

# hostelpro

proyectos y proveedores de hostelería y restauración

ESPECIAL EQUIPAMIENTO DE HOSTELERÍA

AMÀRE BEACH HOTEL IBIZA, IBIZA

POEMAS BY HNOS. PADRÓN, LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

REPORTAJES

Buffet y productos de desayuno

Sistemas de seguridad



# Noches Tranquilas.

Soluciones de Puertas Acústicas Vicaima.  
Mantenemos el ruido bajo con  
una performance máxima.

Síguenos:



[vicaima.com](http://vicaima.com)





Foto: Amàre Beach Hotel Ibiza. Grupo Fuerte

# SUMARIO

## PÁGINA 04. INTERIORISMO

Oliver Franz, Natali Canas del Pozo y  
Lucas Echeveste, El Equipo Creativo



## PÁGINA 08. ENTREVISTA

Manuel Vegas, Presidente de la Asociación  
Española de Directores de Hotel



## PÁGINA 12. ACTUALIDAD

Interihotel



## PÁGINA 16. PROYECTO HOTELERO

Amàre Beach Hotel Ibiza, Ibiza

## PÁGINA 22. ENTREVISTA

Jordi Cuenca, Interiorista de Área Interior  
Procurement (Verum Hotel Development)



## PÁGINA 26. REPORTAJE

Buffet y productos de desayuno



## PÁGINA 44. PROYECTO DE RESTAURACIÓN

Poemas by Hermanos Padrón,  
Las Palmas de Gran Canaria



## PÁGINA 50. ENTREVISTA

Juan Carlos y Jonathan Padrón, chefs del  
restaurante Poemas by Hermanos Padrón



## PÁGINA 54. REPORTAJE

Sistemas de seguridad

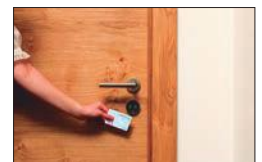


Foto: Restaurante Poemas by Hermanos Padrón. Barceló Hotel Group

## Secciones /

Interiorismo 04

Soluciones para el canal

HORECA 68

Novedades del Sector 70

Establecimientos

del Canal 72

Proveedores

del Canal 73

Agenda 74

Portada: Amàre Beach  
Hotel Ibiza. Grupo Fuerte



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: (De izq. a dcha.) Lucas Echeveste, Natali Canas del Pozo y Oliver Franz (El Equipo Creativo)

## ENTREVISTA: Oliver Franz, Natali Canas del Pozo y Lucas Echeveste EL EQUIPO CREATIVO

**EL EQUIPO  
CREATIVO**

El Equipo Creativo comenzó su andadura en 2010, de las manos de los arquitectos Oliver Franz, Natali Canas del Pozo y Lucas Echeveste. Se trata de un estudio basado en Barcelona y especializado en el diseño de espacios para la gastronomía, así como espacios de marca y comerciales. Además, ahora empieza una nueva etapa profesional con proyectos internacionales y como directores del Máster de Interiorismo del Instituto Europeo de Design de Barcelona. Con motivo de conocer aún más al estudio y sus socios, éstos han concedido la siguiente entrevista, en la cual se valora su trayectoria, se analiza su manera de hacer diseño y muestra su visión de futuro para el sector del interiorismo.

**E**l Equipo Creativo cumple diez años, ¿cómo valoran su trayectoria? ¿Qué momentos identifican como significativos?

El tiempo pasa rápido, y a veces hay que parar para mirar un poco hacia atrás. La verdad es que han sido diez años muy productivos, llenos de retos y proyectos maravillosos. Estos 10 años nos han permitido consolidarnos en el sector del diseño para espacios gastronómicos, hoteleros y comerciales y formar un equipo

de alrededor de 15 personas, tamaño que nos permite abarcar proyectos mucho más ambiciosos en escala, mientras los tres socios seguimos muy conectados a los proyectos, sobre todo en sus fases de diseño iniciales, lo cual les aporta un valor añadido. Es en estas fases precisamente donde podemos aplicar todo nuestro know-how y experiencia ganada durante estos años, a través del alrededor de 100 proyectos realizados, 50 construidos, proyectos de escalas,

ambiciones y lugares muy diferentes, los cuales nos han permitido ganar más de 40 premios internacionales.

**¿Podrían comentar bajo qué ideales surgió el estudio en 2010? ¿Cuáles son los valores que se siguen para alcanzar el éxito en cada proyecto?**

El Equipo Creativo surge con un proyecto, que fue precisamente el restaurante Tickets, de los Hermanos Adrià y los Hermanos Iglesias. En aquel momento éramos unos arquitectos independientes con diferentes experiencias y trayectorias que formamos un "equipo creativo", con cierto carácter "multidisciplinar", que era la forma en la que los hermanos Adrià quisieron enfocar el diseño de Tickets. De hecho, el nombre El Equipo Creativo, es la herencia de aquel primer proyecto, que hemos seguido manteniendo.

Diez años después supongo que hemos cambiado mucho, aunque también hay aspectos que hemos mantenido intactos. Como puede ser la espontaneidad y la metodología de aquel primer proyecto, basada en no dar nada por preestablecido, buscar una personalidad propia para el espacio que respondiera al concepto gastronómico, sin mirar modas o tendencias. Y realmente cuando miramos Tickets ahora, creemos que el diseño sigue igual de "vigente" que el primer día. Esto nos demuestra que la estrategia fue la adecuada, y sigue siendo

Foto: Blue Wave Cocktail Bar, Barcelona. Adrià Goula





nuestra estrategia para enfrentarnos a nuevos proyectos.

Por eso, aunque en el sector del hospitality ya hace un tiempo que los promotores vieron que el diseño beneficiaba claramente a la rentabilidad del negocio, nosotros iríamos un poco más allá para añadir que es necesario buscar un “diseño personalizado”, un diseño que encaje a la marca y al negocio, algo único y especial, fuera de las tendencias. Este diseño perdurará más en el tiempo, y por lo tanto hará que la inversión sea aún más rentable.

### Profundizando en su trabajo, ¿cómo identificar un proyecto de El Equipo Creativo?

Al abordar nuestros proyectos desde una perspectiva más conceptual y menos “decorativa”, no nos sentimos reconocidos con ningún “estilo” en concreto. Creemos que los espacios tienen que contar cosas, crear sensaciones y producir experiencias, y por supuesto tienen que responder al concepto original de nuestro cliente, sea un concepto gastronómico o un concepto de ‘lifestyle’ o una marca con su ‘branding’ específico.

No necesitamos que nuestros proyectos sean necesariamente reconocidos con la marca El Equipo Creativo, sino que preferimos priorizar que lo que realmente se reconozca sea la marca propia de ese espacio. Y, como comentábamos anteriormente, esto es algo que nuestros clientes valoran mucho, ya que al final se sienten cómodos en el espacio que hemos diseñado para ellos, lo sienten como propio, como un espacio que habla de ellos, y no tanto del diseñador. Supongo que es algo así como un traje hecho a medida.

Pero la realidad es que, al igual que cada maestrillo tiene su librito, supongo que nosotros también lo tenemos, y hay ciertas estrategias que se repiten en todo nuestro trabajo. Por ejemplo, nos gusta trabajar la envolvente interior en todas sus caras, es decir crear un elemento protagonista que nos envuelva. Prestamos una atención especial a los techos, que tratamos como una de las “fachadas” protagonistas del proyecto. El color también es otro de nuestros recursos habituales, a veces por su propuesta arriesgada o por su propuesta claramente monocromática. Además, intentamos jugar con los contrastes, sorprender, trabajar con un punto irreverente, divertido o incluso



Foto: Crazy Pianos Club, Países Bajos. Adrià Goula

surrealista, por supuesto cuando el proyecto así lo requiera.

### El estudio se ha especializado en espacios gastronómicos. Por ello, ¿podrían explicar cuáles son los aspectos más importantes a tener en cuenta a la hora de diseñar este tipo de espacios?

Nuestros diseños huyen de la uniformidad e incluso de las tendencias, que al final llevan también a la repetición. En cada nuevo proyecto, y muy de cerca con nuestros clientes, intentamos buscar cuál es la esencia de ese proyecto en concreto, qué es aquello que lo puede hacer especial, y reflejarlo a través del diseño.

En un espacio gastronómico esa esencia puede ser el concepto gastronómico del restaurante, o el lugar o ciudad donde se sitúa. A veces

pueden ser otros aspectos que surgen en esas conversaciones iniciales con el cliente, elementos inherentes a la filosofía propia del proyecto que nuestro cliente, muchas veces de forma no meditada, nos comenta.

De hecho, estas conversaciones iniciales son muy importantes, ya que es en ellas donde habitualmente encontramos ese “hilo del cual tirar”, ese ‘storytelling’ o narrativa que nos ayudará a crear un espacio con personalidad propia. Y cuando así ocurre nuestro cliente se siente cómodo en su espacio, porque al final el diseño acaba siendo de alguna forma el reflejo del alma del proyecto.

### Durante su trayectoria también han realizado proyectos hoteleros. ¿Cómo difiere diseñar para hoteles de hacerlo para un restaurante? ¿Qué tendencia se siguen?

Nuestro trabajo hasta ahora se ha enfocado en el hospitality y comercial, sectores donde se busca originalidad, conceptos nuevos, espacios sorprendentes y también muchas

Foto: Restaurante Forn de Sant Joan, Palma. Adrià Goula





Foto: Restaurante Las chicas, los chicos y los maniquís, Madrid

“experiencias”. Somos un equipo que nos desenvolvemos bien en este tipo de proyectos, porque nos gusta experimentar. No creo que haya grandes diferencias entre el proceso a través del cual diseñamos un restaurante o un hotel.

Más que una decisión premeditada, es el propio mercado el que nos ha llevado en esta dirección. El mundo cada vez es más complejo y también lo es nuestra profesión. El mercado pide especialización y finalmente los clientes buscan diseñadores especializados en uno u otro tipo de espacio.

Curiosamente otros muchos sectores también están buscando un giro en esta dirección más experiencial. Cada vez más nos llegan nuevos clientes que quieren diseños de espacios de trabajo u oficinas, de museos, e incluso de viviendas particulares, pero que huyan de lo genérico y que creen nuevas experiencias. Y por supuesto para nosotros son retos muy interesantes.

**¿Podrían adelantar en qué nuevos proyectos se ha inmerso o participarán pronto?**

La verdad es que muchos nuevos retos, tanto a nivel nacional como internacional:

El proyecto “más reciente” sería el Hotel Kimpton Vividora en Barcelona, que es nuestro último proyecto hotelero. Esta apertura se engloba dentro de las nuevas aperturas europeas de la marca de hoteles boutique norteamericana Kimpton. Su diseño está inspirado en el carácter colorista y abierto

de la ciudad, y sobre todo del barrio donde se sitúa, en pleno corazón del Barrio Gótico.

El más “lejano” sería un food-court (food-market) de 4.000 m<sup>2</sup> en Corea del Sur, un espacio gastronómico que engloba alrededor de 20 quioscos y restaurantes. No tan lejano, pero igual de ambicioso sería otro food-court en Casablanca, Marruecos. También, estamos trabajando en la cadena de restaurantes Kiiró en Holanda, donde muy pronto estará terminado el primero. Precisamente en Holanda, más concretamente en La Haya, hemos inaugurado hace muy pocos meses el Crazy Pianos Gastro-Club.

Y volviendo a la geografía nacional, tenemos en marcha un proyecto de viviendas en el centro de San Sebastián, y un proyecto de un boutique Hotel en Girona, que será una pequeña joyita. También estamos trabajando en un espacio de oficinas en el Poble Nou de Barcelona, muy cerca de nuestra base de operaciones.

Además de otros proyectos recién estrenados o en proceso en varias otras ciudades como Mallorca, Alicante o Málaga, y por supuesto Barcelona. Pero siempre abiertos a nuevos proyectos y retos...

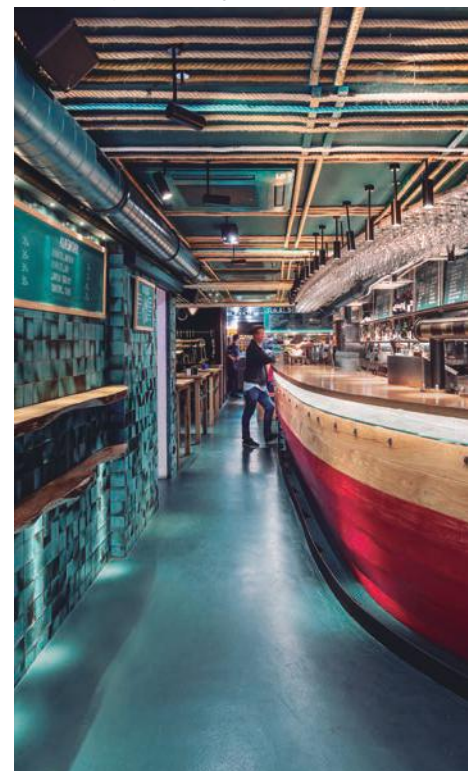
**Por último, ¿hacia dónde se encamina el interiorismo?**

Lo que vemos es una cierta homogeneización en el diseño. Instagram y plataformas como Pinterest nos llevan inevitablemente en esa dirección. Hoy en día es muy fácil ver lo que hacen los demás e “imitar”.

Además, creemos que hay una especie de sobrevaloración de la idea de la “tendencia”. Como comentábamos antes, intentamos no prestar demasiada atención al mundo de las tendencias para mantener un poco más “fresca” la mente y conseguir diseñar proyectos nuevos. Nos gusta más otra palabra, el ‘storytelling’. Intentamos que éste sea propio de nuestros proyectos, y no un acercamiento a una u otra tendencia de duración indeterminada. Y cuando los proyectos realmente tienen una historia propia, ésta perdura en el tiempo, e incluso puede llegar a convertirse en tendencia.

Aunque la verdad es que en un mundo tan hipercomunicado es difícil mantenerse tan purista. Todos estamos contaminados por miles de imágenes que nos rodean. Tal vez lo que nosotros intentamos es que las imágenes que nos inspiran vengan desde otras perspectivas diferentes al diseño de espacios. Miramos mucho el mundo de la moda, del arte, del gráfico, ilustración, cine, etc. Todos ellos ámbitos en los que la imagen, lo visual, es muy importante.

Foto: Txalupa Gastroleku y Tx Club, Donostia. Adrià Goula





# La primera cerámica libre de coronavirus



gres extrusionado  
**antibacteriano  
libre de virus**  
ISO 22196 - ISO 21702

**“El coronavirus humano queda inofensivo en 60 minutos”**

## GRESMANC GROUP, INNOVACIÓN EN LA LUCHA CONTRA EL CORONAVIRUS

En sólo unos meses, Gresmanc Group ha sido capaz de crear, testar y certificar una nueva fórmula de Active Plus Natural que dota a la cerámica de propiedades antivirales, validadas por un laboratorio europeo acreditado de primer nivel según la Norma ISO 21702, para toda la familia de los coronavirus.

**>> Tranquilidad y seguridad en entornos protegidos contra el coronavirus.**

Los resultados obtenidos por el laboratorio al comparar dos baldosas cerámicas, una con el desarrollo Active Plus Natural y otra sin él, demuestran que Active Plus Natural actúa de la siguiente manera:

**-90%**

actividad viral en 60 minutos

**-99,9%**

actividad viral en 24 horas

**Esta innovación de Gresmanc Group es pionera en el sector de la cerámica a nivel mundial.**

Las ventajas son de aplicación directa en múltiples entornos: centros comerciales, hospitales, instituciones públicas, centros educativos, piscinas, hogares, industria agroalimentaria, etc.

> Responsabilidad social en los espacios públicos. Entornos más limpios y seguros donde el flujo de personas es continuo.

> Mayor seguridad en centros sociosanitarios donde pueden convivir personas de alto riesgo de contagio.

> Tranquilidad para toda la familia en hogares, reduciendo los esfuerzos de limpieza para mantener los entornos desinfectados.

> Piscinas y centros deportivos totalmente seguros, libres de virus y de bacterias donde disfrutar del tiempo de ocio y deporte.

> Óptima higiene y salubridad en la industria agroalimentaria donde las exigencias sanitarias son máximas.

## TAMBIÉN ANTIBACTERIAS.

Gracias a Active Plus Natural, nuestros productos cerámicos eliminan el 99% de las bacterias en su superficie en cumplimiento con la Norma ISO 22196.

Tanto la propiedad antibacteriana, como la propiedad antiviral de Active Plus Natural no se agotan. Estas propiedades se mantienen activas durante toda la vida útil de nuestra cerámica ya que se incorporan a nivel nanométrico.

Más información en  
**[www.gresmanc.com](http://www.gresmanc.com)**  
y en este vídeo:





Foto: Manuel Vegas, Presidente de la AEDH. Miguel A. Muñoz Romero

## Manuel Vegas



### Presidente de la Asociación Española de Directores de Hotel

«Desde el principio nos volcamos en dar información a los asociados sobre todas las dudas que se tenía al inicio, durante el confinamiento y en la actualidad, el esfuerzo en ello desde la AEDH ha sido titánico, gracias al esfuerzo y colaboración...»

La Asociación Española de Directores de Hotel (AEDH) lleva casi medio siglo trabajando para defender los intereses y potenciar la profesión del hotelero. Además colabora con todas las entidades/organizaciones públicas y/o privadas en la protección de España, como país turístico multicultural, líder por excelencia, estimulando aquellas iniciativas que tengan como principal objetivo la innovación y la mejora continua. Todo ello sin perder de vista la importancia del capital humano como elemento clave en el avance competitivo, siendo la formación el activo principal para todos sus miembros. Ahora, dada la situación, la labor de la Asociación ha sido más necesaria que nunca, y para hacer balance de ello y conocer sus novedosas iniciativas su presidente, Manuel Vegas, ha concedido la siguiente entrevista.

La situación por la crisis de la COVID-19 no está siendo fácil, y por ello me gustaría comentar la labor y decisiones que han tomado los directivos de los hoteles durante esta crisis, ¿cómo valora su participación solidaria?

Hemos hecho merecidos homenajes a todos los colectivos que han participado en la contención de la pandemia, y me sumo a ellos, pero echo de menos una referencia al sector hotelero, que también ha contribuido

en la medida que ha podido en estos días tan aciagos. Muchos directores de hotel se han quedado en los hoteles para ayudar en la coordinación del uso del hotel medicalizado, dedicando muchas horas e incluso quedándose en el hotel para estar más disponible. Mi agradecimiento a esos directores que han dado ejemplo de solidaridad y profesionalidad. También tenemos a los que han sido alojamientos de los colectivos sanitarios, funcionarios, etc., han realizado junto a sus equipos una labor excepcional, dando hospitalidad tan necesaria a esos colectivos.

En conjunto, los directores de hotel han dado un ejemplo muy gratificante de su capacidad profesional y solidaria, en los primeros días lanzamos una campaña entre los asociados para donar guantes, mascarillas, desinfectantes, material de limpieza, set de amenities para hospitalizados, sábanas, mantas, camas supletorias... y la respuesta fue espectacular, por ejemplo en gorros de ducha se donaron 450.000 unidades, sets de amenities 10.000, guantes 200.000..., que fueron entregados en los hospitales de cada zona.

En el inicio de temporada de verano, momento de transición y primeros meses de 'nueva normalidad' y reaperturas, ¿a qué retos se enfrentaban los hoteleros? ¿Qué es lo que más les preocupaba?

Foto: Barceló Hotel Group







Foto: AEDH

La mayor preocupación sin duda fue ofrecer la mayor seguridad a los clientes y al equipo humano del hotel, aplicando los protocolos necesarios y algo más, realizando un esfuerzo económico en dotar de medios y tecnologías para mejorar la seguridad y confianza en el hotel. Se digitalizaron muchos procesos de servicio para eliminar contactos innecesarios con los clientes, para agilizar trámites, eliminar materiales y decoraciones no necesarias, sets de desinfección junto a las amenities, protección de elementos, mandos, interruptores..., un sinfín de medidas, que supusieron al director de hotel muchas horas de estudio y evaluación de la idoneidad de ponerlo en marcha, y donde también participaron los jefes de departamento para tomar las decisiones conjuntamente.

Desde su punto de vista y experiencia, ¿qué medidas considera que se debían aplicar para solventar dichos retos?

A partir de ahora habrá acciones que se quedarán permanentes en el día a día del hotel y otras serán puntuales hasta la erradicación del virus, el nivel de limpieza de un hotel ya era alto y exigente, ahora se complementa con la desinfección y uso de productos que no utilizábamos anteriormente. Hemos aprendido que hay muchos elementos textiles en las habitaciones no necesarios y por no tenerlos no decae la imagen del hotel, se eliminarán todos los elementos de papelería para siempre digitalizando esa información, facilitar

# WEBINAR

## #EmpresasAEDH

### Empresas AEDH: Directivos y profesionales hoteleros mejor preparados para encarar el futuro

**PRESENTA**

**Manuel Vegas**  
Presidente AEDH

**PONENCIAS Y DEBATE ONLINE CON**

**José María Pinedo & Amaya Aragón Valor**  
Socios  
Auren Corporate

**Pedro Gallardo**  
Regional Sales Manager  
King's Buffets

**Carlos Jacoste**  
CEO y co-fundador  
Discoolver

**Jesús Vázquez**  
Responsable División  
Hostelería  
Cristalvaro

**Pablo Fernández**  
Product Owner Soluciones  
Hotels Quality

**Juan Lázaro García & Juan Carlos Bautista**  
Gastro\_Facto

**Martes, 19 de mayo**

**De 10:00 a 12:00**

¡Evento online abierto. Regístrate previamente en el enlace adjunto.

**COLABORAN**

Bequest I+D

KING'S BUFFETS

CRISTALVARO

discoolver

HOTELS QUALITY

GASTRO FACTO

aurén CORPORATE

Foto: AEDH

las entradas y salidas de clientes en recepción eliminado burocracias y sustituyéndolas por tecnologías, así los recepcionistas tendrán más tiempo para atender otras necesidades del cliente, procesos de manipulación de alimentos más simples y más efectivos, ahorrando desperdicios y costes, control en compras de perecederos más efectivas... Sintetizar en unas líneas todo lo que supone ahora el servicio hotelero no es fácil, pero es mucho lo que se está haciendo en mejorar la percepción de confianza y confort del cliente.

Y desde AEDH, ¿cómo se ha estado trabajando en ello? ¿Hacia qué

cuestiones se encaminaban sus acciones?

Desde el principio nos volcamos en dar información a los asociados sobre todas las dudas que se tenía al inicio, durante el confinamiento y en la actualidad, el esfuerzo en ello desde la AEDH ha sido titánico, gracias al esfuerzo y colaboración de todos, hemos podido dar respuesta a la mayor parte de las dudas. Además, realizamos como AEDH en los primeros cuatro meses 36 webinars con presencia de especialistas en sanidad, en tecnologías, formación, legal, etc., que han dado muchas herramientas a los asociados para el presente y futuro

Foto: Manuel Vegas, Presidente de la AEDH





Foto: Barceló Hotel Group

hotelero; generamos una Guía de Buenas Prácticas sobre desinfección que se aplicó antes de aparecer la guía de Sanidad; hemos promovido la tendencia de Hotel Saludable a través de acciones formativas sobre gastronomía; hemos puesto en marcha el Centro de Alto Rendimiento Turístico para ofrecer formación del 2030, y así dotar a los profesionales de habilidades para nuevos retos. Desde su fundación hace 48 años, la AEDH siempre ha fomentado la actualización formativa de sus asociados y generado tendencias futuristas, es la campaña que hemos denominado #Aedh2030. La comunidad AEDH cada día es más fuerte y durante este tiempo se ha demostrado tanto a nivel interno como externo.

El mayor interrogante en estos momentos de recuperación del sector es la confianza del huésped, ¿qué conclusiones saca de la actitud de los clientes en esta situación?

Hemos estado preparados para recibir tanto al cliente no muy exigente en seguridad COVID como al cliente "ortodoxo" que exigía protocolos e información de las actuaciones que hacíamos. Hemos estudiado todos los escenarios posibles y se han implementado las acciones pertinentes, solo pedimos a los clientes, que fueran respetuosos con ellos y con el resto de los ocupantes del hotel, clientes y empleados; que perdonasen las medidas adoptadas en el buffet y restaurante que pudieran

parecer exageradas, pero era y es por el bien de todos; de las medidas de higiene al entrar y salir, no es nada más de lo que ya hacíamos al entrar en el supermercado o en la farmacia, y la respuesta hasta ahora es positiva, no hay incidencias negativas reportadas, estamos todos mentalizados.

Tras pasar los meses más fuertes de la temporada veraniega, ¿qué balance hace de la situación del sector?

