Esta gama de iluminación cuenta con varios acabados: blanco, antracita, negro, marrón oscuro, verde, terracota, verde pálido. Según Philippe Starck, "desde siempre, la bombilla está protegida por un globo de vidrio. Hoy en día, esto desaparece a favor de la luz. Es la idea poética y surrealista de la iluminación arquitectónica desmaterializada y la memoria del espacio ocupado por la luz".



GABARRÓ Tarima de bambú, una solución perfecta para exteriores

La tarima de bambú de Dasso, perteneciente a la marca propia Wood-Deck de Gabarró Hermanos (www.gabarro.com), la compañía líder a nivel nacional en distribución de madera aserrada, suelos de madera, de bambú y tecnológicos, tableros y piedra acrílica, es ideal para suelos, fachadas, paneles y recubrimientos exteriores de edificios de servicios. Está especialmente diseñada para exteriores ya que protege los poros con partículas cerámicas finas, cristaliza los nutrientes y previene el ataque de bacterias, hongos, moho e insectos, evitando así la putrefacción de las fibras. Durante su proceso de fabricación se retiene el color natural del bambú, dando como resultado un vistoso color caramelo. Un material ecológico que supone una solución perfecta tanto para aplicaciones en espacios Contract, edificios de oficinas, locales comerciales, así como para proyectos residenciales. Además de una agradable estética y un tacto confortable y acogedor, las tarimas de bambú Dasso tienen múltiples ventajas para exteriores como una alta resistencia a la intemperie y su posibilidad de renovación, ya que permiten eliminar el desgaste y los arañazos, propios del uso, mediante un simple lijado y aceitado. La tarima Dasso CTECH consta de una gran solidez, durabilidad y resistencia a la intemperie. Las características de esta tarima, muy resistente a la descomposición, la convierten en ideal para usos con riesgos de humidificación permanente o duradera como los espacios exteriores.



TIGOÛT Lo mejor de la pastelería, en cápsulas

TIGOÛT



Tigoût llega al mercado dando respuesta a la idea de que una cápsula y una máquina en pocos minutos den lo mejor de la 'pâtisserie' -pastelería-, en porciones individuales recién horneadas, para disfrutar cuando quieras y sin esfuerzo. Este proyecto surgió de la mano del argentino Rodrigo Córdoba mientras cocinaba con sus hijos como plan familiar. "Los desayunos en mi casa parecían los de un hotel cinco estrellas, preparábamos brownies, scones, muffins, cookies... de repente vi la Nespresso en la mesa de la cocina y pensé: ¿por qué no hacer lo mismo pero con 'pâtisserie'?" Alineados a la tendencia de productos en cápsulas, Tigoût lleva las recetas de los mejores pasteleros del mundo a la comodidad del hogar. Se utilizan únicamente ingredientes naturales, sin aditivos ni conservantes. La máquina está pensada como objeto de

diseño, tiene tecnología de última generación y es muy fácil de usar. Quienes hacen Tigoût creen que se puede comer algo rico y saludable de manera simple y sin desperdicio. Queremos estar al lado de cada máquina de café alrededor del mundo, somos el maridaje ideal para el momento de consumo de café, té y otras infusiones. La previsión es salir al mundo entre noviembre y diciembre del 2020.



QUALITY ESPRESSO Anuncia su nueva máquina Futurmat Sensius Gold

Tras el exitoso lanzamiento al mercado de la máquina Futurmat Sensius, Quality Espresso ha seguido innovando y ha evolucionado este modelo lanzando la Futurmat Sensius Gold. Un nuevo modelo que, manteniendo las características técnicas de la Futurmat Sensius, va un paso más allá al tener acabados de alta calidad en madera e incorporar un intuitivo display táctil LCD de 4,7" con scroll y con avanzadas funcionalidades pensadas para el barista, con el objetivo de convertirse en la máquina de referencia en el mercado de máquinas de café espresso tradicionales para uso profesional. Las avanzadas funcionalidades del display, la pantalla de cristal líquido o LCD, las óptimas dimensiones (4,7") y el funcionamiento mediante scroll táctil diferencian el display de la Futurmat Sensius Gold respecto al resto de modelos del mercado. Mediante el display táctil se puede configurar la temperatura de la caldera y la presión de la bomba, establecer la temperatura de las lanzas de vapor, seleccionar el idioma, regular la iluminación de la máquina, tanto la iluminación general como la de la zona de trabajo, definir los colores de los iconos y de la barra de progresión y controlar la estabilidad térmica durante la erogación. Asimismo facilita el trabajo del barista al poder guardar las configuraciones seleccionadas para cada máquina y establecimiento.