Somos conscientes de que el año no se podrá recuperar en estos meses, habrá que ver a final de año en conjunto todos los elementos y analizarlos, y que el otoño ayude a la recuperación y el sector pueda recuperarse algo más y proporcionar más empleo, recuperando empleados.

¿Cuáles son los siguientes pasos a dar a corto plazo por la dirección hotelera?

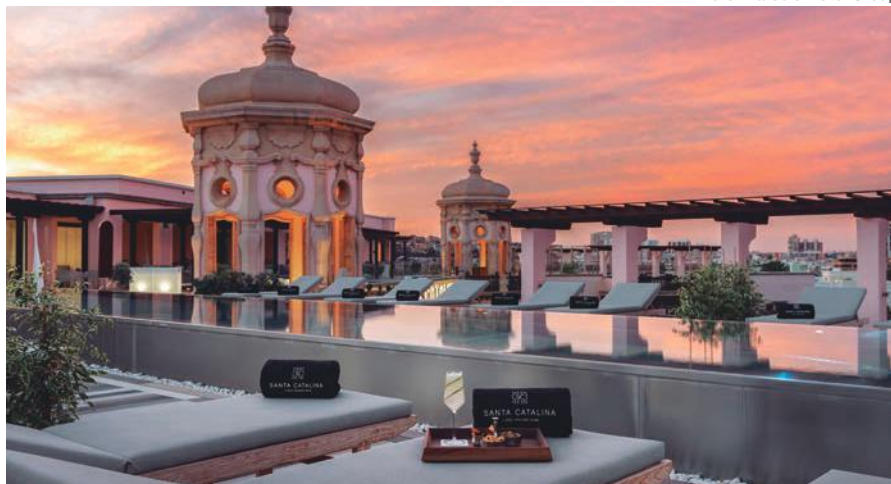
Desde la AEDH, recomendamos un análisis profundo de procedimientos internos, eliminando aquellos no necesarios, digitalizar y aplicar todas las herramientas posibles que mejoren servicio y procesos, hacer al hotel más sostenible, colaborar en reducir los desperdicios alimentarios y en flexibilizar las tarifas, que no significa guerra de precios. Tenemos que aprender de la historia, ya tuvimos bastante con la crisis del 2008 en cuanto a precios y lo que costó recuperar el precio medio.

¿Qué acciones/medidas son aún necesarias para ayudar en el sector?

No estamos muy conformes con las medidas adoptadas, consideramos que son insuficientes, con la importancia que tenemos en el PIB, no se refleja en las ayudas, sí vemos que hay muchas ayudas partidistas que no generan empleo. Solicitamos en marzo un bono turístico para fomentar el turismo nacional, una reducción temporal del IVA, deducciones para las inversiones realizadas en la mejora de seguridad sanitaria en los hoteles, y otras más, y para más disgustos hemos visto cómo algunos ministros denostaban al Turismo, demostrando su ignorancia y turismofobia, y nos ha dolido ver que la Ministra, Reyes Maroto, no ha salido rauda en su defensa.

La AEDH se ha mantenido trabajando incesantemente en todo este tiempo, ¿qué labores y actividades está llevando a cabo actualmente?

Foto: Barceló Hotel Group





Aparte de los webinars, el Centro de Alto Rendimiento Turístico, participar en muchos foros tanto nacionales como internacionales dando nuestra visión del momento, en estos momentos estamos centrados en una iniciativa que ha surgido de los asociados, y es la creación de un Banco de Camas, empoderar al hotelero y defender mejor sus activos, no es una iniciativa contra nadie, es poner en el mercado un nuevo canal, de hoteleros para hoteleros, lo hemos puesto en marcha este mes de octubre, hasta ahora hemos estado en fase piloto con algunos hoteles para ir corrigiendo procedimientos y tenerlo a punto para la fecha prevista.

Por último, seguramente sea una pregunta difícil de responder, pero es la pregunta del millón, ¿saldrá el sector del turismo a flote? ¿Ha pasado ya lo peor?

Optimismo a raudales, hemos salido de otras crisis, aunque no sean



Foto: Barceló Hotel Group

iguales, es un sector que se caracteriza por su capacidad de supervivencia, de regenerarse, tenemos una mentalidad muy positiva y adaptable a los cambios, sin rigideces mentales. Estoy seguro que será así, que haya

pasado lo peor, lamento no tener una bola de cristal, pero espero que sí y lo que tenga que venir que sean meros rebrotes puntuales y que no afecten al sector, y así se lo pedimos a Santa Marta, nuestra patrona, el 29 de julio.

## CUMPLA CON LA NORMATIVA Y LEYES VIGENTES

### TRATAMIENTOS ANTIDESLIZANTES PARA PAVIMENTOS, PLATOS DE DUCHA Y BAÑERAS

Sobre cualquier tipo de superficie, sin cambiar el brillo ni el color y sin rugosidad.

**SE EMITE CERTIFICADO  
por Laboratorios Homologados y  
acreditados en la página CTE del  
Ministerio de Fomento**



Tratamientos sin  
bloqueo de habitaciones,  
ni tiempos de espera



Certificado de Garantía  
Homologado



Respetuoso con el  
Medio Ambiente



Cumplimiento de  
Normativas

Adaptación del suelo a la Directiva Europea 89/654, LEY  
P.R.L. 31/95 y al Nuevo Código Técnico de Edificación



johnson-antideslizantes.com

johnson@johnsonesp.com

Tlf. 91 357 13 22



Foto: Toni Zaragoza, Director de Interihotel

## Interihotel

interihotel

### UN FORMATO 100% DIGITAL

Tras una ansiada espera por saber cómo se celebraría en 2020 la nueva edición de Interihotel, finalmente no será hasta febrero de 2021, del 15 al 26 de dicho mes, cuando tendrá lugar el que es considerado el evento más significativo del sector de la decoración y el diseño, tanto a nivel nacional como internacional. Debido a la situación tan voluble que se vive a consecuencia de la pandemia mundial provocada por la COVID-19, la organización de la convocatoria ha considerado que lo apropiado es que la cita se lleve a cabo en un formato 100% digital, el cual se centrará en cinco pilares fundamentales: matchmaking, los espacios de marca, la misión internacional, las Concept Rooms y las conferencias y debates.

La situación actual de pandemia mundial, originada por el contagio del virus SARS-CoV-2, ha repercutido en todos los aspectos de nuestra vida, forzándonos a una adaptación obligada a las nuevas e inestables circunstancias. Ante este momento que vivimos, la celebración de la nueva edición de Interihotel, una de las citas profesionales más reconocidas del sector del interiorismo y diseño, referente a nivel nacional e internacional, ha debido reformularse para garantizar el acondicionamiento a esta "nueva normalidad", donde tanto los eventos sociales como profesionales se han visto condicionados por limitaciones de aforo, nuevas medidas de seguridad, protocolos higiénicos frente a la COVID-19 y, en algunos casos, incluso cancelados.

Tras una exhaustiva reflexión sobre cómo debía ser en esta ocasión el certamen, de

la mano de prescriptores, interioristas y arquitectos, también junto a promotores y marcas, se acordó inicialmente que la mejor opción para Interihotel 2020 era un formato híbrido de cinco microeventos 'in situ' y actividades 'on line', señalaba Joaquín Solana, Director y Clúster Manager CENFIM, durante la presentación de esta edición a los medios en el mes de julio. Sin embargo, la actual de la evolución de la pandemia ha hecho a la organización del evento tomar la determinación de que, finalmente, la mejor opción es que el evento se celebre en un formato 100% digital del 15 al 26 de febrero de 2021.

Esta propuesta es fruto, como recalca Toni Zaragoza, Director de Interihotel, "de la cocreación en un grupo de trabajo formado por empresas asociadas a CENFIM y expositoras en Interihotel y también por estudios de interiorismo

que habitualmente colaboran en las actividades de nuestra entidad. La conclusión de estos dos grupos de trabajo fue que, ante un entorno tan volátil, incierto, complejo y ambiguo, como el que tenemos actualmente, lo lógico es disminuir el riesgo tanto como podamos, planificando actividades que a la vez aporten valor a las marcas participantes".

De este modo, Toni Zaragoza señala que desde la organización de Interihotel, "continuamos con nuestra propuesta de valor de ejercer de conexión de las personas y las marcas que definen el interiorismo de los hoteles, esta vez con un trato todavía más personalizado ya que este año celebraremos eventos más exclusivos con asistencia de visitantes VIP". Además, por otro lado, la actividad online estará abierta al mundo y facilitará que promotores del contract-hospitality y estudios de prescripción que no habían tenido la oportunidad de conocernos, puedan hacerlo virtualmente.

De hecho, según opina, "este formato totalmente digital, aunque nos obligue a estar detrás de una pantalla, nos permite seguir disfrutando de la calidez de la interacción que hemos tenido en las sesiones anteriores de Interihotel y que ha resultado de mucho valor para las empresas participantes, las personas que nos han acompañado en las conferencias, en las Concept Rooms, etc."

Profundizando en las cuestiones que conforman este evento 100% digital, Toni Zaragoza expone que tiene cinco puntos

Foto: Interihotel 2019





## CARTA DE FÉLIX MARTÍ, DIRECTOR GENERAL DE RESUINSA

### La pandemia actual ha supuesto un reset para el turismo

El sector turístico no es sólo el motor de la economía española, además es un integrante de la economía mundial, tanto por su crecimiento como por los aportes que realiza al planeta y al desarrollo.

Cuando hablamos de turismo, englobamos a todas las empresas de hostelería, restauración, compañías aéreas, cruceros, tour operadores, agencias de viajes, eventos y congresos, etc., que gracias a su profesionalización, se han desarrollado a lo largo de la historia.

Pero desde hace más de 6 meses, estamos atravesando uno de los periodos más difíciles de nuestra sociedad y de la industria turística. La pandemia nos ha hecho vivir momentos de vértigo, con hoteles cerrados, ERTes, aviones en tierra, caídas en Bolsa y cese total de actividad en medio mundo. Nunca antes nos habíamos enfrentado a una situación semejante.



Todos somos conscientes de que este año será sin duda, el peor de la historia para el sector, pero no por ello se debe disminuir la calidad que identifica a la hostelería española a nivel internacional. Además, mientras no se descubran soluciones médicas efectivas, tampoco podemos quedarnos con los brazos cruzados, la situación es difícil, pero es el momento de sumar esfuerzos empresariales, trabajar duro pero mirando siempre al futuro con esperanza.

Una crisis como la que vivimos deja claro que hemos de salvarnos juntos, y que la responsabilidad recae en todos y cada uno de nosotros. Si aprendemos de lo vivido y si somos capaces de volver a una normalidad que sea realmente nueva y mejor que la anterior, apostando por la sostenibilidad, la RSC y aprovechando las ventajas que nos proporcionan las nuevas tecnologías, quizás estos meses de sufrimiento hayan supuesto un aprendizaje, una oportunidad para ser capaces de cambiar y mejorar, pues nuestro potencial de transformación es más grande de lo que imaginamos.



Mirando hacia atrás, y siendo consciente de que todavía no tenemos perspectiva histórica sobre lo ocurrido, es de admirar cómo el sector ha reaccionado ante esta situación tan desconocida y a la vez tan cambiante, que todavía hoy nos genera a todos una gran incertidumbre.

Muchas empresas fuimos conscientes de la importancia de ponernos a trabajar uniendo a la industria en su conjunto. Comenzaron los Webinars, donde profesionales compartíamos las estrategias, las dudas o simplemente la visión sobre lo que estaba ocurriendo y cómo sería el futuro. Se trabajó muy duro en protocolos específicos, con la finalidad de poder reanudar la actividad ante la temporada de verano.

Desde Resuinsa os arropamos a todos, somos un Equipo.





Foto: Interihotel 2019

clave: matchmaking, espacios de marca, misión internacional, Concept Rooms y conferencias y debates.

En cuanto al primero de ellos, el matchmaking, según expone el Director de Interihotel, “éste debe ser, como ha sido siempre, un punto de encuentro profesional, un espacio que facilite ganar contactos”. De este modo, si las marcas participan en Interihotel, si los prescriptores nos visitan, si los hoteleros vienen a inspirarse..., es porque conocen gente interesante, y porque detrás de esta gente están los profesionales más importantes del contract-hospitality en España, Sur de Europa y muchos otros mercados de los que hemos venido teniendo invitados. Por ello, “aquél que quiera participar en Interihotel debe saber que es un espacio para hacer contactos profesionales”.

Estos contactos profesionales se realizarán en lo que son citas previas virtuales o en tiempo real. Se podrán solicitar citas mientras se realiza su visita en la página de la marca o viendo un producto.

Además, este entorno de relación va a ser bidireccional: no solamente es el visitante el que solicita una cita al expositor sino que aquellos visitantes que autoricen a que le soliciten cita las marcas participantes, podrán ser contactados. “Vamos a garantizar 50 lead a las marcas participantes”, puntualiza Zaragoza.

Después, tendremos los espacios de marca, en ellos las empresas participantes podrán mostrar sus productos, no es un stand de una feria al uso, pero tiene muchos atributos que se le asemejan. “Será un espacio que facilita la interacción del visitante de Interihotel online y aporta lead”, ya que esos espacios de marca van a permitir exponer los productos de diferentes formas.

Interihotel también tiene una misión internacional, en este caso con Estados Unidos, México, Emiratos Árabes y Sudáfrica. En esta misión, “los directores de cadenas hoteleras de estos países no se desplazarán hasta Barcelona como en otras ocasiones, pero sí que vamos a intentar hacerles una campaña lo más

personalizada posible para asegurar que se encuentran cómodos, que tiene esas reuniones que se programen con las empresas que participen y se lleven un buen recuerdo de Interihotel y unos buenos contactos para pedir ofertas a las marcas participantes”. Además de llevarse a cabo las reuniones, los prescriptores contarán de antemano con los catálogos y muestras de las empresas participantes, para que en dichas reuniones ya puedan contar con el material.

Por otro lado, uno de los espacios más importantes y más diferenciadores de Interihotel, tanto en su edición física de 2019 como en su edición online son las Concept Rooms. “Un proyecto en el que arquitectos e interioristas, cadenas hoteleras y marcas juegan a innovar a través de la simulación de cuatro espacios reales que son inspirados por la necesidades funcionales o de marketing de las cadenas hoteleras”, detalla el Director del certamen. Es decir, en estos espacios los estudios de prescripción van a recoger el reto de las cadenas hoteleras y van a desarrollar un concepto que se materializará en un proyecto de interiorismo, especialmente pensado para cuatro nuevos perfiles de usuarios de hoteles. Serán proyectos 100% digitales, se van a producir mediante renderizados 3D, con una visualización de 360º, con una experiencia inmersiva con efecto fotorealístico.

Según ha adelantado Zaragoza, en esta edición, las cuatro cadenas participantes son: NH Hotel Group, Le Meridien RA, Guitart Hotels y Castilla Termal, dos de ellas de carácter nacional y dos de carácter internacional. Y, en cuanto a estudios de prescripción, aún no se han desvelado los escogidos porque, aunque la posibilidad de la preinscripción ya se encuentra cerrada, la organización aún están seleccionando de entre los 83 estudios inscritos los cuatro finalistas.

Por último, en esta edición 100% online también se podrá participar en las tradicionales conferencias y debates. Aunque aún está por determinar el número de intervenciones, los contenidos y sus ponentes, “lo que sí que podemos asegurar es que van a ser ponentes de relevancia y prestigio, tanto nacionales como internacionales”, asegura Zaragoza.



Foto: Interihotel 2019





# 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](http://www.promateriales.com)



**Promateriales Arquitectura Actual**  
[www.facebook.com/promateriales.arquitecturaactual](http://www.facebook.com/promateriales.arquitecturaactual)



**Promateriles / @promateriales**



**Promateriales @Arquitectura\_PM**  
[www.twitter.com/arquitectura\\_pm](http://www.twitter.com/arquitectura_pm)

### 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](http://www.revistahostelpro.com)



**Revista Hostelpro / @hostelpro**



**Hostelpro @R\_hostelpro**  
[www.twitter.com/R\\_hostelpro](http://www.twitter.com/R_hostelpro)

### protiendas

#### Información de Electrodomésticos, Imagen y Sonido

- Análisis de Sectores (Gamas Blanca, Marrón y PAE)
- Entrevistas a Fabricantes y Distribuidores
- Reportajes de Distribución de Electrodomésticos
- [www.revistaprotiendas.com](http://www.revistaprotiendas.com)



**Revista Protiendas**  
[www.facebook.com/revista\\_protiendas](http://www.facebook.com/revista_protiendas)



**Revista\_Protiendas / @revista\_protiendas**



**Protiendas @rprotiendas**  
[www.twitter.com/rprotiendas](http://www.twitter.com/rprotiendas)



**Promateriales (Editorial Protiendas)**  
[es.linkedin.com/company/editorial-protiendas-s-l](https://es.linkedin.com/company/editorial-protiendas-s-l)





Foto: Amare Beach Hotel Ibiza, Simón García



PROYECTO HOTELERO

# Amàre Beach Hotel Ibiza, Ibiza

LA NATURALIDAD DEL AMBIENTE IBICENCO



Las espléndidas vistas de la Bahía de San Antonio, en Sant Josep de sa Talaia (Ibiza), son el principal encanto del Amàre Beach Hotel Ibiza; y así lo refleja tanto su arquitectura como su interiorismo. El trabajo de diseño, en manos de Àrea Interior Procurement del grupo Verum Hotel Development, con el interiorista Jordi Cuenca al frente, ha querido integrar en las microatmósferas que configuran el hotel la naturalidad del ambiente ibicenco y así sorprender al huésped con un alojamiento que se caracterice por tener espacios diversos, visualmente seductores, relajantes, divertidos, y con esta filosofía hacer su estancia confortable y atractiva, a la vez que sumamente 'instagrameable'. Amàre es diseño, confort, diversión, música y arte, por ello la concepción del hotel no podía ser otra que la fusión del propio estilo de la marca con la del inigualable emplazamiento.



Foto: Amàre Beach Hotel Ibiza. Simón García

Después del éxito obtenido en el Amàre Beach Hotel Marbella, con el reposicionamiento del Hotel Miramar Marbella para convertirlo en un hotel solo adultos de la marca Amàre, de manos de Área Interior Procurement del grupo Verum Hotel Development en el año 2015, la prestigiosa cadena Fuerte Group Hotels, revalidó la confianza en el estudio para abordar un apasionante proyecto hotelero en Ibiza (Islas Baleares): la reconversión de los hoteles propiedad del Grupo Matutes en la nueva enseña de la marca en la isla balear, el Amàre Beach Hotel Ibiza.

Fotos: Amàre Beach Hotel Ibiza. Simón García



De este modo, la firma de arquitectura e interiorismo, especialista en diseño de establecimientos hoteleros, con el interiorista Jordi Cuenca al frente, se encargó del proyecto de diseño del nuevo hotel, que abrió sus puertas coincidiendo con la temporada veraniega del pasado año.

A la hora de abordar este proyecto el equipo de diseño quiso reflejar el estilo de la marca, añadiendo la naturalidad del ambiente ibicenco. El hotel se caracteriza

por tener espacios diversos, visualmente seductores, relajantes, divertidos; rincones especiales, creados con la intención de que la estancia del huésped sea confortable y atractiva, a la vez que sumamente 'instagrameable'.

Amàre es diseño, confort, diversión, música y arte, lo que se transmite a su arquitectura y a su interior. Por ello, el equipo de Área IP se propuso que los huéspedes pudieran gozar de un hotel de grandes dimensiones en un entorno





“Se caracteriza por tener espacios diversos, visualmente seductores, relajantes, divertidos; rincones especiales, creados con la intención de que la estancia del huésped sea confortable y atractiva, a la vez que sumamente ‘instagrameable’...”

relajante y confortable. Y bajo esta premisa tuvieron en cuenta personalizar los espacios mediante la creación de microatmósferas, con el objetivo de conseguir diversas formas de estar y disfrutar. La convivencia de los huéspedes sería así relajante y placentera, a la vez que social y divertida, como lo es su emplazamiento, en Sant Josep de sa Talaia, la isla de Ibiza.

De entre estas diversas microatmósferas, encontramos el lobby-bar que está a su vez lleno de distintos espacios marcados; que invitan a tomar asiento y relajarse o hacerse un ‘selfie’.



Foto: Amàre Beach Hotel Ibiza. Grupo Fuerte

En él los materiales blancos utilizados contrastan con la aportación del hierro negro, material característico en los proyectos de Área IP. Además, en este espacio encontramos que el pavimento es porcelánico de gran formato y el mostrador de recepción blanco, realizado en resina, es una composición de caras

geométricas cual formación geológica de sal; las alfombras redondas de ratán en el suelo marcan las atmósferas diferenciadas de las zonas de espera, y el pequeño bosque de madera, en el acceso, frente al mar, nos delimita un espacio onírico entre pufs que nos recuerdan a las piedras de las playas.

**NATURTEX**

Fabrics, rugs and more...





Foto: Amàre Beach Hotel Ibiza. Grupo Fuerte

capitoné gris, situado en el eje de dos alas del hotel. Apoyado entre troncos y tras una chimenea de vapor, crea el espacio más íntimo y relajado para situar así la zona de biblioteca y networking, si lo que se busca es la combinación entre el ocio y el teletrabajo.

Además de los espacios anteriormente expuestos, el huésped puede disfrutar de la zona wellnes, con gimnasio, peluquería y zona de masajes, o facilitarse un 'upgrade' para acomodarse en la zona VIP, con su terraza frente al mar, espacios disponibles en la zona lounge.

Amàre Pool es el espacio exterior de la planta baja, que con sus dos piscinas, hamacas, bar y ambiente musical, ofrece el ambiente mediterráneo. Situado en primera línea de playa, mientras se disfruta del sol y la brisa de Ibiza por la tarde, se puede escuchar música en directo de DJ que ameniza la estancia al aire libre.

En el ala opuesta del hotel encontraremos el restaurante Mare Nostrum, estilo bufet-mercado, proyectado con madera natural e hidráulico azul, que ofrece desayunos y cenas a los clientes, siendo un espacio a su vez polivalente para realizar actuaciones en el interior, por la posibilidad de abrir sus cristaleras de cierre.

Especial mención merece la terraza Bellvue situada sobre uno de los edificios del hotel. Aporta un gran solárium y

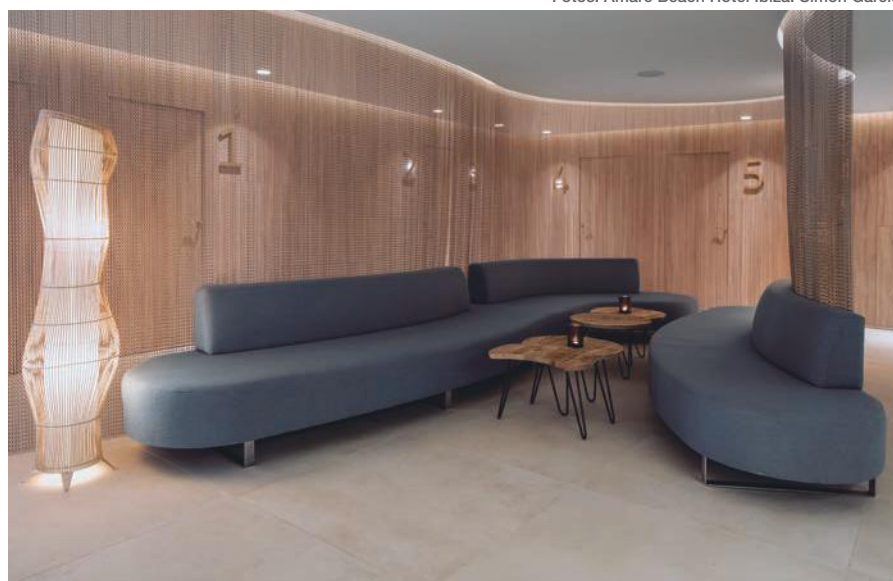
Asimismo, la zona de estar circular de asientos colgantes, entre vegetación, junto a la barra del bar; nos ofrece un lugar divertido para tomar unas copas con los amigos o mientras esperamos una visita. Desde el propio hall, la visión de la zona exterior de piscinas es completa, a lo que se le une el horizonte del mar. Fue necesaria una intervención arquitectónica importante, realizada por L-R Arquitectura, para conseguir la unión de perspectivas interiores y exteriores.

Por otro lado, el bar se encuentra tras lamas verticales pivotantes, revestidas de material textil que, sin necesidad de

cerrar espacios, aportan cierta división, a la vez que facilitan el control del sonido.

Mientras paseamos por el interior del hotel podemos disfrutar de Amàre Art, la colección itinerante de piezas de artista que complementan el ambiente. Parte importante del concepto aportada por el departamento de actividades del hotel. Disfrutar de piezas de arte moderno en momentos de ocio sublima la sensación de estética y calidad.

Uno de los grandes protagonistas del lobby y sus zonas de estar es un singular sofá-hipopótamo blanco con tapicería



Fotos: Amàre Beach Hotel Ibiza. Simón García



una piscina infinity a las maravillosas vistas sobre la Bahía de San Antonio y el horizonte. En ella, por la noche se podrán probar los platos del restaurante Hayaca, de cocina fusión latina. Su zona de estar y la terraza, están diseñadas con barandillas de cristal para poder disfrutar de las maravillosas puestas de sol ibicencas.

En cuanto a las habitaciones, el equipo de Área IP planteó diferentes tipologías de alojamiento, posibilitando así una oferta mayor para complacer a cada huésped en sus exigencias para su estancia.

Un aspecto general de ellas, es que se ha querido aprovechar al máximo la luz natural del mediterráneo. De tal modo que la ducha es un cubo de cristal transparente que ofrece la experiencia de ducharse viendo maravillosas vistas al mar.

También encontramos en ellas que el blanco y los tonos claros dominan en pavimentos de madera y revestimientos.



Foto: Amàre Beach Hotel Ibiza. Simón García

El cabecero de la cama es una talla de madera pintada en blanco, recordando los trabajos artesanales de los primeros visitantes y residentes de la isla, en los años 70. Un sillón-columpio en forma

de huevo cuelga estratégicamente del techo junto a la ventana, de tal modo que ofrece la posibilidad de balancearse disfrutando de vistas panorámicas a la ya citada Bahía de San Antonio.



VISITANOS EN  
WWW.PROMATERIALES.COM

## Jordi Cuenca

### Interiorista de Área Interior Procurement (Verum Hotel Development)



Foto: Jordi Cuenca, Interiorista de Área Interior Procurement (Verum Hotel Development)

El Hotel Amàre Beach se encuentra a pie de las bellas aguas ibicencas, ¿cómo ha influido su emplazamiento, la isla de Ibiza, en la elección de su diseño? ¿Y el concepto de la cadena?

El emplazamiento del hotel fue elegido por el concepto de la marca. Amàre es una marca lifestyle que une las virtudes del ocio, la cultura, el relax y la diversión. Los hoteles están en primera línea de mar para incorporar un beach club, para que los clientes disfruten del ambiente del mar. El diseño se adapta más al espacio y ubicación en la que se encuentre el hotel que al concepto, cuyas características ya conocemos previamente.

La arquitectura del edificio, con muchos de los espacios comunes acristalados, permite el disfrute de unas vistas ejemplares, ¿de qué forma el diseño ha aprovechado esto para el disfrute de los huéspedes?

Una de las principales características que debe tener el hotel es perspectiva y vistas. El diseño arquitectónico se realiza pensando básicamente en la abertura a la luz y a la perspectiva. El diseño interior realza estas características para que el cliente disfrute de ellas.

Los espacios acristalados se potencian y la distribución y mobiliario facilitan el estar en estas zonas. Siempre intentamos tener una planta alta desde donde disfrutar del aire, la luz y el entorno, le llamamos Belvue.

¿Qué sensaciones se querían mostrar con el estilo y diseño del hotel?

Ibiza es una tierra natural, luminosa, con antecedentes artesanales y el gusto por la naturaleza. El diseño del hotel quería mostrar estas características. En cada establecimiento pretendemos que el cliente capte la energía del lugar, que se ubique en cada emplazamiento, pues cada entorno es distinto, deseamos integrarnos a través del diseño en la ubicación en la que se instala el hotel, en sus costumbres y sus inquietudes. El visitante quiere percibir estas sensaciones próximas y diferentes.

¿Cuáles considera los elementos y productos de diseño y decoración más destacables del proyecto (lámparas, mobiliario, textil, pavimentos...)?

El hotel tiene guiños a la naturaleza, por lo que se han instalado troncos de árbol con los que se realiza la construcción

Foto: Amàre Beach Hotel Ibiza. Simón García





tradicional en la zona. Aportamos alfombras de yute y sisal, productos naturales de tradición. Hemos creado un cabezal tallado para recordar la artesanía de los primeros visitantes de la isla. Hemos querido aportar colores naturales para integrarnos en el entorno. Solo hay dos elementos destacables en el mobiliario: el gran mostrador, de color blanco, como los encalados de las casas ibicencas y el hipopótamo reconvertido en sofá, un punto de diversión para integrar oníricamente el mundo animal.



Foto: Amàre Beach Hotel Ibiza. Simón García

Para escogerlos, ¿cuáles han sido los criterios que se ha marcado el equipo? ¿Qué buscaban en ellos?

Al realizar el proyecto queríamos que los huéspedes pudieran disfrutar de todos y cada uno de los espacios, por lo que nos propusimos crear distintas zonas en las que estar y divertirse. La distribución del mobiliario va creando

espacios en los que tomar una copa, estar sencillamente escuchando música, tener una charla con un amigo, disfrutar de las vistas sobre el mar, relajarse o escuchar a un Dj en la piscina, o incluso un rato de lectura o trabajo dentro del hotel. Buscamos el confort y rehuimos de la monotonía dentro de un espacio amplio, tranquilo y luminoso.

Uno de los elementos más reseñable en el proyecto es la luminosidad, ¿qué papel juega la luz natural y la artificial en él?

La luz es básica en la arquitectura interior. La arquitectura debe facilitar la abertura de espacios y el interiorismo debe aprovecharla, tamizando a veces la excesiva. La isla de Ibiza tiene una

(agora)<sup>®</sup> | safe home<sup>™</sup>

Indoor & Outdoor fabrics that you can clean and disinfect with bleach.  
Tejidos para interior y exterior que puedes limpiar y desinfectar con lejía.



luz mágica. Por la noche intentamos que la magia no desaparezca, creando ambientes iluminados con mucho detalle. El ambiente y la luz son prioritarios para nuestros proyectos, por lo que la luz indirecta, el brillo de la lámpara de cristal o la calidez de la pantalla textil, deben mantener el clima de confort mágico para los espacios.

En cuanto a los materiales empleados, ¿cuáles han sido los más utilizados? ¿Por qué?

Utilizamos porcelánico con aspecto de suelo continuo pues deseamos una base relajante, como la arena de la playa. Lo contrastamos con cerámica de color en algunas zonas, para crear alfombrados. Utilizamos habitualmente hierro negro, que nos ayuda a realzar los blancos y aporta estabilidad a la arquitectura interior. Siempre mezclamos maderas naturales que integran la calidez a los espacios a la vez que ayudan a la funcionalidad. No son proyectos que necesiten materiales caros y tradicionales como mármoles, sino más bien sencillos, como la pintura. Pintura que en la parte del hall aplicamos con el sistema tradicional del encalado de las casas ibicencas.

Hablemos de texturas y colores. ¿Podría señalar cuáles son los más significativos en este hotel? ¿Con qué sentido les dieron ese protagonismo?

Los colores deben ser blancos y arenas, con todos sus matices, o naturales



Foto: Amàre Beach Hotel Ibiza. Simón García

como los del sisal y la madera. El color vivo lo utilizamos como contraste. Las texturas son diversas; desde el hierro negro que he mencionado, combinando con el satinado de una superficie de resina o el contraste de superficies rugosas como el encalado. Pintura que en parte del hall aplicamos con el sistema tradicional que utilizan las casas ibicencas.

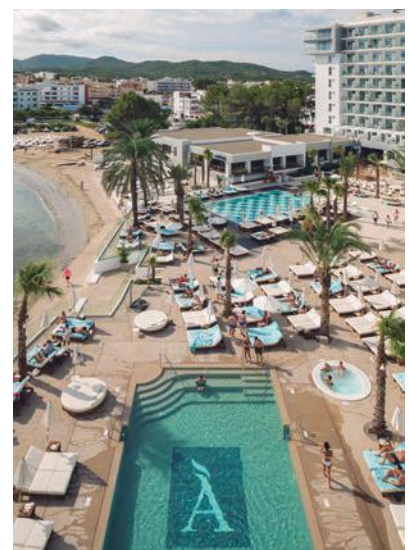
El hotel dispone de diferentes estancias, ¿cuál reseñaría como el espacio estrella? ¿Por qué?

No pretendimos crear ningún espacio estrella, sino, como he comentado, crear distintos espacios de vida para disfrutar, interiores y exteriores. De todas formas los espacios más vividos siempre son los exteriores. Exteriores que tratamos como estancias, para que el confort ayude a disfrutar del aire, el sol, el agua y la magnífica restauración que ofrece el hotel.

Por último, para hacer balance del éxito del proyecto, ¿cuáles fueron los objetivos principales que se fijaron para éste? ¿Se han cumplido las expectativas?

El objetivo prioritario fue realizar un diseño que cumpliera con el concepto de marca para ofrecer al cliente habitual la misma calidad que se le ofrece en Amàre Marbella. Un diseño atractivo y adaptado, con elementos que puedan reforzar las características de los hoteles Amàre. Durante el año anterior, el de inauguración, el hotel de Ibiza tuvo gran éxito; en cuanto podamos volver a la normalidad, esperamos volver a reencontrar a estos clientes para en un futuro poder ofrecerles otros destinos de igual calidad y prestigio.

Fotos: Amàre Beach Hotel Ibiza. Simón García





# BOOKING THE PLANET'S FUTURE



En Vayoil queremos dejar un planeta mejor para el futuro sumando innovación y concienciación.

Por este motivo desarrollamos, dentro de nuestros estándares de calidad, textiles para la habitación, el baño y el comedor; para un sector, el hostelero, cada vez más preocupado, como nosotros, por la sostenibilidad del planeta que compartimos entre todos.

**vayoil**



Foto: García de Pou

# Buffet y productos de desayuno

## Luchando contra un nuevo reto

El servicio de buffet, sobre todo en el momento del desayuno, siempre ha sido una de las actividades más destacadas y valoradas por los huéspedes del hotel; incluso, en muchos casos ha sido un aliciente para reservar una estancia en el alojamiento. Ahora, en los tiempos que corren, marcados por la COVID-19, hosteleros de todo el país se han visto abocados a una reformulación de este servicio para garantizar a sus comensales una seguridad frente al virus, lo que sin duda revierte en la confianza y fidelidad de sus clientes, demostrando así que el sector hotelero tiene una gran capacidad de adaptación a las circunstancias y venciendo así las adversidades de este año.

**E**n estos tiempos de pandemia mundial que estamos viviendo, es una obviedad pero necesario de reseñar para entender el contexto, que el sector turístico y con ello el hotelero y el de la restauración han sido de los más azotados por la COVID-19. Sin embargo, estos sectores han demostrado una profunda capacidad de adaptación a las circunstancias para garantizar la seguridad de sus clientes en cada uno de sus servicios. Y, una de estas actividades que se han visto abocados a la reformulación de su planteamiento tradicional, tal cual lo conocíamos hasta el momento, es el de buffet y desayuno.

Este servicio ha sido tradicionalmente uno de los más valorados por los huéspedes y comensales, y eso no debe cambiar pese a la situación. De hecho, como opina



Christopher Harrington Bulled, Gerente de Crispins, la actualidad “va a variar muchas de las costumbres que teníamos hasta ahora, una de ellas el autoservicio en el buffet de desayuno y quizás algunos de los cambios han llegado para quedarse, pero eso no significa que el servicio de buffet haya desaparecido para siempre”. Asimismo, “sin duda los establecimientos deberán respetar las normativas sanitarias y de aforos recomendados por cada comunidad. La higiene pasa a ser, aún más si cabe, el factor primordial que generará la confianza del comensal en dicho establecimiento”, añade Pedro Medina, Director de Marketing de Lactalis Foodservice Iberia.

“Es cierto que fruto de la situación de pandemia actual el buffet ha sido estigmatizado por la gran afluencia de público que por concepto siempre ha implicado. Para los amantes de la comida, un buffet que entrase por los ojos con la disposición de todo el manjar a la vista y en perfectas condiciones, era sinónimo de una reserva casi garantizada. Ahora bien, esto ya no es así, y lo que antes se consideraba el ‘disfrute’ del día ahora se ha convertido en el ‘peligro’ del día en la mente del consumidor.

Aunque la normativa es muy diversa para los espacios de buffet, es cierto que hemos de conseguir reinventarlo y acercarnos a su futuro más próximo. ¿Hemos de dejar de visitar los buffets? La respuesta es no. Debemos seguir disfrutando de ellos siempre con el



Foto: Mondat Baker

firme compromiso de la normativa de seguridad e higiene establecida, tanto por parte del establecimiento como por parte del usuario.

El punto de más afectación será el del autoservicio, ya que éste pasará a ser servido por el propio personal del hotel, protegiendo así la exposición de los alimentos ante los comensales”, expone Joan Ros Tapiola, Director de Compras de Serhs Projects.

Es innegable que “el servicio de buffet ha resultado claramente afectado y su demanda se ha visto sensiblemente disminuida debido al contexto actual. No obstante, el sector se encuentra ya

en vías de una profunda transformación, en la que destacan dos aspectos: los esfuerzos que la industria realiza para prevenir la transmisión de enfermedades y la nueva percepción del cliente. Se trata de las piedras angulares sobre las que se está vertebrando la nueva oferta. El riesgo implícito de contacto físico por la cercanía a otras personas, utensilios para servir compartidos o la variedad de personas tocando las mismas superficies, son algunas de las razones que obligan a esa adaptación. También afecta a la estructura y diseño de los espacios: el comedor interior, la distancia entre el respaldo de sillas, etc. Los costes de la operación, por tanto, se incrementan, aunque ante la necesidad de acometer nuevas inversiones habrá que ser cauteloso y centrarse en lo crucial. Lo más relevante es estudiar los espacios, la adopción de medidas y el diseño de sistemas trazables que velen por la seguridad alimentaria e higiene de todos los procesos”, apunta Marcel Abarca, Director de Proyectos de Soleti Group.

Aunque “sin duda alguna, los hosteleros están entre los más presionados para reinventarse debido a la nueva situación que previsiblemente tendrá el consumidor tras la pandemia del coronavirus, tendente a evitar las aglomeraciones de personas y a extremar la higiene en especial con los alimentos. No obstante, estamos seguros de que sabrán hacerle frente al nuevo reto, tomando medidas para adaptarse cuanto antes a las probables nuevas

Foto: Kliimer



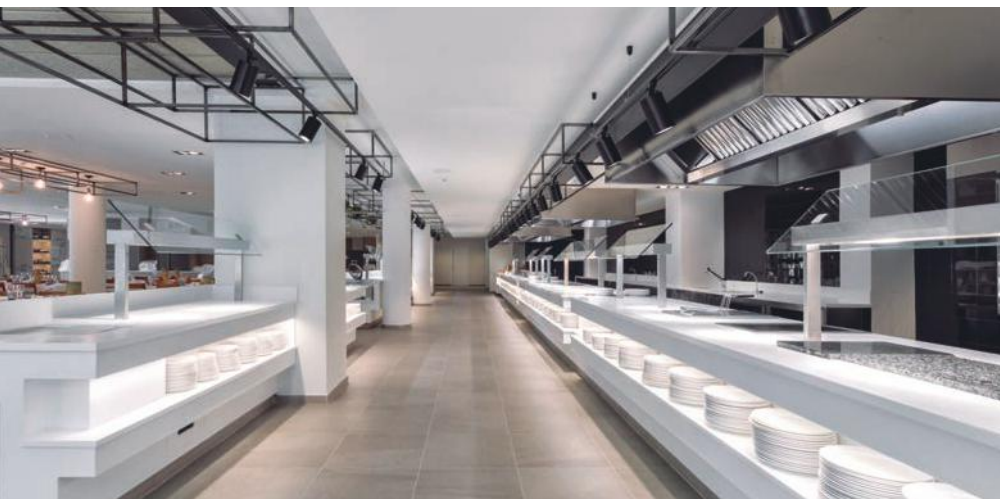


Foto: Serhs Project

preferencias de sus huéspedes”, afirma Rubén Sanz, Channels and Field Sales Food Service Manager de Hero.

### Enfrentándose a la pandemia

Encontramos que los planteamientos preliminares apuntan que algunas de las cuestiones en las que se hará hincapié es en la propia “gestión de autoservicio del cliente. No podemos dejar que todos los usuarios se muevan a libre disposición por la sala y tocando todos los utensilios. Ya era habitual tener que seguir un orden a la hora de elegir tu desayuno en formato buffet, y así tendremos que seguir. Además, habrá que lograr mantener las medidas de seguridad en cuanto a distancias y protecciones como mamparas. Esto obligará a que sea el mismo personal del hotel el que entregue lo que el usuario quiera consumir, así como fomentar las monodosis en todo lo que sea posible”, comenta Ángel Otero, Director de Negocio de Cash Record en Vegalsa-Eroski.

En cuanto a ello, David Ramos, CEO de Klimer, añade que “el buffet cambiará a su uso con más monodosis, con mayores medidas de control y seguridad como utilización de guantes, pinzas desechables que cada cliente usara y en algunos casos cambia por que el servicio de buffet sea atendido por personal del hotel y servido a los clientes en las mesas”. Según explican desde Food Service de Borges, dada la situación actual de pandemia el servicio de buffet ha tenido que adaptarse, cambiando radicalmente su formato ofreciendo

productos individuales para evitar la manipulación por más de una persona, al mismo tiempo que se le ha dado un impulso al formato ‘take-away’ o buffet asistido para evitar la concentración de personas en las zonas de buffet, es decir, “en la mesa para los líquidos y en el buffet asistido por personal de los hoteles para el resto de productos. El objetivo es que los clientes no puedan manipular los alimentos”, indica José Alberto González, Responsable de Cuentas Nacionales Foodservice de Corporación Alimentaria Peñasanta. De hecho, “en el estado actual de incertidumbre la mayor parte de los establecimientos han optado por un servicio asistido. Parece la opción más prudente”, opina Pablo Torres, Chef Corporativo Nacional de Rational.

En opinión de Núria Martínez Petit, KAM de Duni Ibérica, “muchos hoteles han optado por poner todos los alimentos en empaques individuales, lo que dará un aumento considerable de material de un solo uso en plástico, bagazo o pla, dependiendo de la tipología del hotel y de su orientación medioambiental. Y en algunos hoteles se ha mantenido el desayuno buffet, pero -como hemos visto- es el personal el que atiende a los clientes para que no tengan que manipular cubiertos y comida. Por otro lado, muchos hoteles optan por servicio en mesa o por showcooking, por lo que el cliente hará largas colas ordenadas para la obtención de los alimentos en la barra”. Por otro lado, en el ámbito de la restauración, ante esta situación muchos restaurantes se han adaptado rápidamente optando por alternativas

el ‘take away’ y el ‘delivery’ como una nueva oportunidad en sus negocios. Y es que, ahora toca reinventarse, apunta Susana Fernández, Departamento de Administración de Ventas de García de Pou.

Otra cuestión en la que se está trabajando, en este caso, para controlar los aforos de este servicio, es como identifica Jose Miguel Fernández, Chef Corporativo de Fritermia, la posibilidad de “ofrecer a los clientes horarios preestablecidos en turnos en el momento de hacer el check-in. Además, comunicar a F&B los listados de horarios repercutirá muy positivamente en la organización del trabajo en sala y cocina, pudiendo ofrecer ingredientes con mayor frescura y calidad”.

“Es imprescindible para mantener y ofrecer el servicio de buffet con la máxima calidad y seguridad, siguiendo las medidas necesarias. Si el buffet del hotel va acompañado de las medidas necesarias y oportunas, la valoración y percepción de los clientes seguirá siendo óptima y demandada. Y no solo es importante seguir las medidas de seguridad, también lo es saber comunicarlas al consumidor, para que éste además de seguirlas pueda sentirse seguro y tranquilo al respecto. Al fin y al cabo, esto es una tarea y una responsabilidad conjunta que debemos tomarnos todos muy en serio”, expresa José Luis Espinosa Puig, CEO Mizumo.

Foto: Soleti Group





*ROYAL*

**Welcome back.**

Un icono atemporal.  
Así es Royal. Hoy de vuelta.  
Con una tecnología de vanguardia  
y un diseño de alto nivel.

Un gran clásico de Saeco en el  
segmento OCS, apreciado en  
todo el mundo, que encuentra  
una fuerza nueva de identidad.

[www.saecoprofessional.es](http://www.saecoprofessional.es)

 **Saeco**

A black Saeco Royal coffee machine is shown from a front-three-quarter view. It features a digital display and several buttons for different coffee settings. A glass cup is placed under the spout, and coffee is being dispensed into it. The machine has a sleek, modern design with a large water reservoir on the left and a coffee bean container on the right.

Así que podemos decir que en estos momentos “el buffet perfecto” es aquel que garantiza la seguridad e higiene de los clientes incorporando productos que se ajusten a esta nueva exigencia, reivindicando desde García de Pou.

### Garantía de seguridad

Como se comentaba anteriormente, “el servicio de buffet va a lograr una mayor responsabilidad y profesionalidad. Se hará un servicio personalizado para el cliente, teniendo contacto no solo a la hora de reponer o recoger, sino a la hora de ofrecer. Por ello, tener en cuenta en todo momento las medidas de seguridad va a ser lo único que nos garantizará la confianza de los clientes”, recalcan desde Cash Record en Vegalsa-Eroski.

En este sentido, Joan Ros Tapiola presenta cuáles serían las medidas más representativas que podemos tener en cuenta:

- Disponer a la entrada de un dosificador con gel hidroalcohólico para la desinfección de manos de los clientes. Hemos de tener en cuenta que este gesto se está convirtiendo en un hábito diario para todos, por lo que aparte de transmitirles seguridad del establecimiento, no se opondrán a tal acción.
- Todo el personal de servicio estará equipado con todos los EPI (gorros, guantes y mascarillas) que la normativa establece de obligado cumplimiento

para acceder al puesto de trabajo, así como el número de personas que formarán el equipo de buffet. “Deberemos extremar las precauciones y medidas higiénico-sanitarias en cocina y sala: idoneidad del vestuario, EPI, puntos de limpieza automáticos, esterilizadores, menaje, limpiadores de agua a presión, esterilizadores, dispensadores de geles...”, recalca el Director de Proyectos de Soleti Group.

- El servicio se puede ofrecer, como ya se indicaba anteriormente, bajo dos modalidades: que sean los propios equipos los encargados de servir los platos a los comensales o disponer de raciones monodosis que eviten la manipulación de toda la exposición de los alimentos. Respecto a ello, desde Food Service de Borges comentan que “es importante poder ofrecer productos de un solo uso en este canal bajo los formatos

monodosis e individuales, como aliños, salsas, bebidas vegetales, etc. Además, también habrá cambios significativos en cuanto al empleo de utensilios donde un único empleado sería el encargado de repartir la comida evitando así la manipulación por parte de los clientes”.

- Se indicará debidamente la distancia de seguridad en los turnos de espera que se han de respetar entre comensales. Así mismo éstos deberán esperar su turno hasta ser atendidos y ubicados en la mesa que anteriormente habrá sido desinfectada correctamente entre usos de diferentes clientes.

- Todo el mobiliario quedará dispuesto contando con la distancia de seguridad que especifica la normativa. Por este motivo, los turnos y reservas de horas serán cada vez más usuales en estos espacios de restauración. Además, “las salas pueden dotarse de un sistema de renovación del aire, termómetros digitales y control de temperatura a distancia. Hay multitud de soluciones que pueden aportar mucho al negocio”, añade Marcel Abarca.

- Se ubicará cartelería y señalización en todo el espacio con información de pautas de higiene y desinfección a modo de recordatorio de los clientes. Asimismo, el consumidor “debe ser consciente de los esfuerzos que se realizan en todo el proceso para generar confianza. La información sobre los alimentos puede realizarse mediante impresoras de tarjetas plásticas especiales que pueden limpiarse con productos higienizantes, etc.”, detallan desde Soleti Group.