TUVATEXIL Presenta Esquire, un diseño clásico pero renovado



Tuvatextil lanza al mercado Agora® Esquire, un diseño atemporal adaptado al mundo contemporáneo. Este nuevo tejido destaca por su carácter masculino y distinguido, reminiscencia del estereotipo del "Dandy" del siglo XIX. La combinación de tonos naturales y el contraste con colores intensos como el turquesa y el mostaza viste con elegancia ambientes clásicos y sofisticados. Un toque de modernidad para los amantes de la memoria del pasado. En este caso, Esquire está disponible en 15 colores. Al igual que en el resto de tejidos Agora, se puede utilizar tanto en interior como en exterior y lavar con lejía. Asimismo, debido a la alta calidad de nuestras telas ofrecemos cinco años de garantía.



IASO Comprometido con el medioambiente gracias a su tejido GREEN

El nuevo tejido que IASO ha adquirido tanto para sus pérgolas como para sus toldos y sus parasoles, es más saludable y más sostenible. Se trata de un tejido Masacril 100% acrílico tintado en masa y recubierto de nanopartículas de dióxido de titanio (TiO_2), que limpia y purifica el aire mediante la fotocatalisis, generando un clima de confort y bienestar. El tejido GREEN controla la polución, es autolimpiante, elimina los olores, mejora el aire, es más sostenible y proporciona un ahorro de costes. Estas ventajas lo diferencian de los tejidos habituales. Además, el tejido GREEN ahorra tiempo, dinero, agua, productos químicos y energía. El proceso de purificación empieza cuando los rayos UVA inciden en el tejido GREEN, momento en el que el oxígeno y el vapor de agua se convierten en agentes limpiadores OH y O_2 . Por un lado, el OH se convierte de nuevo en H_2O , pero esta vez habiendo transformado los compuestos orgánicos en mineral y gas. Por el otro, el O_2 reduce a nitratos relativamente inoocuos uno de los gases más dañinos de la atmósfera, el óxido de nitrógeno (NO_x). La repetición de este proceso millones de veces, reduce los niveles de dióxido de nitrógeno a un 55% y los hongos a un 66%. Al mismo tiempo que aumenta el efecto limpiante a un 70%. Gracias a ello, las viviendas con espacios exteriores equipados por toldos, pérgolas y parasoles IASO, quedan protegidas de la penetración de la polución en su interior. GREEN prolonga la salud de los espacios exteriores, lejos de la contaminación de una ciudad y trasladando al usuario de su terraza a un entorno de naturaleza.



MENESES Lanza 164 Baguette, la cubertería cinco estrellas



164 Baguette es el último modelo de cubertería de Meneses, la marca española de referencia en los restaurantes más distinguidos y los eventos más selectos. Y, es bien sabido que un establecimiento hostelero de primera clase no se define únicamente por su menú, sino por cómo viste la mesa. La nueva colección 164 Baguette -del italiano, "bachetta"- cuenta con 17 referencias distintas, entre piezas de mesa y servicio. Piezas disponibles en el mejor acero austenítico 18/10, acero plateado, alpaca plateada y plata de ley, con la identidad única que les aporta la producción artesanal en la fábrica de Meneses en Guernica, Vizcaya. Este modelo de cubiertos proviene de la tradición inglesa y es señal de un refinado estilo victoriano que transmite una sólida sensación de elegancia y distinción. La última gama de cubertería de lujo de Meneses cuenta con cuatro cuchillos monoblock (de mesa, de carne, de lunch y de postre), cuatro cucharas (de mesa, de postre, de café-té y de moka), cuatro tenedores (de mesa, de pescado, de lunch y de postre) y la pala de pescado. Además, para el servicio, cuenta con un cazo de sopa, un cacillo de salsa, y una pala y un tenedor de servir pescado.