Foto: Quality Espresso



Foto: Mizumo



**GAGGIA**  
MILANO

*la Radiosa*

Innovación sin límites

LA NUEVA SUPERAUTOMÁTICA  
DE GAGGIA MILANO

HASTA 600 SELECCIONES  
5 CATEGORÍAS DE BEBIDAS  
12 SELECCIONES POR PANTALLA

2 TIPOS DE CAFÉ

PANTALLA TÁCTIL:  
MODO BARISTA,  
MODO SELF-SERVICE



TECNOLOGÍA  
**EVOMILK:**  
PRODUCE UNA  
PERFECTA CREMA  
CON LECHE FRESCA

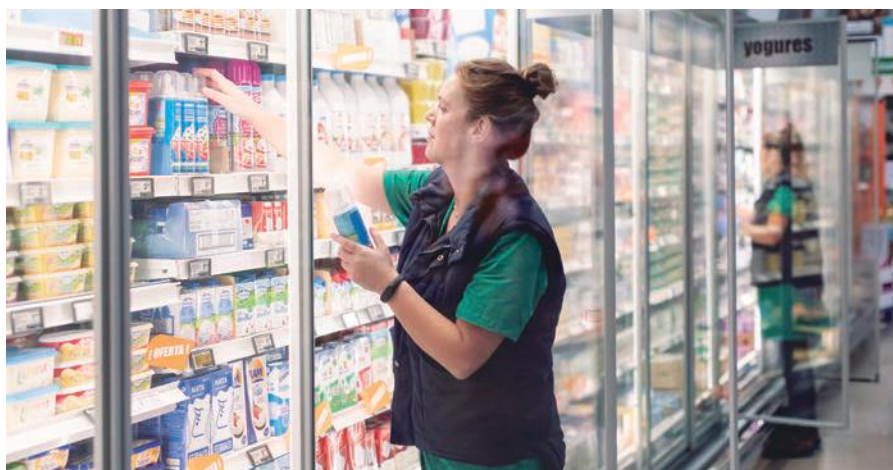


Foto: Chash Record

Otro punto en el que debemos detenernos es el referente a “los procedimientos anteriores a la elaboración de los platos: la gestión de compras, la conservación de la cadena de frío, almacenaje, caducidades secundarias, gestión de los desperdicios alimentarios... deberán facilitar la información adecuada a un sistema de trazabilidad ágil y flexible”, puntualiza el Director de Proyectos de Soleti Group.

Todo ello está recogido en aquellas recomendaciones por las autoridades sanitarias para proteger la seguridad tanto de los clientes como del personal de los establecimientos de hostelería:

distancia social, limpieza y desinfección de las superficies, establecimiento de turnos para evitar aglomeraciones, utilización obligatoria de la mascarilla, etc., puntualiza Antonio Miguel Hernández, Sales Director Iberia de Quality Espresso. “Es cierto que en un primer momento todas estas acciones pueden suponer un incremento del coste de personal, de infraestructura y de materiales. No obstante, hemos de tener perspectiva de futuro y de supervivencia del negocio y este cambio de 180° en el concepto del buffet supone una mejora de la propuesta de valor que ofrecemos al comensal”, valora el Director de Compras de Serhs Projects.

En estos momentos, como apunta Marcel Abarca, “cobran especial importancia aquellos aspectos sobre los que el cliente apenas se interrogaba o daba por supuesta una correcta ejecución. Me refiero a la totalidad de procesos que tienen lugar antes de que el plato llegue a la mesa. También en lo que ve. Si bien hasta hace relativamente poco tiempo muchas compañías utilizaban términos como seguridad alimentaria, trazabilidad, higiene en la cocina, etc., como mero gancho de marketing, lo cierto es que actualmente han devenido en exigencias rotundas para el consumidor. No solo deberán implantarse nuevos sistemas de control y nuevos procesos, sino que deberán comunicarse adecuadamente al consumidor. Ahora más que nunca deberemos ‘hacerlo muy bien y hacerlo saber’. Nuestros clientes deben conocer de primera mano los cambios acometidos de forma que logremos transmitir confianza y seguridad”.

“Esta situación, sin duda, va a cambiar la actitud del consumidor, aunque no se sabe por cuánto tiempo. Las medidas que creemos serán fundamentales en la hostelería pasarán por contar con programas y protocolos de seguridad e higiene para atender correctamente a los clientes y llevar confianza en momentos de crisis”, apuntan desde Hero. Y, respecto a todo ello, hay que ser consciente de la volubilidad del momento y que debemos “ser dinámicos y capaces de adaptarse en todo momento a los cambios, cumpliendo siempre con las medidas de seguridad

Foto: Hero



Foto: Duni Ibérica





necesarias. Donde la comunicación, control y seguimiento de éstas serán fundamentales e importantísimas”, añade el CEO de Mizumo.

### Equipando el buffet en tiempos de la COVID-19

Otro de los interrogantes que surgen en torno al servicio de buffet al enfrentarse a la situación actual, es cómo debería ser el equipamiento, es decir cuáles son los equipos y elementos que se tienen que integrar. Ante ellos hay quienes como José Alberto González opinan que no se debería equipar con maquinaria que esté a disposición de los clientes, pero eso no exime de equipar al servicio de buffet, pues la tendencia es que no desaparezca sino que sea asistido. Por ello necesitaremos, por ejemplo, de una cafetera o zumera para servir un buen café y un buen zumo recién exprimido al comensal para su desayuno. No sin perder de vista, como recuerdan desde Rational que “la maquinaria a utilizar en el buffet dependerá de la oferta del mismo, pero seguro debemos minimizar el contacto de los clientes con cualquier elemento de autoservicio y/o asegurar las medidas de seguridad adecuadas según normativa. También es imprescindible extremar las medidas de limpieza de los elementos de uso comunes”.

Algunas de las novedades y recomendaciones que podemos encontrar sobre los equipos más

Foto: Galletas Gullón



Foto: Quality Espresso

comunes del servicio de buffet son los siguientes:

**Cafetera:** el Sales Director Iberia de Quality Espresso apunta que “en el caso de un desayuno en formato buffet, es necesaria sin duda una máquina superautomática”. En su caso presentan un nuevo modelo que da una gran flexibilidad a los establecimientos de hostelería ya que tiene la opción de trabajar tanto en modo barista como en modo ‘self-service’. Su intuitiva pantalla táctil de 10” permite ofrecer combinaciones totalmente personalizadas para cada establecimiento. Todo ello dirigido a ofrecer un café espresso de alta calidad y mejorar la experiencia de los clientes. Asimismo, disponen de un equipo que definen como “la máquina más segura del mercado”, en la cual han utilizado vidrio templado. “Las principales ventajas de la utilización del vidrio templado en las partes de las máquinas de café que están en contacto más directo con el usuario

son las siguientes: máxima higiene, permite una fácil limpieza e higiene con cualquier producto de limpieza y desinfección habitual; menor adherencia de la suciedad y agentes externos lo que disminuye los riesgos de contagios derivados de biofilms (colonias de microorganismo bacterianos) y de la propia COVID-19; rápida limpieza de la superficie después de cada uso; gran durabilidad y resistencia; mínimo mantenimiento; alta resistencia al calor; resistente en ambientes húmedos, y material 100% reciclable”.

**Exprimidor:** José Luis Espinosa Puig indica que “si el objetivo es ofrecer un buffet de calidad, el exprimidor de zumo de naranja automático no podrá faltar. Será un elemento imprescindible, ya que además de ser una bebida muy demandada, influye mucho en la percepción del consumidor en cuanto a la calidad general percibida del desayuno. Un buen zumo en el desayuno es un

Foto: Rational



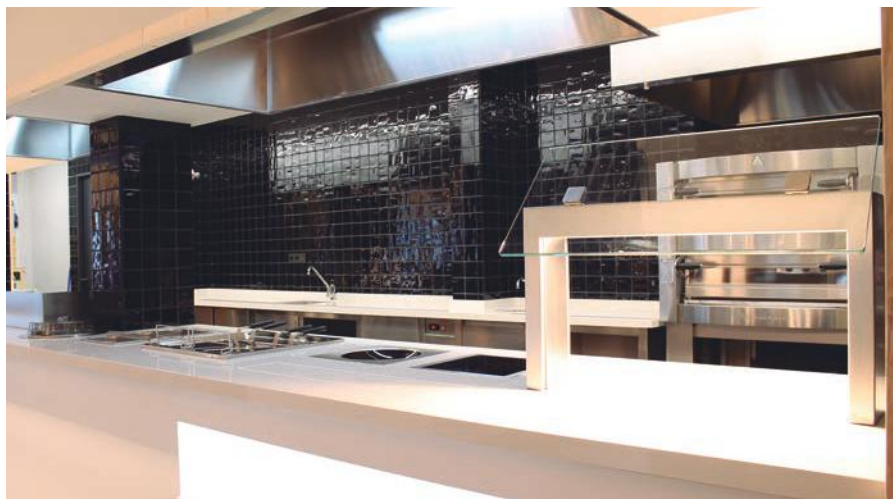


Foto: Serhs Projects

sinónimo de calidad. Junto a ellos, encontramos la importancia de los dispensadores de zumo, a los que hacen alusión desde Serhs Projects: “el zumo es una bebida que se puede ofrecer tanto en un buffet de desayuno como en un buffet de servicio de comida y cena. Es uno de los más demandados. Podemos encontrar el dispensador de jugo refrigerado con capacidades adaptadas al volumen de comensales de cada buffet”.

**Dispensador de chocolate:** el Gerente de Crispins expone que, en general, “la maquinaria debe ser fácil de usar, sencilla y atractiva. En nuestro caso disponemos de dispensadoras de chocolate a la taza listo para servir perfectas para los buffets de desayuno y que están usando importantes cadenas hoteleras con gran éxito”.

Foto: Quality Espresso



**Termo de leche:** “para poder disponer de leche con la temperatura adecuada es de gran importancia en cualquier desayuno de hotel. Debe incorporar un controlador automático de temperatura y un grifo regulable para un servicio eficiente”, comenta Joan Ros Tapiola.

**Tostadoras:** “es una de las máquinas esenciales, no solo para el momento del desayuno pues hay personas que prefieren todos los elementos de su comida tostados. La mejor elección es una máquina de acero inoxidable. Te ayudan a optimizar el tiempo y rentabilizar la eficiencia del negocio. Las tostadoras de cinta son una de las más elegidas gracias a la incorporación de reguladores de temperatura y energía para su óptima resistencia”, explica el Director de Compras de Serhs Projects. En el

caso de Jose Miguel Fernández, Chef Corporativo de Fritermia, de entre sus productos destaca “las tostadoras con banda de avance de alto rendimiento que es capaz de tostar hasta 250 tostadas por hora con una consistencia y uniformidad perfectas”.

### Máquinas de refrigeración para alimentos:

“entre la variedad gastronómica del buffet hay alimentos que por su composición y sabor es necesario comerlos a altas temperaturas de frío, y que necesitan conservarse así (yogures, cremas, etc.). Por ello es importante disponer de unidades de enfriamiento para mantener a bajas temperaturas toda aquella comida que lo necesite”, apuntan desde Serhs Projects. Entre ellos encontramos:

- **Expositores de frío.** El disponer de expositores de frío en la zona de buffet garantiza a los comensales que van a consumir los alimentos a la temperatura adecuada y con un grado de conservación óptimo. Éstos te permiten mostrar, organizar y presentar toda la variedad gastronómica. Un expositor frío barra es ideal para conservar las monodosis a servir, así como una mesa ‘self-service’ de

Foto: Crispins





placa para colocar todo tipo de ensaladas emplatadas en raciones independientes.

- **Frigoríficos.** Entendiéndose aquellos muebles frigoríficos bajos incorporados al mueble del buffet. A la hora de escoger un frigorífico para nuestro establecimiento, hemos de valorar tres aspectos fundamentales: su durabilidad, resistencia y capacidad.

Debemos incorporarlos en las partes más adecuadas al servicio que les vamos a demandar, como el de reserva y mantenimiento en frío de todos aquellos productos que iremos exponiendo durante el servicio.

Un buen mantenimiento del frigorífico es indispensable para una conservación de calidad de los alimentos, y para conseguir su temperatura óptima de mantenimiento.

**Mesas calientes:** También nos encontramos con productos que para ser consumidos deben mantener su temperatura caliente. “Son mantenedores

de calor muy concretos que hacen de enlace entre la cocina del establecimiento y el propio comensal. Permiten prolongar con efectividad la cadena de calor de las recetas que se preparan en cocina, manteniendo el sabor y propiedades innatas de los alimentos. Mantienen la temperatura idónea en cada momento, y apuestan por la máxima eficiencia energética, logrando que el ahorro de energía en el propio establecimiento sea excelente”, señala Joan Ros Tapiola. Asimismo, el Chef Corporativo de Fritermia añade que son importantes para “mantener los productos calientes, a temperatura controlada para evitar su degradación y al mismo tiempo dentro de los rangos de seguridad para evitar el desarrollo bacteriano, lo que ya era una necesidad fundamental. En la ‘nueva normalidad’, esta necesidad se agudiza más si cabe puesto que tenemos que poder asegurar agilidad y fluidez en el servicio manteniendo bajo control los costes de personal”. Aparte de estas mesas calientes, encontramos en el mercado, como señala el Director de



Foto: Rational

Proyectos de Soletti Group, otros ejemplos de sistemas para mantener el calor: jarras isotérmicas, mesas expositoras calientes o refrigeradas, según el caso, ollas calentadoras, lámparas calentadoras (alógenas o infrarrojos), serían algunos de esos equipamientos.



SELECCIÓN  
A DISTANCIA  
HASTA 2 CM



### TUS CLIENTES ELEGIRÁN SU CAFÉ SIN TOCAR LA MÁQUINA

Las máquinas de Azkoyen incorporan nuevas medidas de seguridad e higiene en el desayuno buffet con la tecnología patentada Distance Selection que permite elegir cualquier bebida de la máquina de café sin necesidad de contacto, a una distancia de hasta 2 cm.

Tus clientes se sentirán más cómodos y seguros y tú podrás despreocuparte del servicio de café cada mañana.

Para más información contacta con nosotros.

**AZKOYEN**

[www.azkoyenvending.com](http://www.azkoyenvending.com)  
[vending@azkoyen.com](mailto:vending@azkoyen.com)

### Expositores/pantallas de protección:

durante estos momentos de pandemia “las novedades más significativas que han sufrido los buffets han sido los de protección frontal de los alimentos, mediante protecciones (pantallas) de metacrilato o de cristal para que el usuario no tenga contacto directo con los productos expuestos; por ello el hotel ha propuesto el servicio personalizado desde la parte posterior del buffet, servido por el personal y a demanda del cliente de los productos que éste desee”, detallan desde Serhs Projects.



Foto: García de Pou

### ¿Menaje de un solo uso o no?

Aparte de la maquinaria que necesitamos en el servicio de buffet, es muy importante el menaje que ponemos a disposición de los clientes. Como hemos podido conocer anteriormente, a consecuencia de la aparición de la COVID-19, parece que se recomienda el uso de los utensilios de monodosis y menaje de un solo uso; sin embargo, se mantiene un debate sobre el tema.

Hay quienes como el Responsable de Cuentas Nacionales Foodservice de Corporación Alimentaria Peñasanta señalan que “la mejor manera de disfrutar de los alimentos y bebidas en un buffet es que se disponga de buenos utensilios en

el menaje que se ofrezca: cubertería de acero, cristalería adecuada, etc. Esto sin duda, trasladará una imagen de calidad. Por ello, aunque algunos profesionales, como es el caso de Ángel Otero, opinan que el menaje de un solo uso en hostelería no aumentará ya que se cuenta con los sistemas necesarios para su desinfección e higienización. De igual modo opina el Chef Corporativo Nacional de Rational: “la vajilla, cristalería, etc. debe de ser la de siempre, solo deben extremarse las medidas higiénicas en su limpieza. Debe hacerse con garantía sanitaria”.

En este sentido, desde Duni Ibérica comentan que “algunos de los elementos indispensables serían pinzas individuales para cada comensal, para que pueda adquirir sus productos sin tener que tocar el resto. El pan ya cortado, para que con las pinzas puedan seleccionar su pan e introducirlo en la tostadora. Cubiertos enfundados y desinfectados para cada comensal, que estén en sobres cerrados y que lleven incorporadas las servilletas totalmente higiénicas. Bebidas servidas en la mesa por los camareros, para que el comensal no tenga que tocar las botellas generales. Vajilla y cristalería ya puesta en la mesa por los camareros, para que los comensales no tengan que tocar las vajillas en los montones generales ni los vasos ni las tazas. Dosificadores automáticos, en el caso que haya o en su defecto productos envasados de forma individual”.

Por otro lado, desde Hero exponen que “ante el miedo al contagio, el material de usar y tirar está tomando importancia. No obstante, no debemos olvidar que

esta situación pone en riesgo la salud del medioambiente. En este sentido, optar por materiales reciclables o con alto porcentaje de material reciclado contribuiría a reducir el impacto temporal que esta situación está pudiendo ocasionar”. “Deben de ser siempre respetuosos con el medioambiente. Plástico Zero”, sentencia Pablo Torres.

Por su parte, desde Serhs Projects, consideran que la elección “dependerá de la tipología del establecimiento. Es decir, si lo que busca un comensal es la exclusividad del espacio y de su gastronomía es muy probable que este tipo de espacios sigan manteniendo el material de vajilla y menaje tradicional, que aportan ese toque de distinción y exclusividad al espacio, al mismo tiempo que permiten disfrutar de las emociones que despierta cada alimento. Lo mismo ocurre con la cubertería hasta ahora considerada como uno de los detalles de calidad del espacio de restauración. Hemos de tener presentes que la maquinaria profesional de lavado incorpora sistemas y temperaturas aptas para una higiene y desinfección perfectas.

Es cierto que los menajes de un solo uso son reciclables y permiten un ahorro eficiente considerable, ahora bien, siempre y cuando el reciclaje sea realizado correctamente al 100%. Y, los menajes de un solo uso pueden ser también muy válidos en aquellos conceptos de buffets en los que se presente la opción de ‘take-away’ o ‘breakfast boxes’ que muchos establecimientos han implementado como consecuencia de esta situación de pandemia. En este caso son una

Foto: Food Service De Borges





buena opción y acordes al tiempo que se dedica al momento de la comida". En este sentido, encontramos novedades como la que presenta Susana Fernández, "una amplia gama de envases de cartón con ventana que permite ver el alimento sin tocarlo, así como los envases de caña de azúcar (bagazo) como boles, conchas, barquillas, ensaladeras, platos, bandejas compartimentadas o el lunch box que permiten transportar en un único envase diversos platos o preparaciones. Muchos de estos envases incorporan tapa, unida o separada, lo que permite un transporte cómodo y seguro. Envases biodegradables y compostables que permiten considerar estos productos respetuosos con el medioambiente e identificarlos como 'eco-friendly', valor añadido del producto y que valorar los clientes".



Foto: NH Hotel Group

Otro ejemplo, muy ligado al servicio de mesa y relacionado con el menaje, es el caso del empleo de la mantelería de un solo uso porque se ha extendido el servicio de habitaciones. Algunos huéspedes prefieren desayunar en su habitación; por lo tanto, el hotelero puede proporcionar la bandeja con un mantelito y envases de un solo uso para limitar la manipulación de la vajilla lavable, explican desde Duni Ibérica.

Dentro del menaje de un solo uso, encontramos otros ejemplos de innovación en este sentido. Desde el Departamento de Administración de Ventas de García de Pou apuntan a que "una de las principales novedades son

los productos enfundados. Así, nuestros productos típicos como servilletas, cubiertos, vasos, pajitas, agitadores, cucharitas, cuentan ahora con una funda de papel que evita su contaminación durante el servicio o transporte".

Por otro lado, Marcel Abarca comenta que "dado el contexto actual, deben desarrollarse nuevos materiales más económicos y resistentes que la clásica porcelana o cerámica, que soporten una temperatura de unos 80°, sin renunciar a un diseño elegante, o cubertería funcional de un solo uso, protegida con materiales adecuados y esterilizados. En cualquier caso, se trataría de un esfuerzo de adaptación del cliente, pero, hoy por hoy,

debe añadirse que hay ya una conciencia asentada entre la opinión pública".

### Y los productos de desayuno...

Para conseguir ofrecer el buffet perfecto a los huéspedes y comensales, es fundamental, además de atender a todos los elementos anteriormente comentados, ofrecer productos de desayuno de calidad, atendiendo tanto a las bebidas como a los alimentos sólidos.

**Bebidas en el desayuno:** "de un tiempo a aquí las bebidas imprescindibles eran café, té, leche, zumo. La verdad es que hoy en día éstas mismas se mantienen pero con un gran abanico de variantes.

Foto: Barceló Hotel Group





Foto: Galletas Gullón

Son muchos los tipos de leche que, por intolerancias o preferencias de los comensales, hemos de disponer en nuestro buffet: arroz, avena, almendra, desnatadas, son las más recurrentes.

El hecho de la multiculturalidad en los hoteles, hace que se dispongan de diferentes tipos de desayunos: continental, europeo e inglés; en todos ellos la leche, café, té y zumo son los indispensables básicos, dentro de la variedad de preparación que puede ofrecer cada uno de ellos", expone el Director de Compras de Serhs Projects.

Profundizando un poco más ellas encontramos:

- **Zumos:** antes nos los encontrábamos que venían en botella y con gran cantidad de azúcar, ahora la apuesta es por los zumos naturales, el de naranja sigue siendo el más reclamado, pero lo cierto, es que ahora hay mucha demanda de zumos variados de una combinación de frutas, e incluso verduras, dan a conocer desde Cash Record en Vegalsa-Eroski.

Bajo la opinión de José Luis Espinosa Puig "sin duda alguna, estamos convencidos que el zumo recién exprimido es una de las bebidas estrellas en un buen buffet de desayuno, puesto que es una bebida sana, elemental y natural, cada vez más demandada por los consumidores y comensales de hoy en día. Y más concretamente, el zumo de naranja natural recién exprimido aporta vitaminas y nutrientes muy beneficioso para el organismo, que ayudan de

forma saludable a tener un sistema inmunológico fuerte. Incluso el zumo juega un papel muy importante en la percepción de los consumidores a la hora de valorar un buen desayuno. En este aspecto, nuestros exprimidores de zumo automáticos aportan un valor añadido a los consumidores/comensales, que pueden ver como se exprime al momento su zumo, sabiendo así que lo están bebiendo lo más fresco posible".

Es más, según apuntan desde Hero, "estudios de consumidores del sector confirman que el 80% de los clientes que pernoctan y desayunan en el hotel complementan su desayuno con un zumo. Desde Hero España, apostamos por la exclusividad de formato Vidrio 250 ml para el sector, envasando un zumo premium de una alta calidad, con materia prima de primera calidad proveniente de nuestros proveedores locales".

- **Café:** Antonio Miguel Hernández valora que "el café y las combinaciones con leche como el cortado, cappuccino, macchiato, etc, son sin duda las bebidas estrella en el desayuno y los establecimientos de hostelería buscan disponer de máquinas de alta calidad capaces de elaborar café espresso y todas estas combinaciones".

- **Infusiones:** ambas bebidas, tanto el café como el zumo, son alabadas por el Gerente de Crispins, quien opina que siempre han sido las bebidas indispensables en un desayuno, pero "también destacamos las infusiones, que aunque clásicas, ganan cada vez más seguidores y el chocolate a la taza, un capricho dulce y no menos sano, dadas las múltiples propiedades del cacao".

- **Lácteos:** José Alberto González explica que "nuestra experiencia y las solicitudes de nuestros clientes nos dicen que la bebida estrella es una buena leche clásica procedente de ganaderías con garantía certificada. En nuestro caso sería la leche Central Lechera Asturiana hostelería que está avalada por la certificación 'Garantía Ganadera'. Suelen complementar su surtido, poniendo a disposición de los consumidores otras variedades para adaptarse a las necesidades de cada persona".

Los productos lácteos han sido tradicionalmente los más utilizados en los desayunos durante décadas. Sin embargo, cada vez más se busca poder ofrecer productos adaptados a cada necesidad, gusto y tolerancia del consumidor. Es por esto que la nueva

Foto: Mizumo







Foto: Duni Ibérica

gama de bebidas vegetales a base de almendras, nueces o avellanas, son una alternativa deliciosa y saludable que no contienen gluten ni azúcares añadidos y con 0% de lactosa, aportando todas las propiedades nutritivas de los mejores frutos secos, puntualizan desde Food Service de Borges. A estas alternativas a los lácteos se suman desde Lactalis Foodservice Iberia, quienes exponen que lanzó el año pasado una nueva gama de bebidas vegetales para profesionales compuesta por tres variedades en formato brick de 1 l: soja, avena y almendra, y tiene múltiples aplicaciones tanto en bebidas calientes, tales como cafés o infusiones o en bebidas frías, como smoothies o granizados.

- **Smoothies y milkshakes:** el Chef Corporativo de Fritermia corrobora que “a los tradicionales como los zumos, el café, la leche y las infusiones debemos sumar una variedad de bebidas vegetales como la leche de soja, de avena, de almendras, etc. Sin embargo, también “se valora muy positivamente la posibilidad de poder ofrecer smoothies, milkshakes y zumos naturales recién hechos con ingredientes y mezclas que aporten originalidad en cuanto a sabor, textura, color y propiedades. Y si además la presentación es ‘instagramable’ tendremos un importante plus de marketing en redes sociales”.

**Comida en el desayuno:** el Director de Compras de Serhs Projects considera que “hoy en día las preferencias de los comensales se centran sobre todo en

que la cocina, ante sala del buffet, trabaje una propuesta ligera, sana, global. Las identidades en la alimentación cada vez son más variopintas; por ejemplo, cada vez más la cocina vegetariana es más demandada, pues el cliente busca esa comida más sana y ligera que comentábamos al principio”. En sí, Juan Miguel Martínez Gabaldón, Director General y Consejero Delegado de Galletas Gullón, comparte esa percepción, explicando que “las tendencias en el canal Horeca están en línea con las tendencias generales de consumo de la población. Durante el confinamiento ocasionado por la COVID-19, la población ha demandado productos básicos y creemos que esta tendencia ha venido para quedarse. Además, estas tendencias convergen con el interés por la calidad y por el producto local que hemos venido observando en los últimos años”.

También en cuanto a los productos desayuno, Jose Miguel Fernández expone que “desde el punto de vista nutricional, se puede organizar el buffet de desayunos dividiéndolo en tres grandes bloques que, de forma independiente, incluirán tantas opciones como podamos y queramos ofrecer. En el bloque de hidratos de carbono dispondremos nuestra bollería, tartas, variedades de pan, cereales... La proteína animal estará representada por los huevos en tantas elaboraciones como técnicamente podamos ofrecer, los fiambres curados y cocidos, los quesos, el bacon las salchichas, además, los lácteos fríos como yogures o guajadas. Respecto a las vitaminas, minerales y aporte

extra de fibra serán cubiertas por una importante variedad de frutas preparadas. Como extra siempre será valorada la inclusión de frutos secos y semillas que equilibren la balanza por sus nutrientes grasos básicos. Y, el tomate rallado, un buen aceite de oliva y ajos nunca pueden faltar. Todo ello es reafirmado por el CEO de Mizumo, quien valora que “dada la tendencia creciente a demandar cada vez desayunos más equilibrados y completos, es precisamente ese equilibrio entre hidratos, proteínas, vitaminas y otros nutrientes lo que impera en el desayuno”.

Otro de los productos destacables de nuestros desayunos es el pan y la bollería. Respecto a él, Paula Gallardo, Departamento de Marketing de Mondat Baker, comenta que encontramos “en la gama de pan, productos regionales con una miga dura y densa como es el caso del kilo cateto cortado o el pan payés; productos más elaborados y especiales siguiendo la tendencia saludable como la hogaza multicereal y 100% espelta o nuestra conocida gama ‘Easy Bread’, la cual cuenta con más de 35 referencias entre panes blancos, con salvado, elaborados con harina ecológica y sin sal añadida para ofrecer a cada tipo de cliente un producto hecho a su medida.

La constante innovación nos ha permitido contar con una gama de bollería 100% lista, con la posibilidad de ofrecer las referencias tanto en blíster con packs de dos unidades de croissant artesano

Foto: Klimer



### REQUISITOS COVID-FREE A LOS PROVEEDORES DEL CANAL

La COVID-19 ha dado un vuelco a nuestras vidas, y en el caso de los proveedores del canal su aparición ha supuesto un plus de exigencia.

Nos encontramos en un momento en el cual las medidas anti-COVID se han potenciado, aunque llevamos meses de pandemia y no hay constancia de ningún contagio por consumo, valora Ángel Otero (Cash Record en Vegalsa-Eroski).

Esto ha hecho que, como José Alberto González (Corporación Alimentaria Peñasanta) expone, “hemos apostado muy fuerte para garantizar la salud de nuestras ganaderías y trabajadores, siendo la única empresa de nuestro sector en tener el ‘Certificado Aenor protocolo Covid-19’ con más de 90 medidas certificadas. Nos gustaría que todos los jugadores estuvieran certificados y que el consumidor final fuera consciente de ello”.

Así encontramos también que por ejemplo, como comenta Christopher Harrington Bulled (Crispins): “Todos nuestros productos pasan por controles de calidad, y en este momento tan convulso hemos aumentado estos controles, así como implementado un sistema de desinfección y cuarentena”. Asimismo lo ha señalado Rubén Sanz (Hero), “actualmente, a nivel general tenemos un plan de contingencia frente a la COVID-19 aplicado a la trazabilidad de nuestros productos, desde su elaboración en fábrica, hasta la ruta de transporte a clientes. Tenemos la obligación de garantizar que nuestros productos lleguen correctamente al cliente, y por ello cumplimos una serie de parámetros internamente, que hacen segura su comercialización”.

En el caso de los alimentos, Joan Ros Tapiola (Serhs Projects) hace hincapié que “a los suministradores de los productos que vamos a utilizar se les pide que los productos mantengan la cadena de frío (en aquellos refrigerados) y que los envoltorios se encuentren en perfecto estado. Por parte del manipulador, se exige que los procesos de preparación, elaboración y exposición sean los más rigurosos”. También, como indica Paula Gallardo (Mondat Baker), “a nivel sanitario en cuanto a seguridad alimentaria e higiene de cara a la venta de alimentos en tiempo de la COVID-19, contamos con certificaciones que avalan esa seguridad como la ISO 9001. Además la 22000 y 14001, así como un sistema de limpieza por ozono integral por toda la planta, dejando libre de posibles agentes a los productos y al personal. También, como mayores medidas preventivas, de cara a los clientes, llevamos a cabo un plan de acción para la recepción de mercancía y en nuestras instalaciones, se han incrementado las medidas en uso de EPI y controles de temperatura así como grupos de trabajos organizados para evitar cambios dentro de los equipos”.

Por su parte, Pedro Medina (Lactalis Foodservice Iberia), es una cuestión de adaptación. “Al haber trasladado en algunos casos el desayuno de buffet a servicio a habitación, lo que principalmente nos demandan es disponer de toda una gama de lácteos en formato monodosis tanto para quesos, como mantequilla, leche y batidos”.

Para otros, como señala José Luis Espinosa Puig (Mizumo), “la COVID-19 pone de manifiesto lo que para Mizumo siempre ha sido una constante prioridad, que es la importancia en la higiene y limpieza de equipos de exprimido”. Por ello, “Joyce Lam, Directora de Marketing y Comunicación, ha intensificado sus esfuerzos para alinearse con los clientes, lanzando campañas de comunicación sobre el correcto protocolo de uso, limpieza e higienización del exprimidor”.

El Director General y Consejero Delegado de Galletas Gullón informa que “los consumidores tienen un interés manifiesto por los productos de carácter saludable y nutricionalmente equilibrados, es por ello que el segmento de la galleta saludable es el que mayores oportunidades va a representar en el futuro. Otro de los segmentos que mayor crecimiento ha experimentado es el de los productos ‘indulgence’ con pepitas de chocolate, frutos secos, etc. que son placenteros al paladar sin olvidar la parte nutritiva y saludable”. De hecho, según pone de manifiesto “en este sentido, en Galletas Gullón invertimos cerca del 2% de la facturación en I+D+i convirtiéndonos en la empresa del sector más innovadora, así como el líder en la galleta sana”.

Por su parte, para el Director de Marketing de Lactalis Foodservice Iberia, la clave está en ofrecer una amplia gama de productos con proteínas, en concreto los indispensables son: la charcutería, los huevos en todas sus formas y los quesos listos para servir. Igualmente, el pan, en sus distintas variedades y la bollería, son sin duda los productos más apreciados por el comensal en el momento del desayuno.

Y, como bien recuerda Rubén Sanz, “dentro del momento desayuno, un producto que no puede faltar es la mermelada de calidad para poner en una tostada, donde la proporción de fruta, la textura y el aroma juegan un papel fundamental en la aceptación de la misma”.

Foto: Fritermia



de 80 gr en cocido y tres unidades en napolitanas de cacao y de crema de 100 gr, croissants de mantequilla y ensaimadas, así como, productos embolsados (napolitana de crema y cacao de 100 gr y croissant de mantequilla

recto de 50 gr) individualmente para dar un servicio bajo la máxima seguridad alimentaria. En tan solo unos minutos, el producto se encuentra listo para consumir dejando exenta cualquier manipulación del mismo”.



### Desperdicio de alimentos

A colación de la preparación y elaboración de los productos y platos que se ofrecen en el servicio de buffet y desayuno, nos topamos con una problemática que se lleva intentando solventar desde hace años en el canal Horeca, el desperdicio de alimentos. Sobre ello Cristina del Castillo, Responsable del canal Horeca de Too Good To Go en España, señala gratamente que “lo cierto es que hemos notado un cambio inmenso en las políticas de sostenibilidad del sector hotelero. Cada vez son más las cadenas que apuestan no solo por darle una segunda vida al excedente a través de nuestra plataforma, sino que están liderando con el ejemplo y optando por llevar a cabo prácticas muy diversas con el objetivo de reducir lo máximo posible el desperdicio de alimentos en sus establecimientos. Por ejemplo, a lo largo de estos dos años que llevamos operando en España, hemos visto cómo muchos hoteleros han optado por ofrecer menos variedad de producto pero de mayor calidad para evitar sobreproducción. La planificación también se ha convertido en la solución para muchos de ellos. Por otro lado hay quienes también han cambiado la manera de organizar el buffet, utilizando bandejas

Foto: Too Good To Go



Foto: García de Pou

o utensilios para servir de menores dimensiones y reponer con producto siempre que sea necesario, entre otras acciones más de concienciación hacia los huéspedes. Y es que sabemos que un buffet por su propia naturaleza tiene que tener oferta variada y atractiva; una de nuestras misiones desde Too Good To Go es que la producción de ésta se realice con más cabeza y que cuando aún así quede algo de excedente se le pueda dar una salida a través de nuestra app para evitar su desperdicio”.

Ahora, dada la situación que vivimos haría pensar que esta disminución de los desperdicios se ha acentuado, sin embargo la llegada de la COVID-19 aunque ha provocado una menor producción de

comida en los negocios, lo que implica una disminución del desperdicio, como es lógico; el problema es que los negocios en estos momentos se están enfrentando a una situación de gran incertidumbre en la que la demanda es más inestable que nunca y varía cada día y esto les impide ser rigurosos y acertar con precisión en sus previsiones de producción, por lo que se sigue produciendo excedente. Es en este aspecto donde Too Good To Go estamos ayudando, sirviendo de apoyo en caso de que la demanda habitual no sea la esperada y haya más excedente del previsto pudiéndole dar salida en la aplicación para así reducir el desperdicio y minimizar lo máximo posible sus pérdidas económicas, apunta su Responsable del canal Horeca en España.

Foto: RIU Hotels & Resort



## Segundo López

Director de F&B para España, Francia y Portugal  
en NH Hotel Group



Foto: Segundo López, Director de F&B para España, Francia y Portugal en NH Hotel Group

En los establecimientos de este sector, uno de los temas a debate a consecuencia de la COVID-19 es el buffet, ¿cree que se verá afectado este servicio?

Inevitablemente toda la propuesta de valor se verá afectada. La clave se encuentra en la capacidad que tengamos de adaptación con una agilidad impensable hace 4-5 años. En NH Hotel Group hemos creado una propuesta de buffet que cumpla con los aspectos fundamentales en cuanto a seguridad alimentaria, hardware (buffet fijo o móvil), flujos operacionales, 'heat mapping' de clientes y manteniendo la esencia de éste en su exposición, variedad, calidad y 'look & feel'. La variable diferenciadora es que se ha hecho en menos de un mes y ha incorporado una mayor interacción con el cliente al hacerlo asistido.

Desde su punto de vista, si no queremos que desaparezca de la

oferta de los hoteles, ¿cuáles serán los aspectos que habrá que reformular?

El área de Food & Beverage pasa por una reorganización que afecta desde la logística de la preparación, la entrega del producto, el consumo de éste, hasta los sistemas de pago. NH Hotel Group solicita a sus proveedores

certificaciones sanitarias y un proceso de entrega bajo estrictos protocolos de control. En todo momento se busca la mínima manipulación de los alimentos, por ejemplo, con materiales de un solo uso y, aunque se mantiene el buffet, primamos el 'room service', a la carta o 'take-away' como opciones principales. En el caso de los eventos, hay menús y procesos adaptados para dar estos servicios, con especial atención a la organización de mesas respetando las medidas de distanciamiento social y con la oferta del buffet presentada en porciones individuales envasadas.

¿Cómo se plantea el buffet pos-COVID-19 para asegurar la distancia social segura?

En NH Hotel Group apostamos por un servicio de buffet asistido con dos modelos de aplicación: buffet fijo vs buffet móvil. En ambos casos se mantiene la distancia de seguridad con el cliente y es el equipo de F&B quien entrega la comida/bebida seleccionada por el cliente. En el caso fijo, acotamos el buffet existente y en el caso de que podamos mover el buffet, estructuramos un nuevo 'set up' de espacio con una 'food line'. Somos conscientes de que estamos cambiando el formato de





nuestras operaciones de buffet, pero consideramos que es el modelo más seguro y con el que podemos mantener toda la oferta gastronómica, anterior a esta situación, disponible.

Otro de los interrogantes, es la exposición de los alimentos ante el virus, ¿con qué elementos cuentan para solventar ese riesgo?

El 'set up' de mesa ha cambiado incluyendo manteles individuales de papel mono uso, toda la cubertería y cristalería se higieniza con temperaturas de aclarado superiores a los 85°C, hemos individualizado elementos (aceites, mermeladas, mantequillas...), entregamos una bolsa para depositar la mascarilla y en general medidas enfocadas en mantener el riesgo lo más alejado posible. El éxito se encuentra más allá de adquirir medidas físicas, en la formación exhaustiva y continua de nuestro personal de F&B.

Además, hasta el momento era muy común encontrar maquinaria que se ponía a disposición de los clientes en modo 'self-service', ¿cómo se verá afectado su uso?

En el uso de esta maquinaria nosotros hemos optado por mantener la seguridad en todo momento gracias a que solo es manejada por nuestro staff. Debemos de ser conscientes de que estamos ante una situación de temporalidad y toda la maquinaria de asistencia de producto utilizada en el pasado tiene que seguir utilizándose en el futuro, con readaptaciones lógicas y necesarias para un entorno seguro.

¿Considera que debido a la situación aumentará la demanda de los menajes de un solo uso? ¿Y los envases de monodosis?

El mercado nos está mandando mensajes de sostenibilidad continuamente porque realmente es una medida imprescindible. La apuesta por menaje de un solo uso es una solución temporal pero que al



final tiene que estar gestionada de una manera eficiente, táctica y razonable.

Por nuestra parte hemos desarrollado una nueva oferta de 'coffee breaks' en la que hacemos una propuesta híbrida (asistida + 'self service') sin utilización de envases monodosis de un solo uso. Asimismo, hemos encontrado materiales en el mercado compostables y respetuosos con el medioambiente, que nos han ayudado a mantener los alimentos de una forma segura en estos momentos.

Para finalizar, ¿qué cuestiones van a ser las más importantes para NH a la hora de equipar y proveer el buffet de mobiliario, maquinaria, productos..., en esta 'nueva normalidad'?

En NH Hotel Group tenemos claro que la relación estrecha con nuestros partners y proveedores es fundamental a la hora de desarrollar la estrategia gastronómica en los hoteles. Hemos redefinido más de 400 estándares operacionales dentro del área de F&B en los cuales hay un apartado muy concreto y específico relacionado con nuestros proveedores. El gran reto al que nos enfrentamos es el logístico, disponibilidad de producto y agilidad. Debemos conectar las necesidades de nuestros clientes con las de los proveedores y dar una respuesta eficiente y ágil. Todas las novedades y actualizaciones de nuestros buffets son estudiadas con la premisa de seguridad, eficiencia y sostenibilidad en el tiempo.





PROYECTO DE RESTAURACIÓN

# Poemas by Hermanos Padrón, Las Palmas de Gran Canaria

SABOR DE LA TIERRA, SABOR CANARIO

Foto: Restaurante Poemas by Hermanos Padrón. Barceló Hotel Group





El hotel Santa Catalina, a Royal Hideaway Hotel, es un alojamiento de lujo reconocido tanto a nivel local -Palmas de Gran Canaria- como internacional. Un emblemático establecimiento de 1890 que tras la renovación de sus instalaciones, al formar parte de la marca Royal Hideaway Hotel (Barceló Hotel Group), resurge con un nuevo buque insignia de la gastronomía, el restaurante Poemas by Hermanos Padrón. Esta nueva propuesta culinaria está liderada por Juan Carlos y Jonathan Padrón, chefs con varios galardones gastronómicos, como una estrella Michelin y dos Soles Repsol, que apuestan en este proyecto por unas cartas que reivindican el sabor de la tierra canaria.





Foto: Restaurante Poemas by Hermanos Padrón. Barceló Hotel Group

**E**l restaurante Poemas by Hermanos Padrón es el buque insignia de la propuesta gastronómica del renovado Santa Catalina, a Royal Hideaway Hotel. Con sus casi 130 años ha vuelto a abrir sus puertas con la intención de preservar su patrimonio y compartir su historia a través de un concepto que recupera el esplendor y la excelencia de un hotel de lujo clásico.

Formando una parte ilustre del emblemático hotel, Poemas se erige como un nuevo espacio culinario en Las Palmas de Gran Canaria que se define por una cosa, la tierra canaria. Este nuevo proyecto está liderado por los hermanos Padrón, Juan Carlos y Jonathan, chefs que cuentan con prestigiosos reconocimientos gastronómicos como una estrella Michelin y dos Soles Repsol, ambos galardones en el restaurante El Rincón de Juan Carlos, situado en Los Gigantes (Tenerife). Además, Juan Carlos Padrón ostenta el título de Mejor Chef del Futuro, galardón de la Academia Internacional de Gastronomía.

Poemas se inauguraba con un inconfundible sabor canario que evoca a la naturaleza, el arte, la tierra con influencias de sabores y texturas internacionales. De este modo, la línea gastronómica se basaba en una cocina local y cosmopolita en cuyos platos se apreciaba la sencillez, la

técnica y la innovación de los chefs. En ella, la materia prima era los productos que mejor conocen estos Chefs: origen Canarias.

Además, la propuesta gastronómica se culmina con la combinación del

Foto: Restaurante Poemas by Hermanos Padrón. Barceló Hotel Group





“La línea gastronómica se basaba en una cocina local y cosmopolita en cuyos platos se aprecia la sencillez, la técnica y la innovación de los chefs...”

material artístico del pintor grancanario Néstor Martín-Fernández de la Torre y la presentación de los platos.

El artista grancanario fue un pintor que participó ampliamente en las corrientes simbolistas y modernistas europeas. Además, el pintor de concepción decorativa colaboró en proyectos arquitectónicos con su hermano, el arquitecto Miguel Martín-Fernández de la Torre, siendo el proyecto de Santa Catalina uno de los más destacados de su trayectoria.

Partiendo de la obra pictórica de Néstor, los hermanos Padrón han logrado trasladar la esencia de algunos de los cuadros más icónicos del artista a creaciones gastronómicas que no



Foto: Hotel Santa Catalina, a Royal Hideaway Hotel. Barceló Hotel Group

solo destacan por su sabor sino por su atractiva presentación. Poemas by Hermanos Padrón profundiza en las combinaciones que vinculan el arte con la cocina, utilizando ingredientes y elaboraciones cuidadosamente

seleccionados para transmitir a cada comensal sensaciones únicas.

De esta forma, combinando gastronomía y arte, el nombre del restaurante se inspira en el proyecto pictórico Poema

**L@ndín**  
SOFTWARE

**InfoL@n**

## Aplicación para conocer el estado de tu negocio en tiempo real

**InfoL@n** es una aplicación informática móvil que se adapta a cualquier tipo de empresa o negocio. Su gran flexibilidad permite que se amolde a un gran número de sectores.

**InfoL@n** es una solución de gran eficacia para la gestión de su negocio por su fácil manejo. Dispone de dos interfaces, una táctil y otra estándar.







Fotos: Restaurante Poemas by Hermanos Padrón. Barceló Hotel Group

de los Elementos del reconocido artista grancanario. Los cuadros que componen esta emblemática obra se plantean en cuatro series: Poema del Atlántico (o Poema del mar), la inconclusa Poema de la tierra, y otras dos colecciones de las que solo existen bocetos, Poema del aire y Poema del fuego.

Sin perder la estética vanguardista y la innovación culinaria que les caracteriza, la propuesta gastronómica originaria desarrollada por los hermanos Padrón para Poemas tenía como premisa la utilización de productos canarios en combinación con ingredientes de todas las regiones del globo (América, Europa, Asia, Australia...).

Entre los productos que los chefs destacan de esta propuesta gastronómica se encuentran el camarón soldado pescado en las islas, la casquería representada por las mollejas de corazón de ternera y el maíz, protagonista de uno de los postres.

En los platos más destacables de esta carta se encontraron Primavera, a base de espárrago blanco a la parrilla con pesto de queso Flor de Guía y pistacho, inspirado en el cuadro del mismo nombre, creado por Néstor Martín-Fernández de la Torre entre 1934 y 1938. Del menú también llamaba la atención Borrasca, inspirado en el reconocido cuadro de



la serie Poema del Atlántico con el que comparte título, una elaboración a base de gamba canaria o camarón soldado procedente de las costas de Mogán en Gran Canaria, acompañado de una salsa Nantúa, versionada en esta ocasión por los hermanos Padrón que utilizaban para su preparación las cabezas del propio camarón; uno de los aspectos más llamativos de esta elaboración era su presentación en el plato, ya que adopta la forma y el movimiento de una borrasca.

Además, los chefs incorporaron en esta propuesta algunos de sus icónicos platos que les han acompañado incluso a nivel internacional. Es el caso del turrón de morcilla canaria con praliné de almendras

o el ravioli de parmesano con caldo de lentejas y el cherne con gazpachuelo de vinagre macho.

Recientemente, tras la situación de pandemia mundial que hemos vivido en España, a causa de la COVID-19, que ha provocado la cesión de actividad de muchos establecimientos hosteleros, Poemas reabre sus puertas con una nueva propuesta gastronómica, una renovación de los platos, pero en convivencia con algunos de sus clásicos que llevan tiempo en su recetario y que siempre han sido un éxito.

Su oferta gastronómica de alta cocina forma ya parte de la leyenda del hotel y

Foto: Restaurante Poemas by Hermanos Padrón. Barceló Hotel Group





mantiene su calidad bajo la gestión de Barceló Hotel Group. De esta manera, los huéspedes pueden disfrutar, dejarse llevar y descubrir sensaciones que nunca antes habían probado a través de las creaciones que combinan el sabor canario con la cocina internacional, logrando así una armonía perfecta entre tradición e innovación que se renueva constantemente para transmitir nuevas emociones y conquistar los paladares más exquisitos.

Santa Catalina, a Royal Hideaway Hotel, ha sido galardonado como Mejor hotel histórico de lujo de Europa y Mejor hotel cultural de lujo del Sur de Europa, es un emblema del turismo de lujo y de la ciudad de Las Palmas con casi un siglo y medio de historia. El glamour, la autenticidad y la exquisitez, son parte de la revitalizada esencia del hotel, que a lo largo de su historia ha atraído a grandes personalidades nacionales e internacionales para alojarse en algunas de sus más de doscientas elegantes habitaciones con vistas a las históricas



Foto: Restaurante Poemas by Hermanos Padrón. Barceló Hotel Group

galerías del hotel, a la ciudad o al Parque Doramas.

Todo ello se refleja en su restaurante, tanto en los platos de sus chefs Michelin como en su decoración y diseño, trabajo

llevado a cabo por el Departamento de Construcciones de Barceló Hotel Group, liderado por Damián Socías, que tras la reforma ha mantenido la esencia del emblemático hotel que fue inaugurado originariamente en 1890.



### *Alterra ofrece la más amplia gama de pavimentos y revestimientos del mercado*

Desde 1972, estamos al servicio de profesionales (arquitectos, decoradores, interioristas) y particulares interesados por la calidad y los mejores acabados de cada recubrimiento.

Nos encargamos de elegir cuidadosamente los mejores materiales para suelo y paredes de los fabricantes más reconocidos a nivel nacional e internacional.

Por ello, con Alterra, tendrá la garantía de obtener excelentes resultados.



[www.alterra.es](http://www.alterra.es)

Penedés, 50 08820 El Prat de Llobregat

TEL. 93 2005707 [info@alterra.es](mailto:info@alterra.es)

## Juan Carlos y Jonathan Padrón

### Chefs de Poemas by Hermanos Padrón

Poemas



Foto: (De izq. a dcha.) Juan Carlos y Jonathan Padrón, Chefs del Restaurante Poemas. Barceló Hotel Group

Poemas by Hermanos Padrón es el buque insignia del histórico y renovado hotel Santa Catalina, ¿cómo valoran ir de la mano de la cadena de hotel para configurar el restaurante?