NH Hotel Group intensifica las medidas de su plan de contingencia



Desde el inicio de la crisis sanitaria por la Covid-19, NH Hotel Group está llevando a cabo distintos planes de contingencia para preservar la seguridad de clientes y colaboradores, atenuar el impacto en el negocio y garantizar la viabilidad y éxito del mismo para cuando retorne la normalidad en la actividad. Entre las medidas implementadas se encuentran:

- Garantizar la seguridad de todos sus profesionales, clientes y colaboradores dando seguimiento y aplicando las recomendaciones de las autoridades sanitarias globales y locales.
- Flexibilizar sus políticas de condiciones comerciales para adecuarse al complejo contexto actual, a fin de proporcionar mayor flexibilidad a sus clientes en todo el mundo.
- Reducción drástica de todos los gastos que no fueran prioritarios.
- Desde el inicio del mes de marzo, todos los viajes de los equipos fueron suspendidos, así como la paralización de acuerdos de asesoramiento y acciones de capacitación, además de acometer una reducción significativa en todas las inversiones en marketing.
- Negociaciones con propietarios de hoteles para minimizar el impacto de los arrendamientos y conversaciones con proveedores.
- Los miembros del Consejo de Administración y del Comité de Dirección de NH Hotel Group han reducido voluntariamente un 50% su remuneración bruta anual durante cuatros meses, con efectos retroactivos desde el 1 de marzo.

Hoteles Santos da a conocer sus hoteles de lujo para el buen tiempo



La primavera es, sin duda, una época ideal para visitar ciudades como Málaga, Valencia, Mallorca, Santander o Madrid, por ello Hoteles Santos informa de sus hoteles

más exclusivas en dichas localizaciones:

- Gran Hotel Miramar 5* (Málaga), el establecimiento cuenta con 190 habitaciones -entre ellas 29 suites- y también destacan en él espacios exclusivos y zonas exteriores de jardines con árboles centenarios bajo los ojos de su gran terraza con vistas al mar.
- Hotel Balneario Las Arenas 5* Gran Lujo (Valencia), cuenta con habitaciones amplias y luminosas, además de sus diferentes espacios gastronómicos, spa y tratamientos, piscinas y jardines.
- Hotel Nixe Palace 5* (Palma de Mallorca), el establecimiento ofrece una alta cocina de autor con toques mallorquines y mediterráneos. Además, el hotel cuenta con 133 habitaciones.
- Hotel Santos Santamar 4* (Santander), destacan sus habitaciones Deluxe que, con una decoración montañesa o marinera, recrearán un viaje espectacular al mar o a la montaña. Además, el establecimiento cántabro ofrece un amplio abanico de platos típicos de la gastronomía local.
- Hotel Santos Agumar 4* (Madrid), el alojamiento ofrece, además de una ubicación sin igual en la capital, una cuidada restauración que viene representada por su Restaurante Las Arenas, en el que la calidad y la variedad de los productos son sus notas distintivas.

Alannia suma cinco resorts con un nuevo complejo en Tarragona



Alannia Resorts ya suma cinco complejos vacacionales a su red de establecimientos con la incorporación de un nuevo resort ubicado en la localidad de Hospitalet de L'Infant (Tarragona), en pleno corazón de la Costa Daurada catalana en la playa de L'Almadrava. Este nuevo centro, bajo el nombre de Alannia Costa Dorada consolida a la marca

entre las empresas líderes del sector de Europa, con complejos turísticos por la costa mediterránea desde Alicante hasta el Sur de Cataluña. El nuevo resort está ubicado en primera línea de mar, con 242 plazas de alojamiento entre parcelas y bungalows. El objetivo de la empresa es transformarlo en un complejo moderno y tematizado e incorporar todos los servicios de la filosofía Alannia para el disfrute familiar con una completa oferta que conjuga espacio y ubicación, con servicios en materia de animación, restauración, práctica deportiva, wellnes, spa y zonas de agua.