Para nosotros no era una novedad trabajar mano a mano con la cadena Royal Hideaway, anteriormente ya colaboramos para la creación de un concepto gastronómico para un hotel de la cadena: Maresía by Hermanos Padrón en el Royal Hideaway Corales Suites en La Caleta, Tenerife.

Fruto de la buena sintonía con la cadena se nos brindó la oportunidad de trabajar de nuevo con ellos en un proyecto ilusionante, crear el restaurante gastronómico de un hotel emblemático como es el Santa Catalina, que finalmente se ha materializado en la creación de Poemas by Hermanos Padrón.

Formar parte del hotel, ¿ha influido a la hora de proyectar el restaurante que querían? ¿Qué sintonía guardan con la historia de Santa Catalina?

Para nosotros el concepto de Poemas debía estar en armonía con la historia del hotel, y es un tributo a la cocina clásica, siempre actualizada a nuestros tiempos y con nuestro toque personal.

En varias ocasiones han comentado que Poemas nace con la idea de combinar

la esencia de Néstor Martín-Fernández de la Torre con sus platos, ¿en qué cuestiones vemos esa influencia en sus creaciones culinarias?

Nos hemos inspirado en la obra de Néstor Martín-Fernández de la Torre no solo a la hora de las composiciones de los emplatados y en otros aspectos meramente estéticos, sino como elemento de apoyo a la hora de narrar la historia de lo que es la experiencia de Poemas by Hermanos Padrón.

Para nosotros siempre ha sido importante el producto del mar, es uno de los pilares de nuestra cocina y los Poemas del Mar son una influencia muy clara en la cocina del restaurante.

En cuanto a la carta que se ofrece inicialmente estaba muy influenciada por los clásicos canarios, ¿qué platos encontrábamos entonces? ¿Qué acogida tenían entre los comensales

Poemas lamentablemente por la aparición de la COVID-19 apenas estuvo un par de meses en funcionamiento

Foto: Restaurante Poemas by Hermanos Padrón. Barceló Hotel Group





The image features a modern interior scene with two teal leather armchairs in the foreground. The chairs have a rounded, bucket-like design with black metal legs. In the background, there is a large window with a grey frame and multiple rectangular panes. A brass handle is visible on the right side of the window frame. The overall aesthetic is minimalist and contemporary.

mavilop

Av. Ribera Alta, 71. 46260, Alberic, Valencia -- [www.mavilop.es](http://www.mavilop.es)

hasta vernos obligados a cerrar por el estado de alarma. En la apertura teníamos un menú degustación con platos de nuestro recetario, con algunos platos que en simultáneo se podían degustar en Poemas y en El Rincón.

Tanto el menú como el servicio de sala tuvieron una buena acogida por el público.

Con la reapertura, tras la situación de pandemia que hemos vivido, han reinventado su carta, ¿qué filosofía o tendencia seguirán ahora? ¿Qué platos serán los estrella?

Sobre la reapertura coincidió con el lanzamiento del menú a la carta donde platos clásicos actualizados conviven con algunas de nuestras creaciones.

Creemos que platos como el cherne con gazpachuelo de vinagre macho, el atún a la bordelesa en los salados y el postre de violeta, plátano y palo cortado entre otros son platos que llevan tiempo en

Fotos: Restaurante Poemas by Hermanos Padrón. Barceló Hotel Group



Foto: (De izq. a dcha.) Jonathan y Juan Carlos Padrón, Chefs del Restaurante Poemas. Barceló Hotel Group

nuestro recetario y que siempre nos han dado muchas alegrías.

Respecto a las materias primas, ¿cuáles serán las principales? ¿Y, las técnicas de su elaboración? ¿Veremos una cocina también tradicional o más vanguardista?

El producto del mar, como siempre en nuestra cocina, tiene un lugar

privilegiado: chipirón, cherne, carabinero y atún, entre otros.

Pero también estará presente producto de la tierra de gran calidad, como el pichón o la molleja de corazón.

Nuestra cocina tiene una base clásica, pero actualizada, cocina contemporánea, remarcando siempre el sabor como elemento clave.





“El producto del mar es uno de los pilares de nuestra cocina...”

Centramos en la decoración, ¿qué elemento destacaría?

Destacaríamos cómo los arquitectos han conseguido que, sin salir del estilo clásico, hayan creado un espacio acogedor y elegante.

¿Cómo convergen el diseño y la decoración del establecimiento con la oferta culinaria?

Es un contrapunto que busca sorprender al comensal, ya que la cocina, nuestras creaciones y la vajilla son modernas, no lo que esperarías encontrar en un local con una decoración tan clásica.

Para finalizar, dada la actualidad del sector a consecuencia de la crisis por la COVID-19, ¿cómo afrontan la



Foto: Restaurante Poemas by Hermanos Padrón. Barceló Hotel Group

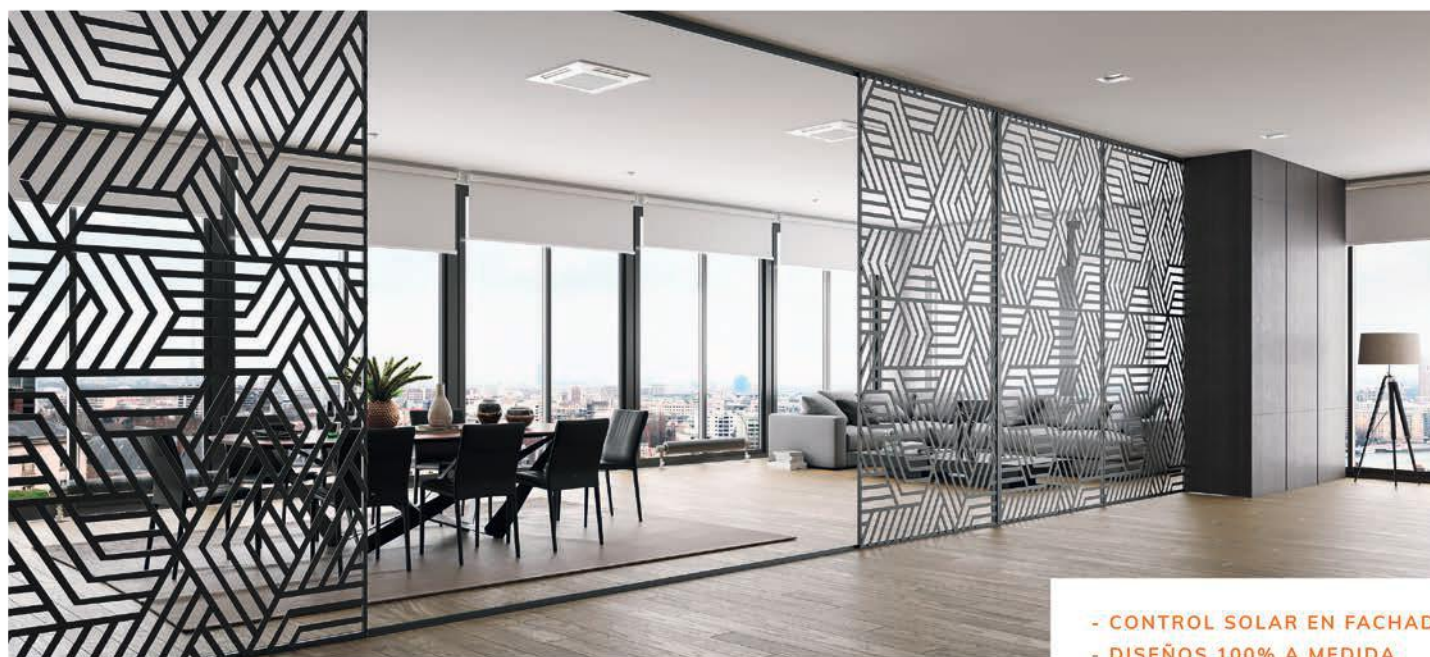
situación? ¿Cómo se han adaptado a las circunstancias?

Nos hemos adaptado con normalidad, nuestra forma de trabajar en un restaurante gastronómico es compatible con las medidas de seguridad a aplicar así que ha sido una transición sencilla. Ya

que antes de la aparición en escena de la COVID-19 aplicábamos un alto estándar de calidad e higiene.

Queremos transmitir seguridad a nuestros clientes y que disfruten de la experiencia de Poemas by Hermanos Padrón.

f i 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

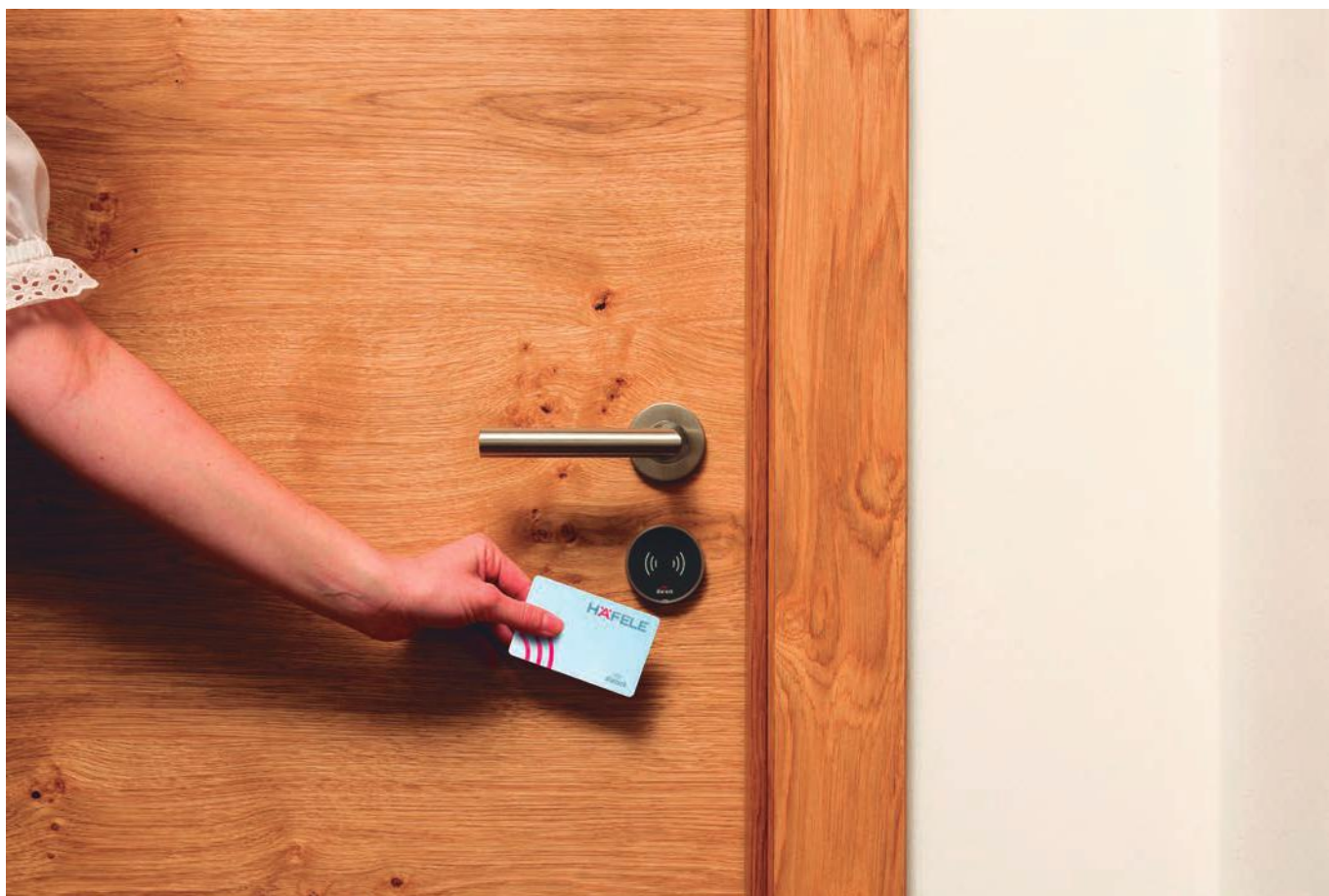


Foto: Häfele

# Sistemas de seguridad

## Haciendo frente a los nuevos desafíos

Cuán importante es sentirse seguro en estos tiempos en los que precisamente la COVID-19 ha puesto en tela de juicio la seguridad sanitaria en todos nuestros ámbitos sociales. Y en esta situación, los hoteles y restaurantes, que están luchando contra la crisis que ha originado el virus SARS-CoV-2 en nuestro país, han demostrado que además de la seguridad física de la personas y las pertenencias de sus huéspedes, como ya venía haciendo eficazmente desde hace años, han reformulado sus protocolos de seguridad para incluir en ellos las medidas y sistemas que ayuden a frenar el contagio tanto de sus empleados como de sus clientes, algo muy valorado por éstos últimos, y que será un reclamo para la fidelización de cara al futuro.

Como hemos venido viendo en los últimos años, la seguridad en los establecimientos del canal Horeca ha ido evolucionando de un modo muy progresivo gracias a las nuevas tecnologías. Ahora, en tiempos de pandemia, aunque la gran mayoría de los negocios del sector ya contaban con exhaustivos protocolos y sistemas de seguridad, se han visto inclinados a

poner esos protocolos a examen para incluir sistemas que garanticen entornos más seguros frente a la COVID-19. Algo gratamente valorado por los clientes, que como era de esperar ahora son más exigentes en este sentido, ya que es una cuestión de salud.

Haciendo balance de estos últimos años del sector de los sistemas de

seguridad, ahora muy marcado -como comentábamos anteriormente- por la llegada a nuestro país del virus SARS-CoV-2, expertos como Isabel de Lorenzo, Directora de la División Hospitality de BTV, apuntan que “se ha observado un gran aumento de la tecnología en soluciones de seguridad. Por ejemplo, las cerraduras electrónicas de los hoteles ya se instalan con opción de apertura bluetooth por motivos de seguridad y para evitar el contacto físico. La COVID-19 ha hecho que todos los establecimientos revisen su seguridad a marchas forzadas, para garantizar el bienestar del cliente”. Asimismo, Eduardo Montes Zapico, Key Account Manager de Häfele Herrajes España, considera que éste “es un mercado vivo, en desarrollo tecnológico continuo, con el fin de generar en el usuario una creciente confianza y comodidad y, por ende, representa un factor importante e imprescindible en la actividad del día a día en muchos de los sectores industriales. Más si cabe hoy en día, en el que la situación con la COVID-19 exige unos parámetros de seguridad más exigentes”.



acquawhite



WINNER

● European  
○ Business  
○ Awards®



acquabella

Quizás todo ello, ha llevado a, como expone Raúl Madrid, Hospitality KAM Iberia de Dometic, que “dentro del sector de la hospitalidad se ha producido un incremento en la oferta de los sistemas de seguridad en parte provocado por la demanda del propio sector y en parte impulsada por los cambios tecnológicos y el acceso a nuevas posibilidades”. Esto ha ido ligado a la apreciación que apunta Silvia Martínez, Responsable de Marketing de Aprimatic, “el sector hotelero es uno de los que más empleo genera en nuestro país y una gran fuente de ingresos. Este aspecto ha sido clave en la actualidad para mejorar los procesos de prevención, pero también para la protección de la salud y seguridad de los profesionales y clientes de los establecimientos”.

Por ello encontramos, según valora Víctor Ciprián Centeno, Jefe de Producto de TESA ASSA ABLOY, que existe una concienciación cada vez más grande en el concepto de seguridad por parte del hostelero. Son conscientes de que los huéspedes demandan seguridad y van a decantarse por establecimientos donde se la ofrezcan. De igual modo, las empresas dedicadas al sector (cerraduras, cajas fuertes, CCTV, etc.) lo saben e implementan sistemas cada vez más avanzados y que se valoran de forma creciente.

Foto: Aprimatic



Foto: TESA ASSA ABLOY

Además, “este año ha venido marcado especialmente por la COVID-19 y las preocupaciones habituales en seguridad física de los establecimientos se han convertido en preocupaciones por la seguridad en la salud, tanto la de los huéspedes como la del propio personal del hotel. Las empresas proveedoras de soluciones han potenciado sistemas que existían pero que no se valoraban de la misma forma. Para evitar el contacto huésped-puerta-personal del hotel se han implantado de forma rápida sistemas que evitan este contacto. Sustituir las tradicionales tarjetas por sistemas de apertura con móvil, check-in remoto sin presencia física, kioscos de autocheck-in, sistemas de check-in online por internet, etc. Además se valoran materiales biocidas y antimicrobianos en los elementos de más contacto como son manillas, tiradores, pomos, etc. Implantados desde hace tiempo en entornos sanitario-hospitalarios pero no utilizados hasta ahora en el canal Horeca”, da a conocer el Jefe de Producto de TESA ASSA ABLOY.

“Hasta ahora la seguridad se centraba en el uso de elementos como cerraduras electrónicas o cajas fuertes, pero las necesidades evolucionan; los hoteles se deben amoldar a los nuevos escenarios que se presentan y las nuevas tecnologías ayudan mucho en este sentido. Es por ello que Onity da mucha importancia al

I+D, incorporando mejoras continuas en sus productos. Hoy en día cada vez se utilizan más los canales digitales y es imprescindible la conectividad, por tanto además del hardware cada vez se refuerza más la seguridad a nivel software/firmware.

En general, se busca el equilibrio entre la seguridad, la conveniencia en la gestión y el confort del cliente, maximizando los flujos de información para responder de la forma más rápida posible a las necesidades”, comenta Mikel Gorriti, Director de Onity España.

### Ofrecer seguridad frente a la COVID-19

Como no podía ser de otro modo, dada la situación que vivimos y la preocupación que nos ronda a todos respecto a la pandemia mundial a causa de la COVID-19, ahora garantizar esta seguridad por la salud, “representa uno de los pilares a la hora de asegurar la tranquilidad a los huéspedes alojados, y la ejecución de un trabajo fluido entre sus empleados. En especial, estos tipos de establecimientos, deben protegerse dualmente, tanto las propias zonas sensibles, como al propio cliente que acude a disfrutar de sus servicios. Evidentemente, en estos momentos, es mayor la preocupación del hostelero por hacer de su propiedad un lugar aún más





# Serigrafía digital en VIDRIO

La solución ideal para sus proyectos creativos







Foto: Onity

seguro”, aseguran desde Häfele Herrajes España.

De hecho esto se refleja en que, como puntualiza la Directora de la División Hospitality de BTV, “ahora mismo no creemos que haya ni un solo establecimiento abierto al público que no haya aumentado sus medidas de seguridad, incorporando nuevos elementos de higiene y desinfección”. Comparte opinión Mikel Gorriti, quien señala que hasta el momento, la seguridad era vital en un hotel porque además de proteger el establecimiento y empleados, era indispensable que los clientes se sintieran seguros durante su estancia; que la disfrutaran y no tuviesen que preocuparse de posibles robos o agresiones. El objetivo era que tuvieran una percepción de ausencia de peligro, pero de forma no invasiva, consiguiendo que se encontraran tan cómodos como si estuvieran en su propia casa. Ahora, frente a la COVID-19 en el plan de seguridad ha tomado importancia vital un factor adicional, el sanitario.

De este modo, “las necesidades de higiene han crecido exponencialmente y los establecimientos se han tenido que adaptar en tiempo récord, pero por supuesto, sin descuidar otros aspectos también importantes. Desde el punto de vista del hardware, se han convertido en prioritarios los elementos que maximicen sus condiciones higiénicas. Algunos elementos que antes eran opcionales se han convertido en esenciales, y han tomado gran protagonismo. En estos tiempos sin precedentes, los hoteles

buscan soluciones que ayuden a preservar las directrices de distanciamiento social recomendadas y a facilitar la interacción sin contacto”, concluye el Director de Onity España.

Un ejemplo de cómo la actualidad ha influido en los sistemas de seguridad es, como explica Silvia Martínez, que “cada vez son más los establecimientos hoteleros que están tomando conciencia y se están adaptando a las exigencias de la Ley de Accesibilidad automatizando sus puertas. Con la llegada de la COVID-19 los establecimientos que cumplían con esta ley han tenido mucho trabajo hecho, ya que la apertura de puertas sin contacto es una medida de protección para cualquier persona frente al virus. De este modo, los establecimientos que en el pasado invirtieron en sistemas de apertura automática para puertas, persianas,

ventanas u otros sistemas domóticos han partido con ventaja para la recuperación económica de sus negocios”.

De hecho, “desde el inicio de la pandemia hemos notado un incremento considerable de peticiones para la instalación de puertas automáticas de apertura sin contacto. Además, por otro lado, sobre la instalación de sistemas de domótica, éstos deben tenerse en cuenta no solo exclusivamente por el confort que proporcionan, sino por el ahorro y la eficiencia energética. En la actualidad este aspecto cada vez es más necesario, pues los sistemas de domótica suponen un ahorro económico y de energía importante”, añaden desde Aprimatic.

“No es ya que el hostelero le de valor, es que están tan implantados actualmente los sistemas de seguridad que son una parte del negocio y del servicio a sus clientes. Invierten dinero porque saben que el cliente lo demanda. Si dentro de sus servicios no se potencia la seguridad general del establecimiento se quedan fuera del mercado. Saben que la inversión en seguridad no tiene un retorno rápido a corto plazo pero sí a medio-largo plazo. El cliente va a tener en cuenta hoteles que presten servicios y equipamiento seguro y valorará estos establecimientos a futuro. La imagen del hotel se ve reforzada, revalorizada y fideliza al cliente”, opina Víctor Ciprián Centeno.

En todo negocio son bienvenidas las medidas que se toman, y cuantas más mejor, tanto por parte de los propios

Foto: BTV





empleados como de los clientes y usuarios, este tipo de medidas conducen a un incremento en sensación de tranquilidad y, en los tiempos que vivimos, si algo es necesario es esta tranquilidad. A medida que se incrementaban los casos de COVID a lo largo del planeta, se ha ido tomando mayor conciencia de la importancia de ofrecer un entorno seguro y sano, para este fin hay productos en el mercado que ayudan a dar esta seguridad, han aparecido nuevas e ingeniosas soluciones y se han adaptado las que ya existían, pero sería de gran utilidad confeccionar un criterio común con unas normas concretas que aseguren de forma garantizada el éxito de las medidas, algo que posiblemente no se ha desarrollado o implantado hasta la fecha de un modo evidente”, apunta el Hospitality KAM Iberia de Dometic.



Foto: Dometic

### Protocolo de seguridad

Desde las autoridades competentes de gestionar esta crisis sanitaria, se han emitido algunas medidas y

recomendaciones para diferentes sectores de nuestra economía, entre ellos el de los hoteles y alojamientos y los restaurantes. En el caso del hotel, aunque también puede llevarse a cabo en un restaurante,

desde el dossier “Medidas para la reducción del contagio por el coronavirus SARS-CoV-2. Hoteles y Alojamientos, Ed. 01, Rev. 00 mayo de 2020”, realizado por Instituto para la Calidad Turística



New Gate Technical

Ya disponible nuestra gama de dispositivos de **domótica** compatibles con nuestro sistema **CloudFort**



## Haz tu negocio más seguro contra el COVID-19

Controle puertas y luces mediante nuestra app o página web y evítese zonas de riesgo o contactos innecesarios.

**MÁS SEGURO**  
**MÁS CONTROL**  
**MÁS FÁCIL**

### MICRAC PLUG



### MICRAC PULSE



### MICRAC SWITCH



### PUERTA TOUCHLESS



Adapte cuadros de maniobra con conector 6-Pin para su uso con CloudFort.

Adapte cualquier automatismo (puertas, garajes etc.) para su uso a través del sistema CloudFort.

Controle instalaciones de iluminación de estancias o zonas.

Convierta sus puertas o puertas automáticas en puertas de apertura sin contacto.

Española en colaboración con agentes del sector, el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo recomienda que, dada la situación, “en las empresas en las que no exista Comité de Seguridad y Salud, se debe conformar un comité para la gestión del riesgo, que contará con la representación legal de los trabajadores; en cualquier caso, la gestión y funciones de este comité se ajustará en todo momento a la Ley de Prevención de Riesgos Laborales.

Una vez identificados y evaluados los riesgos por el sujeto que corresponda según la LPRL, el comité asumirá la definición de estrategias y toma de decisiones para la minimización de riesgos higiénico-sanitarios por la COVID-19”.

En este sentido, Eduardo Montes Zapico apoya que todo negocio “debe tener un servicio de consultoría previo que sea capaz de aglutinar las necesidades del hostelero, y se ajuste a ellas. No debemos olvidar que la solución debe ser la idónea para el requerimiento, sin olvidarnos del nuevo escenario que ha planteado la COVID-19. Por ejemplo, no será el mismo sistema el planteado para un pequeño hotel rural, que para una cadena hotelera con alta ocupación y tránsito”. Por ello, “en primer lugar, debemos tener muy en cuenta la naturaleza de nuestra empresa e identificar nuestras necesidades en cuanto a seguridad. También el tiempo y

Foto: TESA ASSA ABLOY



Foto: Dometic

los recursos de los que disponemos para dedicar a la gestión de los elementos que pensemos instalar”, recomienda la Directora de la División Hospitality de BTv. Aunque claro está que “el plan de seguridad va a venir marcado primero y de forma obligatoria por la normativa vigente. Hay homologaciones y protocolos de seguridad que hay que cumplir, que luego son reforzados por protocolos propios de los hoteles y cadenas. A nivel de los sistemas de cierre en habitaciones y zonas comunes, la seguridad no está reñida con el confort y la estética. Las cerraduras o lectores murales que se desarrollan hoy en día están diseñados para ser discretos, minimalistas, encajar en el diseño del entorno hotelero dando satisfacción a diseñadores y decoradores y así mismo ofrecer sistemas seguros y que permiten el control total de la instalación. Elegir cerraduras que cumplan con la normativa de fuego es imprescindible, pero se puede exigir a los fabricantes altos estándares de uso y durabilidad. Esto debería considerarse como una inversión necesaria. Homologaciones en normativa superiores a las meramente exigibles por la ley deben de valorarse. Esto portará a su sistema de cierre mayor seguridad y durabilidad”, comentan desde TESA ASSA ABLOY.

Respecto a todo ello, también entra en juego contar con una buena información, “por diferentes intereses se ha tratado de generar mala publicidad a soluciones muy válidas que había en el mercado evitando que se impusieran como vías

para combatir la pandemia, igualmente la falta de certificaciones y la urgencia de lanzamiento de muchos de estos productos les ha restado credibilidad, por lo tanto, lo primero es documentarse con gente que tenga una formación científica suficiente y contrastar dicha información, después evaluar las diferentes propuestas que hay en el mercado de cara a la creación de un plan específico, una vez realizado este plan es afrontar la inversión necesaria para llevarla a cabo de tal manera que se comunique de forma efectiva tanto a los propios empleados, como a los usuarios.

Los aspectos principales serían, primero la formación propia, luego el estudio del mercado y los potenciales proveedores y artículos, la elaboración de nuestro plan de seguridad teniendo en cuenta los anteriores aspectos y el presupuesto necesario y por último la comunicación a todos los implicados de dicho plan y su puesta en marcha”, valora el Hospitality KAM Iberia de Dometic.

### Novedades e innovación

En cuanto a las innovaciones que han aparecido en el mercado, para dar solución a esta seguridad frente a la COVI-19, “la comodidad del cliente y el cumplimiento con las normativas deben primar por encima de todo. Ahora es necesario elegir sistemas y tecnologías que hagan la estancia de los clientes más agradable y fácil y que cumplan con las leyes de eficiencia energética y



accesibilidad universal, pero, además, que garanticen la seguridad frente a contagio de empleados y clientes", expone la Responsable de Marketing de Aprimatic.

De este modo se han desarrollado nuevos sistemas para la prevención del contagio por el virus SARS-CoV-2. Por ejemplo, "en BTV hemos lanzado una gama para suplir estas necesidades, compuesta por cañones de ozono, mamparas de metacrilato, dosificadores de gel automáticos y geles hidroalcohólicos", expone la Directora de la División Hospitality de BTV.

En el caso de Onity, nos encontramos que "responde a estas necesidades ofreciendo interesantes opciones adicionales como el acabado antimicrobiano para manillas o las tarjetas de un solo uso protegidas con blíster de plástico sellado". Además, respecto al acceso por móvil, cuya demanda se ha disparado en los últimos meses, o por lo menos así lo están viviendo desde Onity, han desarrollado



Foto: Onity

un sistema que "además de garantizar la seguridad a la hora de obtener la llave digital en el móvil de cada cliente, permite hacer el check-in de forma remota y acceder a la habitación directamente. Así, al no tener que pasar por recepción, se eliminan las esperas y el riesgo potencial derivado del contacto con otras personas durante las mismas", apunta su Director, Mikel Gorriti.

En general, se observa que "la tendencia llevará a las empresas a apostar fuerte por las soluciones sin contacto, desde la recepción, hasta la propia habitación. Además la inversión en personal y medios deberá ser mayor, ya que la higienización de zonas comunes deberá ser constante", expresa el Key Account Manager de Häfele Herrajes España. De hecho, en palabras del Director de Onity España,

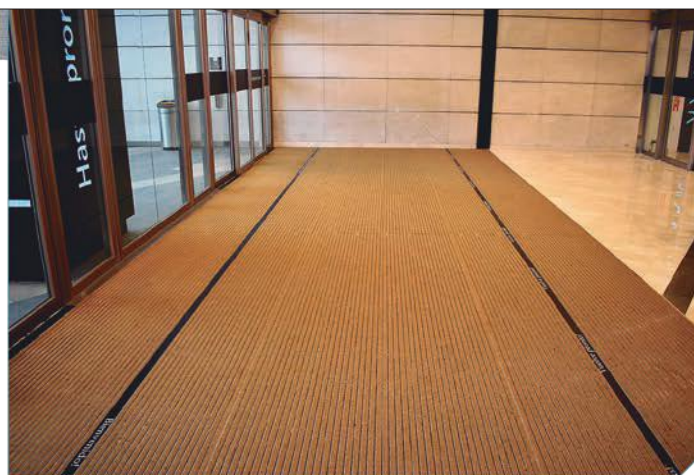


# FABRICAMOS ALFOMBRAS A SU MEDIDA

## ¡Nos responsabilizamos de dar imagen a la entrada de su negocio!

De forma eficaz, limpia y duradera,  
adaptándonos a la arquitectura de su edificio.

- \* Amplia gama de alfombras técnica de aluminio
- \* Textiles
- \* Alfombras con logo
- \* Caucho
- \* Coco natural
- \* Alfombras desinfectantes



**VIATEP IBÉRICA 2012, S.L.**

Polígono Industrial Los Salmueros - Calle del Tejar, 24. 28978 Cubas de la Sagra (Madrid)  
Teléfonos: 91 600 04 23 / 638 479 215. Ventas: 693 303 224

[info@viatep.es](mailto:info@viatep.es)

[www.viatep.es](http://www.viatep.es)

### ¿CÓMO RECIBIR AL HUÉSPED EN TIEMPOS DE COVID-19?

En el servicio de recepción y acogida debe cumplirse con las siguientes medidas preventivas, según recomiendan desde el Instituto para la Calidad Turística Española, del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo:

- Debe determinarse el aforo máximo de la zona de recepción y establecer las medias necesarias para asegurar el distanciamiento entre clientes y con los empleados. Si no puede mantenerse la distancia de seguridad con los empleados en recepción, se recomienda la instalación de elementos físicos que aseguren la protección del personal de recepción, de fácil limpieza y desinfección. Si tampoco se dispone de dichos elementos físicos, el personal debe utilizar mascarilla.
- En la zona de recepción y acogida se debe contar con solución desinfectante.
- Se debe evitar compartir bolígrafos y, en su caso, desinfectar los prestados tras su uso.
- Debe asegurarse la distancia mínima de seguridad entre clientes y fijar de manera visible marcadores de distancia para evitar aglomeraciones.
- Debe fomentarse el pago con tarjeta u otros medios electrónicos, preferiblemente contactless. Esto es aplicable a todos los servicios del alojamiento.
- Debe desinfectarse el TPV tras cada uso en el que exista contacto.
- Los mostradores deben limpiarse y desinfectarse al menos diariamente, considerando la mayor o menor afluencia de clientes.
- En el caso de que existan tarjetas o llaves, éstas deben depositarse en un recipiente con desinfectante al finalizar la estancia o tras cada uso si se depositan en recepción.
- El equipo informático y cualquier otro elemento de uso (por ejemplo el teléfono) deberá limpiarse y desinfectarse al inicio y al finalizar el turno de trabajo, recomendándose disponer de auriculares y cascos de uso individual.
- Se recomienda la colocación de alfombras desinfectantes a la entrada de los establecimientos.
- La asignación de las habitaciones se realizará garantizando las medidas higiénicas de desinfección requeridas.
- Cuando el personal preste el servicio de transporte de equipaje del cliente, debe realizarse en condiciones de seguridad. Para ello, este personal dispondrá de guantes desechables y/o toallitas desinfectantes para limpiar asas, manillas, etc.
- En cuanto al aparcamiento, debe evitarse la manipulación de coches de clientes por parte del personal.

**Fuente:** “Medidas para la reducción del contagio por el coronavirus SARS-CoV-2. Hoteles y Alojamientos”, Ed. 01, Rev. 00 mayo de 2020. Instituto para la Calidad Turística Española (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo).

contacto convirtiéndolas así en puertas automáticas correderas o batientes.

Los tiradores de puertas en zonas con alto tráfico de personas son un foco importante de contaminación, la automatización de las puertas manuales transformándolas en batientes o correderas garantizan la seguridad de empleados, pacientes, clientes, etc. Estas puertas automáticas están dotadas de sensores con tecnología láser que permiten su apertura y cierre sin contacto minimizando así el riesgo de infección.

Los sensores para puertas automáticas correderas están dotados de tecnología radar unidireccional para la apertura de la puerta y con tecnología de infrarrojos que asegura el área del umbral.

Los sensores para el control de aforo funcionan como contadores de personas automáticos y están diseñados para el conteo de visitantes. Recopila datos contando el número de personas que entran y salen de estos espacios y midiendo sus acciones, tamaños y movimiento de forma precisa y en tiempo real. Su interfaz de usuario independiente con acceso remoto.

El sensor de temperatura corporal integrado de funcionamiento autónomo permite el control de temperatura mediante lectura a 50 cm. Cuenta con una alta velocidad de control de fiebre a distancia de tan solo 0,3 segundos. De tamaño reducido, este termómetro sin contacto, realiza reconocimiento tanto de la palma de la mano como reconocimiento facial incluso con mascarilla, almacenando gran cantidad de datos”.

También, si a nivel de seguridad queremos el control total existen sistemas en el mercado que permiten abrir las cerraduras con tarjetas RFID, teléfono móvil y con teclado indistintamente, dejando registro a tiempo real de los eventos en el sistema. La integración de estos sistemas con domótica, control de la energía o con sistemas de PMS y TPV debe de tenerse en cuenta cuando se selecciona un sistema, concreta Víctor Ciprián Centeno.

Asimismo, desde EMCO Spain hemos intentado aportar soluciones de forma

“la tecnología sin contacto ha pasado de ser un lujo ‘deseable’ a considerarse una necesidad en el hotel. Los nuevos factores generados por la COVID-19 llevan a que los hoteleros reevalúen su modelo de gestión y redefinan qué es lo esencial”.

En este sentido Silvia Martínez da a conocer que “Aprimatic presenta una amplia variedad de dispositivos que permiten frenar la propagación del virus en hoteles y restaurantes. Se trata de la automatización de puertas manuales y de diferentes dispositivos de activación sin





Foto: Häfele

seguir profundizando y amoldándose a la conducta y necesidades de los clientes con muchos otros sistemas que aseguren su protección y la de sus pertenencias. Así, con la intención de conocer estos sistemas, analizamos las innovaciones que han aparecido en el mercado al respecto:

**Control de accesos:** son muchos los sistemas, desde controles mediante personal especializado 'in situ', pasando por sistemas mecánicos o 'stand-alone', hasta los más avanzados aunando sistemas de acceso con tecnología online/wireless/cloud que pueden estar ligados a un control por vídeo contra una central de seguridad. "Personalmente pienso que estos últimos son los que mejor se podrían ajustar, registran 'logs' de entradas/salidas en tiempo real. Muchos en el mercado, permiten la combinación con sistemas autónomos, quizá más indicados para salas internas menos accesibles al público general. Todo ello, hay que aglutinarlo con las medidas de limpieza y prevención que nos exige la COVID-19", explican desde Häfele Herrajes España. Dentro del control de accesos, cobra relevancia:

- Puertas automáticas sin contacto y cerraduras: la Directora de la División Hospitality de BTV recuerda que "en BTV hemos creado una gama de cerraduras electrónicas dirigidas a hoteles y apartamentos de alquiler, con tecnología Bluetooth para evitar el contacto, garantizando la máxima seguridad".

rápida a las necesidades de la hostelería ofreciendo una amplia gama de felpudos con diseños para desinfectar las suelas de zapato en las entradas, y otra para mantener las distancias", comenta Joan Marc Blas Ribera, su Director. "Además, de los felpudos de desinfección, hemos recibido solicitudes del canal Horeca preguntando por el comportamiento de nuestros felpudos de perfil de aluminio frente a las bacterias. Es por ello que hemos realizado un estudio de la reducción de las bacterias (Escherichia

Coli, Staphylococcus aureus y Klebsiella) que quedan retenidas en los insertos prémium de nuestros felpudos de aluminio tras una hora. Los resultados demuestran que éstos contribuyen a la reducción de bacterias, es decir, que reducen la entrada de patógenos en los edificios. Esto es importante ya que como se demostró en un estudio de la Universidad de Utah, cerca del 90% de los patógenos son transmitidos desde las suelas a los pavimentos (cerámica o moqueta) si se entra desde la calle con los zapatos al apartamento, hotel, etc.", informan desde EMCO Spain.

Independientemente de la situación actual, el protocolo de seguridad debe

Foto: TESA ASSA ABLOY



Foto: Scati





Foto: Dometic

Asimismo, Mikel Gorriti explica que “en un alojamiento turístico es imprescindible emplear los recursos en una buena cerradura electrónica; para garantizar la seguridad de los establecimientos tiene que ser robusta, segura y fiable, incorporando características como la privacidad electrónica o función antipánico. Deben contar con un registro auditor para poder saber quién y cuándo entra en una habitación en el posible caso de que hubiera algún incidente.

Esto no solo es aplicable a las habitaciones, sino también a las zonas comunes, que son igualmente importantes a la hora de mantener un nivel óptimo de seguridad. Los accesos en estas zonas también se pueden gestionar utilizando cerraduras electrónicas, o alternativamente, si van a tener un uso intensivo, se pueden utilizar lectores murales, de forma que se alimenten a través de la red eléctrica.

Además, esta protección no se debe limitar solo a la habitación, se puede extender a otras zonas del hotel como, por ejemplo, la piscina, gimnasio o spa, utilizando cerraduras electrónicas también para las taquillas”.

Víctor Ciprián Centeno indica que “las tecnologías evolucionan cada día, por lo que elegir un sistema demasiado básico, poco escalable a futuro y con unas prestaciones mínimas, pueden hacer que la instalación se quede obsoleta a corto-medio plazo. Se deben elegir empresas contrastadas, con experiencia en el mercado y que ofrezcan una gama que

permita ampliarse y actualizarse a medida que avancen las tecnologías. Cerraduras wireless o que se puedan abrir con teléfonos móviles permiten al hostelero recibir el estado de las mismas a tiempo real. Se pueden controlar en remoto, bloquear, anular credenciales, etc. Se pueden integrar con otros sistemas y saber cuándo el cliente entra o sale de la habitación, el estado de las cerraduras e incluso si la puerta se deja abierta o mal cerrada. Se trata de sistemas de gama media-alta pero con una relación prestaciones-precio que aconsejan su elección frente a sistemas muy básicos”. Igualmente, desde Aprimatic se han desarrollado grandes avances en la automatización, diseñando y fabricando operadores para puertas y cancelas y otros

tipos de automatismos para ventanas, persianas, toldos... Además, Aprimatic ofrece soluciones como los controles de acceso que permite una gestión rápida y eficaz del control de tarjetas-llave en tiempo real que posibilitan dar caducidad programada a las llaves, ver el registro en cualquier lugar de apertura de puertas, expone Silvia Martínez, su Responsable de Marketing.

En el caso de los sistemas de cierre de puertas, debido a la implantación masiva de cerraduras electrónicas con mecánicas ya de por sí seguras, la preocupación ha pasado a estar en la seguridad de los sistemas digitales en sí. Los móviles como credencial para acceder a las habitaciones se han masificado y preocupa la seguridad de las comunicaciones móvil-cerradura y la seguridad en la red del hotel”, expresan desde TESA ASSA ABLOY.

- Sistemas de identificación: También encontramos cómo se ha avanzado en reconocimiento facial para el canal del hospedaje. Un paso más hacia el contacto cero, donde el huésped sería registrado bajo un sistema de identificación por reconocimiento facial u ocular, pudiendo por ejemplo, acceder sin necesidad de tarjeta a su habitación.

- Cámaras de videovigilancia: muy en relación con mantener la seguridad respecto a quien accede y deambula por el espacio, ya sea de zonas comunes

Foto: Onity





como de las habitaciones del hotel, nos encontramos con las cámaras de videovigilancia que pueden estar controladas por un servicio externos del hotel o por los propios vigilantes del mismo. Ahora, frente a la COVID-19, desde Dometic apuntan que éstas pueden estar equipadas con análisis de temperatura.

**Control de parkings:** dentro del control de accesos, debemos tener en cuenta también aquellos accesos al hotel que se producen por el parking, en el caso de que tenga uno privado. En este sentido, encontramos en el mercado posibilidad de sistemas para el activado de barrera automáticos y los lectores de matrícula.

**Protección contra incendios:** uno de los principales ámbitos donde se comenzó a trabajar, en cuanto a la seguridad de los espacios, era el de la seguridad frente a emergencias en caso de incendio. El Real Decreto 513/2017, de 22 de mayo, por el que se aprueba el Reglamento de instalaciones de protección contra incendios, es una de las legislaciones principales que regula esta cuestión. En él encontramos las características y cuestiones que tener en cuenta a la hora de instalar de los equipos y sistemas de protección contra incendios, ya sean sistemas de protección activa o sus sistemas de señalización:

### - Protección activa contra incendios:

- Sistemas de detección y de alarma de incendios: respecto a ellos hay que tener en cuenta que los pulsadores de alarma se situarán de modo que la distancia máxima a recorrer, desde cualquier punto que deba ser considerado como origen de evacuación, hasta alcanzar un pulsador, no supere los 25 m. Los pulsadores se situarán de manera que la parte superior del dispositivo quede a una altura entre 80 cm y 120 cm.

Además, tanto el nivel sonoro, como el óptico de los dispositivos acústicos de alarma de incendio y de los dispositivos visuales (incorporados cuando así lo exija otra legislación aplicable o cuando el nivel de ruido donde deba ser percibida supere los 60 dB(A), o cuando los ocupantes habituales del edificio/establecimiento sean personas sordas o sea probable que



Foto: TESA ASSA ABLOY

lleven protección auditiva), serán tales que permitirán que sean percibidos en el ámbito de cada sector de detección de incendio donde estén instalados.

- Sistemas de abastecimiento de agua contra incendios: el sistema de abastecimiento de agua contra incendios estará formado por un conjunto de fuentes de agua, equipos de impulsión y una red general de incendios destinada a asegurar, para uno o varios sistemas específicos de protección, el caudal y presión de agua necesarios durante el tiempo de autonomía requerido.

- Sistemas de hidrantes contra incendios: “los sistemas de hidrantes contra incendios, estarán compuestos por una red de tuberías para agua de alimentación y los hidrantes necesarios. Los hidrantes

contra incendios, serán del tipo de columna o bajo tierra”.

- Extintores de incendio: “el extintor de incendio es un equipo que contiene un agente extintor, que puede proyectarse y dirigirse sobre un fuego, por la acción de una presión interna. Esta presión puede producirse por una compresión previa permanente o mediante la liberación de un gas auxiliar”.

- Sistemas de bocas de incendio equipadas: “los sistemas de bocas de incendio equipadas (BIE) estarán compuestos por una red de tuberías para la alimentación de agua y las BIE necesarias. Las BIE pueden estar equipadas con manguera plana o con manguera semirrígida. La toma adicional de 45 mm de las BIE con manguera

Foto: BTV





Foto: RIU Hotels & Resorts

semirrígida, para ser usada por los servicios profesionales de extinción, estará equipada con válvula, racor y tapón para uso normal”.

- Sistemas de columna seca: “el sistema de columna seca, estará compuesto por: una toma de agua en fachada o en zona fácilmente accesible al Servicio Contra Incendios, con la indicación de “USO EXCLUSIVO BOMBEROS”, provista de válvula antirretorno, conexión siamesa, con llaves incorporadas y racores de 70 mm, con tapa y llave de purga de 25 mm y una columna de tubería de acero galvanizado DN80”.

- Sistemas fijos de extinción por rociadores automáticos y agua pulverizada: éstos “estarán compuestos por los siguientes componentes principales: red de tuberías para la alimentación de agua, puesto de control y boquillas de descarga necesarias”.

- Sistemas fijos de extinción por agua nebulizada: “estarán conectados a un suministro de agua (almacenada en botellas o bien en depósito con sistema de bombeo), mediante un sistema de tuberías equipadas de una o más boquillas, capaces de nebulizar el agua en su descarga. Estos sistemas podrán descargar agua nebulizada pura o una mezcla de ésta con otros agentes”.

- Sistemas fijos de extinción por espuma física: éstos “estarán compuestos por los

siguientes componentes principales: red de tuberías, tanque de almacenamiento de espumógeno, dosificador o proporcionador y boquillas de descarga”.

- Sistemas fijos de extinción por polvo: estarán compuestos por los siguientes componentes principales: recipiente de polvo, recipientes de gas propelente, tuberías de distribución, válvulas selectoras, dispositivos de accionamiento y control y boquillas de descarga.

- Sistemas fijos de extinción por agentes extintores gaseosos: “estarán compuestos, como mínimo, por los siguientes elementos: dispositivos de accionamiento, equipos de control de funcionamiento, recipientes para gas a presión, tuberías de distribución y difusores de descarga”.

- Sistemas fijos de extinción por aerosoles condensados: “los sistemas fijos de extinción por aerosoles condensados, estarán compuestos por: dispositivos de accionamiento, equipos de control de funcionamiento y unidades de generadores de aerosol”.

- Sistemas para el control de humos y de calor: “los sistemas de control de calor y humos limitan los efectos del calor y de los humos en caso de incendio. Estos sistemas pueden extraer los gases calientes generados al inicio de un incendio y crear áreas libres de humo por debajo de capas de humo flotante,

favoreciendo así las condiciones de evacuación y facilitando las labores de extinción”.

- Mantas ignífugas: “son láminas de material flexible destinadas a extinguir por sofocación pequeños fuegos”.

- Alumbrado de emergencia: “las instalaciones destinadas a alumbrado de emergencia, deben asegurar, en caso de fallo del alumbrado normal, la iluminación en los locales y accesos hasta las salidas, para garantizar la seguridad de las personas que evacuen una zona, y permitir la identificación de los equipos y medios de protección existentes”.

- Sistemas de señalización luminiscente: “se incluirán en esta sección los sistemas de señalización luminiscente, cuya finalidad sea señalar las instalaciones de protección contra incendios”.

**Cajas fuertes:** dejando a un lado los sistemas destinados a la seguridad física de las personas, dentro del hotel encontramos un sistema muy tradicional para la seguridad de sus pertenencias, la caja fuerte. Respecto a ella, la Directora de la División Hospitality de BTV valora que “disponer de cajas fuertes en los hoteles se hace imprescindible para el huésped: todos necesitamos un

Foto: EMCO Spain





lugar seguro donde guardar nuestras pertenencias más valiosas". Asimismo, el Director de Onity España explica que "si la caja tiene tecnología de código-para-cierre, generado por cada cliente de forma que sea personal y solo él/ella la conozca, la seguridad se garantiza más todavía. Sobre todo en hoteles de negocios, es muy importante que la caja fuerte tenga suficiente capacidad para acomodar ordenadores portátiles".

Para su selección tenemos que tener en cuenta, como recalca Raúl Madrid, la calidad de los materiales con los que se fabrica, facilidad de uso, nivel de seguridad y trazabilidad de las operaciones realizadas, auditoría del aparato, diseño estético, servicio posventa, disponibilidad de piezas de repuesto y presencia internacional del proveedor.

Como comentábamos al comienzo de este análisis, los sistemas de seguridad avanzan continuamente al son de los desarrollos tecnológicos y de la domótica. Por ello, seguramente los que hoy equipan los establecimientos diferirán de aquellos que los harán dentro de unos años.

Primero, en el futuro inmediato, y con la previsión de que el coronavirus nos acompañará en nuestras vidas durante algún tiempo más que este año, Isabel de Lorenzo (BTV) considera que el sector seguirá "muy marcado por la situación actual, con productos mucho más higiénicos que los que teníamos hasta ahora y muy desarrollados tecnológicamente".