Alannia Costa Daurada se suma a los centros ubicados en la provincia de Alicante (Costa Blanca y Guardamar), más los ubicados en la provincia de Tarragona, localizados en los municipios de Els Prats y en Salou (este último comenzará a funcionar en 2021). Garijo explica que "estamos apostando por lugares estratégicos vinculados al litoral mediterráneo, de Norte a Sur. Espacios que transformamos en centros vacacionales con una oferta completísima en materia de alojamientos, restauración y servicios de ocio y animación".

Vincci Hoteles apuesta por el consumo responsable del agua



Con motivo del Día Mundial del Agua (22 de marzo), Vincci Hoteles ha querido hacer un llamamiento al consumo responsable de este escaso recurso natural tan importante para toda la cadena evolutiva.



En este sentido, la compañía realiza cada año el cálculo de la huella hídrica, que permite hacer una medición del consumo de agua y establecer medidas para que resulten más eficientes y a su vez, poder reducirlo, fiel a su apuesta por el cuidado del entorno en el que desarrolla su actividad y el de cada uno de sus hoteles. En 2019, la cadena registró una huella hídrica de 0,29 m³. Vincci Hoteles ha puesto en marcha desde su creación diversas medidas dirigidas al ahorro de agua, que ha ido ampliando con excelentes resultados, como por ejemplo, la puesta en marcha de una limpieza sin productos químicos que ha contribuido a un mayor ahorro de agua. Iniciativas que se sumarán a otras que llevan ya tiempo implantadas como los reductores de caudal en grifos y duchas, doble pulsador en cisternas, cartelería con el fin de concienciar a los clientes, ha trasladado una serie de indicaciones al personal de piso de cada establecimiento para evitar los cambios diarios en una estancia de varios días a no ser que el cliente lo desee, etc.

Evoca Group hace balance de su participación en HIP 2020



Tras su paso por HIP 2020, Evoca Group hace un balance muy positivo dado la amplia gama de productos de sus marcas de referencia Necta, Saeco, Gaggia Milano, Newis, Sgl. Durante el evento se demostró un asombroso interés e ilusión por parte de los visitantes.



Tecnología, estética, rendimiento, son solo algunas de las características más destacadas de las máquinas, presentadas en esta última edición de HIP, en sus versiones más avanzadas.

En esta cita Evoca presentó su propio sistema de pago, Hi!, un sistema versátil y seguro que integra la tecnología Bluetooth e IrDa ofreciendo el máximo en términos de versatilidad y seguridad. Tecnología de vanguardia, rápida y segura, así lo demuestra su app Breasy, aplicación para teléfonos móviles completamente integrada con Hi! para una experiencia sencilla y rápida, con una gestión inteligente de los servicios en cola. Además, Breasy es una aplicación que se ha diseñado perfectamente para mejorar y personalizar toda experiencia de compra en las máquinas vending y horeca.

Evoca garantiza la calidad desde la investigación hasta la creación de prototipos, desde el desarrollo hasta las pruebas previas al lanzamiento de sus nuevos productos. Así lo avalan sus modelos y sus distintas versiones de Kalea, Aulika, Krea, Iperautomática, Korinto, Lirika, Koro.

Vayoil Textil entrega mascarillas quirúrgicas a policías y hospitales



La empresa valenciana Vayoil Textil, especializada en textil para hostelería, ha donado 5.000 mascarillas quirúrgicas, a repartir entre diferentes colectivos que se encuentran de cara al público, ante la situación de alarma sanitaria que ha originado la COVID-19. La compañía repartió las primeras 1.000 unidades entre la policía local de Valencia, el Ayuntamiento de Torrent, de Albal, así como varios hospitales como la clínica Quirón y el Pesset, una residencia de Albal y retenes de la



Guardia Civil.

Estas mascarillas de tela fabricadas en algodón 100% no sirven para una persona que está en contacto con el enfermo, pero sí que suponen una barrera frente al virus y bacterias para la gente que se encuentra ante el público y pueden lavarse, con agua caliente y jabón, para volver a ser utilizadas. Estos tejidos ya son utilizados por esta empresa valenciana para otros artículos sanitarios como paños de quirófanos o sábanas para camillas, productos solicitados por algunos de sus clientes del sector sanitario. De hecho, la compañía está haciendo frente a pedidos de clínicas y hospitales privados que solicitan sábanas para camas y camillas, protectores de colchón, paños, para quirófano, fundas de almohadas y mantas todo fabricado con material propio.

EOLO, de Ezpeleta, galardonado con el Premio a la Innovación



Con motivo de la celebración de HIP Hospitality Innovation Planet, EOLO, el nuevo parasol descontaminante de Ezpeleta, recibió el Premio a la Innovación de Producto en los Horeca New Business Modelo Awards 2020.

La conciencia medioambiental, estética depurada y buen funcionamiento se unen en EOLO. El tejido de este parasol descontamina el aire, neutralizando los gases de los motores y otras sustancias nocivas. Incorpora una disruptiva nanotecnología fotocatalítica, procedente de la compañía Norteamericana Pureti, que ha firmado un acuerdo con Ezpeleta para el desarrollo de estos innovadores parasoles. Este tratamiento sobre el tejido en contacto con la luz solar y la humedad de aire contribuye a eliminar las sustancias nocivas limpiando el aire que respiramos. Es más, un parasol en nuestra terraza provocaría el mismo efecto descontaminante que plantar dos árboles.



EOLO está formado por menos piezas que un parasol tradicional, lo que contribuye al menor consumo de materia prima y facilita la separación de los distintos materiales para su posterior reciclado. Está formado por cuatro varillas reforzadas y piezas de unión centrales de plástico macizas. Las distintas partes del parasol se unen a través de un sencillo sistema de click que otorga un fuerte anclaje y al mismo tiempo permite que las partes se puedan separar de nuevo fácilmente.

El ecodiseño de Absotec, valedor de los premios Life Hábitat



Invertir en innovación y calidad es fundamental para que una empresa sea competitiva.



Pero para primar la eficiencia y que la innovación sea efectiva, ésta debe ser continua y con el menor coste posible. Conscientes de ello, Carlos del Pozo y David Llorente, socios fundadores de Absotec, empresa vallisoletana especializada en absorción acústica,

han apostado por la ecoinnovación y el ecodiseño para optimizar todas sus fases de producción. Eso les ha hecho valedores de un reconocimiento especial otorgado por el Congreso Life Hábitat, organizado por el Clúster de Hábitat Eficiente (AEICE). Absotec ha sido galardonada con el accésit de la categoría de Innovaciones Tecnológicas.

El congreso internacional, celebrado en febrero, en Valladolid, congregó a más de 400 profesionales para participar en la puesta en común de conocimientos y experiencias sobre salud, bienestar y construcción, por parte de los más importantes agentes del sector del hábitat y del ámbito sociosanitario. Los premios de este congreso internacional han servido para poner en valor aquellas soluciones tecnológicas innovadoras que contribuyen a mejorar la salud y el bienestar de las personas en edificios y entornos.

Revistas Profesionales

Información de Calidad

promateriales

de construcción y arquitectura actual

Información de Arquitectura y Materiales de Construcción

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



Promateriales Arquitectura Actual

www.facebook.com/promateriales.arquitecturaactual



Promateriales @Arquitectura_PM

www.twitter.com/Arquitectura_PM



Promateriales (Editorial Protiendas S.L.)



@promateriales



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



@rhostelpro

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 —



KALEA
PLUS



EMOCIONES CON UN SABOR INOLVIDABLE

A partir de hoy todos los días serán especiales con KALEA PLUS gracias a su diseño refinado y la amplia gama de bebidas calientes elaboradas a partir del **café en grano** y de la **leche siempre fresca** respetando la mejor tradición italiana.

KALEA PLUS encontrará rápidamente la respuesta correcta a tus necesidades. Gracias a la experiencia de Necta, podrás siempre vivir y ofrecer emociones con un sabor inolvidable.