Después con las miras puestas un poco más allá, y teniendo en cuenta que el



Foto: Geze

futuro del sector de la seguridad está por escribir, Eduardo Montes Zapico (Häfele Herrajes España) imagina que el futuro será "aún más dinámico y sencillo, con la introducción de la familiarización al 'touchless' como novedad. Un futuro en el que el hardware pueda ir deviniendo a menos, y el que prevalezcan los sistemas en la nube, reportando información inmediata y certera. Sistemas que sean capaces de anticiparse a la problemática, y que hagan de un hotel un lugar, si cabe, aún más confortable.

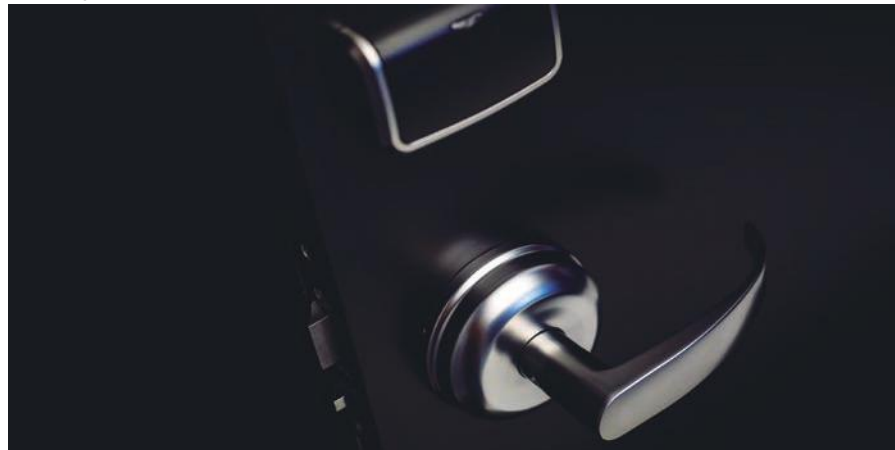
Asimismo, Mikel Gorriti (Onity España) opina que "el hotel del futuro, además de ofrecer un buen servicio deberá diferenciarse a través de otros extras que aporten valor añadido; tendrá que aprender de los hábitos de cada perfil y anticiparse a sus necesidades, lo cual será de vital importancia a la hora de fidelizar al cliente.

Cada vez toma más protagonismo el aspecto tecnológico y de conectividad,

será esencial que el hotel sea 'inteligente'. También deberá permitir personalizar la estancia de cada cliente, centrándose en ofrecerle una 'experiencia a medida'; éstos deberán tener flexibilidad de elección y acceso a ciertas comodidades (por ejemplo, material multimedia), como si estuvieran en su propia casa. El futuro nos lleva a gestionar los diferentes elementos de la habitación, ya sean de seguridad o confort, de forma centralizada, comunicándose entre los mismos para trabajar en conjunto". De hecho, de igual modo opina Raúl Madrid (Dometic), quien considera que el hotel del futuro se orienta a ser "mucho más digital, más sencillo de controlar, muy orientado al análisis de datos y de patrones de conducta y dándole mucho peso a los niveles de higiene y calidad del ambiente, no solamente por el impacto de la COVID-19 sino de otros parámetros que probablemente nunca fueron tomados en cuenta, pero que contribuyen a una mejora de calidad de los espacios cerrados".

Además, las soluciones de eficiencia energética en particular son primordiales a la hora de gestionar los recursos naturales de forma responsable, aspecto que el sector Horeca deberá mejorar de forma exponencial en el futuro próximo. Además de seguros, los hoteles también deberán ser 'eco-friendly', autónomos y autosuficientes, dando respuesta a la creciente demanda global de sostenibilidad. El hotel del futuro gestionará su eficiencia y seguridad utilizando nuevos sistemas y materiales inteligentes que todavía no es posible ni imaginar, auguran desde Onity España.

Foto: Onity



## ■ Acquabella se inspira en la naturaleza más pura para lanzar su nueva colección ■



que nos presenta Acquabella no solo supone un deleite para el sentido del tacto, sino que además, al ser no porosa, asegura una fácil y profunda limpieza con el mínimo esfuerzo.

Las series Levi, Vars y Venet disponen de bañeras, tótems y lavabos. Levi, inspirada en el movimiento del océano, es una serie cuyos productos se ensanchan en su zona superior, acabando en un perfil sumamente fino y cautivador que es especialmente cómodo en el caso de la bañera, mientras que la gama Vars presenta unas formas más robustas y arriesga con el espesor de sus perfiles, creando un juego visual que fascinará a todas las miradas. Venet en cambio es una serie que recuerda a los glaciares del Ártico: piezas de gran pureza, que transmiten serenidad y se funden en su base dando lugar a un diseño totalmente rompedor.

La marca Acquabella despliega un manto de creatividad, voluntad de superación y pasión por la innovación y la calidad al presentar Acquawhite, la nueva colección protagonizada por las series Levi, Vars, Venet, Lech y Zermatt, y que ha sido concebida gracias a Dolotek®, el nuevo material de Acquabella que permite a la marca crear diseños casi escultóricos y de gran precisión sin renunciar a la calidad a la que nos tenían acostumbrados. Además, otra de las novedades que apreciamos en este nuevo catálogo es que bañeras y tótems se suman a los productos que hasta ahora fabricaban.

Para la creación de Dolotek®, cargas minerales y resina se unen dando paso a una sinergia que favorece la resistencia al impacto y al choque térmico, creando un material de alta durabilidad que además es resistente a los rayos UV, garantizando así

el blanco más puro incluso si el producto está a merced del sol.

Otra de las propiedades más llamativas de este nuevo material es que permite diseñar con una alta precisión, trazando finos espesores sin renunciar a la calidad para crear formas únicas que dotan la colección Acquawhite de una gran versatilidad, con productos que, aunque siguen una misma línea, tienen una marcada diferencia entre los mismos.

También cabe resaltar la suavidad que se apodera de la serie, similar a la de la piedra natural. Esta nueva superficie antibacteriana

Por otra parte, Lech es una bañera que logra captar la suavidad más pura en sus formas ovaladas. Una pieza que se fusiona completamente con cualquier ambiente.

Zermatt en cambio propone una serie de encimeras de uno o dos senos que serán el complemento perfecto para cualquier cuarto de baño gracias al blanco característico de la colección. Formas angulosas y robustas las caracterizan.

Con su nueva colección, Acquabella abre la puerta a un nuevo diseño atemporal y de simplicidad atrayente, que esconde una gran variedad capaz de seducir a todos los públicos, convirtiendo el cuarto de baño en una estancia repleta de diseño, confort y relajación.





## ■ Evoca Group lanza Royal, una nueva visión de diseño ■



Evoca Group, fabricante líder mundial de máquinas de café profesionales y uno de los principales operadores internacionales en Horeca comercializa sus productos a través de diez marcas (Necta, Wittenborg, Saeco, Gaggia, Ducale, SGL, Newis, Cafection, Visacrem y Futurmat), cada una con su propia identidad individual y altamente sinérgica con la misión de Evoca.

Así, bajo su insignia Saeco presenta la nueva Royal, un ícono atemporal en el segmento OCS que siempre ha sido admirado en todo el mundo por su estilo inimitable. El equipo de Saeco ha rediseñado el sistema para que las pausas para el café sean aún más agradables. Sus componentes profesionales y funcionales, una interfaz capacitiva con

imágenes fotorrealistas y su pantalla iconográfica, facilitan la selección de bebidas y le dan a esta máquina una personalidad distintiva.

Royal está disponible en tres versiones: OTC, Plus y Black, tres modelos que dispensan café y agua caliente. Disponen de todas las funciones que se necesita para hacer tu pausa para el café aún más agradable. Los tres los modelos dispensan café y agua caliente. El grupo de café, los componentes internos profesionales y las cuchillas cónicas de acero garantizar una erogación de café perfecta.

Además, la versión Royal Plus cuenta con lanza de vapor independiente y está equipada con un espumador de leche automático, mientras que la versión OTC cuenta con todo lo necesario para suministrar leche fresca de forma automática. Su grupo de café, sus componentes internos profesionales y sus cuchillas cónicas de acero son resistentes al desgaste y garantizan que el café esté preparado con un alto grado de perfección.

El vano de erogación se puede ajustar a diferentes alturas, desde 75 a 160 mm, lo que permite utilizar la máquina con diferentes tipos de tazas y vasos.

Asimismo, fiel a la tradición Saeco, el mantenimiento es sencillo y rápido ya que el grupo de café se retira y se lava de forma especialmente sencilla.





## JUNG Automatización, eficiencia y ahorro energético... pos-COVID

Jung, el fabricante alemán de sistemas de automatización para hoteles, con sus más de cien años de experiencia, afronta el reto 'pos-COVID' planteando al sector terciario un doble objetivo. Por un lado, incrementar el valor añadido de su oferta de servicios cualquiera que sea el tamaño, especialización o categoría del establecimiento. Por otro, alcanzar la máxima economía y eficiencia de las instalaciones hoteleras sin importar si se trata de obra nueva, rehabilitaciones o reformas. Con este fin, Jung ofrece las unidades de pasillo y habitación de los displays de hotel, así como su solución basada en tarjeteros de habitación. Además, que el huésped hable directamente a su habitación automatizada para que suba o baje la climatización, apague o encienda la luz y ejecute un sinfín de otras prácticas funcionalidades, es posible gracias al Control por Voz de Jung. Para contribuir a un interiorismo agradable, el fabricante alemán ofrece un diseño uniforme para todos sus mecanismos. Entre éstos se incluye el termostato para fan-coil y el teclado con símbolos autoexplicativos. El primero permite al usuario seleccionar la temperatura óptima y a su gusto en la habitación. El teclado, en cambio, agrupa en escenas diferentes configuraciones de iluminación, climatización, etc. Por otro lado, para el cliente internacional, Jung dispone de un portafolio completo con los diferentes enchufes de todo el mundo. Finalmente, la Smart Radio permite al huésped elegir su fuente de sonido preferida con solo pulsar un botón.



## ALLEGION Presenta el nuevo cierrapuertas de suelo BRITON Serie 2800



Allegion, pionero mundial en acceso ininterrumpido, con marcas líderes como CISA®, Interflex®, LCN®, Schlage®, SimonsVoss® y Von Duprin®. Además de centrarse en la protección asociada a puertas y áreas adyacentes, Allegion asegura personas y activos con una amplia gama de soluciones para hogar, empresas, escuelas y otras instituciones. Allegion registró una ganancia de 2,9 mil millones de dólares en 2019 y vende productos en casi 130 países. Bajo su insignia CISA, lanza al mercado la serie 2800 de cierrapuertas BRITON, ideal para puertas con alto tráfico ya sean de vaivén o batientes y es adecuado para puertas de madera, metal o vidrio (compatible con accesorios para leva europea). En cuanto a sus características técnicas tiene: la caja de empotrar es de acero galvanizado, cincado y pintura en polvo, cuerpo del cierrapuertas en hierro fundido de alto grado, mecanismo en acero endurecido con rodamientos para una máxima eficiencia, fluido de alta calidad y compensación de temperatura interna para garantizar un rendimiento constante entre -15°C y 40°C, sin la necesidad de ajustes en los cambios estacionales, y facilidad de acceso a las regulaciones de la velocidad de cierre y del golpe final. Referente a sus principales ventajas, BRITON Serie 2800 ofrece instalación en áreas donde no es posible instalar un cierrapuertas aéreo e instalación en áreas donde un cierrapuertas aéreo puede estar expuesto a actos de vandalismo.



## QUALITY ESPRESSO Lanza los kits portafiltros para uso tradicional o con cápsulas

Quality Espresso, empresa líder en el mercado de máquinas de café espresso en entornos profesionales, aplica la innovación continua para ofrecer soluciones versátiles que se adapten a las necesidades de todo tipo de establecimientos. Fruto de esta labor de innovación Quality Espresso presenta los kits portafiltros que se instalan de forma muy sencilla y, en sólo unos minutos, permite cambiar las máquinas de café espresso tradicionales a la modalidad de cápsulas, admitiendo los distintos formatos de cápsulas profesionales más utilizados en el mercado. Cabe destacar su facilidad de uso y unas necesidades de mantenimiento muy inferiores a las de otro tipo de equipos específicos para cápsulas. Asimismo, resulta muy sencillo volver al modo de café en grano e incluso el establecimiento puede decidir combinar, en una misma máquina, el uso del café en grano en un grupo y el café en cápsulas en el otro grupo mediante alguno de estos kits portafiltros. De este modo, las más avanzadas máquinas tradicionales de café espresso de las marcas Gaggia, Futurmat y Visacrem podrán elaborar el mejor café tanto en modo tradicional como con cápsulas, según la elección del establecimiento de hostelería. La facilidad y rapidez en la instalación del portafiltros permitirá adaptar los equipos al consumo de cada establecimiento en cada momento y aumentar así su rentabilidad.



## VAYOIL TEXTIL Trabaja en una colección para hacer frente a la COVID-19



En el departamento de Creación de Productos dentro del área I+D+i de Vayoil llevan trabajando desde el primer día de esta pandemia para crear artículos que puedan ofrecer garantías de seguridad y protección a sus clientes. Desde el mes de marzo la empresa adaptó parte de su producción a la confección de dichos artículos. Durante las primeras cuatro semanas, toda la producción de mascarillas y delantales impermeables fue donada a hospitales, clínicas, ayuntamientos, Policía Local y Guardia Civil tanto de la Comunidad Valenciana como de otros puntos del país. Dando un paso al frente contra esta epidemia, esta compañía valenciana ha creado una colección de artículos que colaboran con el cumplimiento de los protocolos para una reapertura hotelera segura. Esta colección cuenta con artículos para la habitación como varios modelos de fundas interiores de almohada y fundas y protectores de colchón que permiten mantener estos productos con la desinfección y protección necesaria para la COVID-19 y otros virus y bacterias. Además, siguiendo otro de los puntos de las directrices del Ministerio, fabricamos fundas para las mantas y almohadas que se guardan en los armarios de las habitaciones a disposición de los huéspedes. Vayoil tampoco se olvida de la protección de empleados y clientes del hotel. Ellos son los más importantes y para ellos, la empresa ha creado una colección de diferentes kits que pueden incluir mascarillas, gel hidroalcohólico y fundas para las mascarillas.



## (agora) TUVATEXIL Agora® Safe Home™, la solución textil desinfectable

Agora®, marca de tejidos de alta gama, de Tuvatextil, para la decoración y la tapicería que ofrece las mejores prestaciones, ha centrado gran parte de su investigación en el campo de los tejidos decorativos, aplicando los últimos avances en materias, métodos y tecnologías textiles. En este sentido, utiliza en toda su gama la fibra 100% solution dyed acrylic. Tejidos fabricados para soportar las duras condiciones del exterior, incorporando múltiples cualidades y tratamientos para hacer frente a los entornos más exigentes y garantizando un rendimiento excelente. De hecho, aporta fuerza, calidad, durabilidad, fácil cuidado y una resistencia incomparable a la decoloración y degradación. Todos los tejidos son resistentes al moho, virus, microorganismos, agua y humedad. Además todos ellos se pueden lavar con lejía. De este modo, de la unión de todas estas características y con la necesidad de adaptar su producto a la realidad actual nace Agora® Safe Home™: la solución textil desinfectable para la era pos-COVID. Una selección de tejidos higiénicos, ya que se pueden lavar con lejía, un desinfectante común que elimina fácilmente virus y bacterias. Ataca a la materia orgánica, especialmente a los ácidos grasos. Es capaz de destruir la pared celular de las bacterias y las envolturas de los virus. También destruye sus proteínas y su material genético. Ese es el mecanismo por el que acaba con los microorganismos y los incapacita para producir enfermedades. Su poder de oxidación hace que además sea germicida, eliminando mohos, algas y otros microorganismos. Agora® Safe Home™ cuenta con cinco colecciones: Artisan, Esquire, Natural Shades, Twitell y Simmetria.



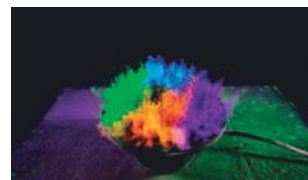
## HOSTELTEX Desarrolla una funda de almohada protectora anti-COVID-19



Para facilitar la adaptación de los hoteles a la situación actual, Hosteltex ha desarrollado elementos textiles que funcionan como barreras de protección anti contagio. La almohada, por sus características y uso intensivo durante la noche, se le debe prestar una atención especial. Por ello Hosteltex ofrece una funda de almohada, ideada para un sólo uso, impermeable, que protege al cliente y le aporta el confort y la seguridad que necesita durante el descanso. Está realizada en la parte exterior por suave TNT y el interior por Poliuretano. Desde que el cliente pone el pie dentro de un hotel ha de sentir la seguridad en cada una de las partes del proceso de hospedaje. Una de las experiencias que más valoran los huéspedes de un hotel es el descanso. Así que proporcionar un descanso seguro, a la vez que placentero, es el objetivo principal. En Hosteltex son especialistas en suministros textiles para hoteles. Ropa de cama, baño y mesa confeccionados con materiales de la mejor calidad, resistentes y a precios muy competitivos, valores imprescindibles que mantienen a la firma como uno de los proveedores líderes del sector.

## LOXONE Loxone Audioserver, un sistema de audio para la automatización

Loxone acaba de anunciar el lanzamiento de una importante novedad con la que da un paso más en la automatización de viviendas y edificios. Se trata de Audioserver, una de las soluciones de audio más completas y potentes del mercado. El fabricante ha diseñado algo más que un equipo de audio. Es un sistema que combina hardware y software para conseguir un sonido excelente, brillante y limpio, con la mayor potencia. El Audioserver no es un altavoz, sino la potencia que hay detrás de él. En combinación con altavoces de calidad, sus impresionantes datos de rendimiento forman la base para un sonido excelente, brillante y limpio. En una vivienda, en la habitación de un hotel, en una oficina o en un restaurante. Gracias a las cuatro salidas de amplificador integradas, audio y música se pueden escuchar en todas partes. Ya sean listas de reproducción de rock en casa, música de concentración para la oficina, canciones que combinan con el ambiente para el restaurante, música de relajación en el hotel... Además, se pueden crear diferentes ambientes sonoros y escuchar un audio o canción diferente para cada estancia o habitación. Gracias a las Stereo Extensions, el sistema de audio se puede expandir fácilmente con zonas adicionales. Además, incluye funciones inteligentes. Se puede integrar en la edificación de forma casi invisible, y permite utilizar música, sonidos o mensajes de muy diversas formas.



## PROQUIMIA El suavizante BACSOFT PLUS, una barrera contra microorganismos



Proquimia amplía su catálogo de soluciones profesionales para lavandería con BACSOFT PLUS, un suavizante multifuncional con propiedades protectoras para tejidos, que impide la aparición y proliferación de microorganismos hasta más de siete días después del lavado. BACSOFT PLUS cumple la norma UNE-EN ISO 20743-2014 (Textiles. Determinación de la actividad antibacteriana de los productos textiles), a la concentración de 1g/L. En un momento en el que la desinfección, también de tejidos, ha cobrado mucha importancia, Proquimia da respuesta a esta necesidad con un innovador producto que potencia el efecto higienizante del proceso de lavado. Aplicado durante la fase de suavizado del proceso de lavado, BACSOFT PLUS proporciona además un agradable perfume y evita los efectos secundarios derivados de la presencia de microorganismos en los tejidos, tales como la aparición de malos olores o su deterioro o decoloración. La protección antimicrobiana de BACSOFT PLUS una sustancia activa compuesta a base de plata, un metal muy presente en la naturaleza, y cuyas propiedades antimicrobianas son bien conocidas desde la antigüedad. La tecnología microencapsulación proporciona una excelente afinidad a las fibras del tejido, y permite la liberación progresiva de la sustancia activa, que refuerza la protección contra la contaminación microbiana de los tejidos durante la fase de uso, hasta siete días después del proceso de lavado.



### Hilton Hotels & Resorts reabre Alexandra Barcelona, con un nuevo estándar de limpieza



El Hotel Alexandra Barcelona reabre sus puertas tras meses cerrado por restricciones de la pandemia de la COVID-19. El hotel vuelve con la misma ilusión y fuerza de siempre ofreciendo a todos sus huéspedes la máxima calidad en todos sus servicios y habitaciones, así como un sistema de limpieza perfecto para que dicho huésped se sienta seguro dentro de cualquiera de los espacios del hotel. Porque para el Hotel Alexandra los huéspedes y todos los trabajadores son su máxima prioridad y, por ello, mantiene un compromiso de ofrecer un ambiente perfecto y acogedor.

El sistema que se implementa es Hilton CleanStay, un programa que ofrece un nuevo estándar en limpieza y desinfección, totalmente pionero en el sector. Su riguroso proceso ha sido desarrollado para aumentar la seguridad y limpieza de los huéspedes del hotel desde el check-in hasta el check-out. Todas las habitaciones incluyen actualmente el sello de Hilton CleanStay para indicar que nadie ha tenido acceso desde su limpieza y desinfección.

Los detalles de Hilton CleanStay que se aplican de manera obligatoria son: sello en la habitación, indica que nadie ha tenido acceso a ésta tras su limpieza; eliminación de toda la papelería; pautas de limpieza mejoradas en el gimnasio; mayor frecuencia de limpieza en áreas públicas; toallas y desinfectantes en áreas de tráfico.

### Mandarin Oriental Hotel Group abrirá su primer hotel en Madrid en 2021



Tras la reforma más ambiciosa y extensa en sus 110 años de historia, Mandarin Oriental Ritz, Madrid ha confirmado que abrirá sus puertas a principios del próximo año y que ya admite reservas para hospedarse a partir del 15 de marzo de 2021.

Durante los tres años que ha durado la reforma, el arquitecto español Rafael de La-Hoz y los diseñadores parisinos Gilles & Boissier han colaborado estrechamente en el nuevo diseño. En el renovado hotel, la decoración destilará elegancia y clasicismo, con un toque contemporáneo, un proyecto que ha preservado el carácter único del estilo Belle-Époque del edificio y el espíritu original concebido por César Ritz.

El relevante papel cultural y social que el hotel siempre ha tenido se reflejará en diferentes proyectos con artistas, artesanos, creadores y firmas de diferentes disciplinas a nivel local y nacional. Sus creaciones cobrarán protagonismo en una serie de colaboraciones que se irán desvelando en los próximos meses y que contribuirán a hacer del Ritz de Madrid un destino por derecho propio.

El carisma de la diseñadora de interiores Dorothée Boissier, la delicadeza estética de la artista madrileña Paula Anta, el imaginario de Richard Grey y la infinita creatividad de José Piñero, entre otros muchos creadores, han ideado un vínculo único con Mandarin Oriental Ritz, Madrid para elevar la experiencia de los visitantes y dotar al hotel de una sensación de pertenencia a la ciudad auténtica.

### La Mafia se sienta a la mesa junto al chef Iñaki Bretal lanza un plato por sus 20 años



Con motivo de la celebración del vigésimo aniversario de la marca de restauración La Mafia se sienta a la mesa, el Chef Iñaki Bretal, reconocido con un Sol Repsol, ha sido el elegido para la creación de un plato de autor que está disponible en todos sus restaurantes desde el 28 de septiembre y hasta principios del año que viene, cuando la cadena renueve la carta.

El Chef Iñaki Bretal es propietario de cinco restaurantes repartidos entre Galicia y Madrid, y su cocina está claramente influenciada por el producto gallego. Una de las características más destacadas de Bretal es el mimo con el que trabaja el producto de mar y su fiel propósito de conjugar ingredientes que realcen su sabor.

Por ello, la elaboración del plato especial para el vigésimo aniversario de La Mafia se sienta a la mesa hace honor al origen de su autor, eligiendo ingredientes de procedencia gallega que se fusionan perfectamente con los productos italianos ofrecidos por la cadena de restauración. El 'Risotto 1906', está compuesto por pulpo, gambón, cebolla roja y queso ahumado Scamorza, y todo ello reducido en cerveza 1906 Reserva Especial; un plato exquisito, con mucho carácter y elaborado por uno de los mejores chefs de nuestro país.

Otra original iniciativa para la celebración del vigésimo aniversario va destinada a agradecer la fidelidad de sus clientes. La Mafia se sienta a la mesa ha creado una Edición Remember para traer de vuelta por tiempo limitado ocho de los mejores platos que han estado en la carta.

### Vincci Ciudad de Salamanca acogerá a personas en cuarentena



Vincci Hoteles ha querido aportar una vez más su pequeño grano de arena, esta vez en esta segunda oleada de la COVID-19 que azota a nuestro país para contribuir, en la medida de sus posibilidades, a intentar controlar la epidemia. Por ello, su establecimiento de cuatro estrellas en Salamanca, Vincci Ciudad de Salamanca está a disposición de la Junta de Castilla y León desde el 8 de octubre para alojar a las personas que tengan que permanecer en cuarentena y que por motivos personales, familiares, económicos o sociales, sean dirigidos al establecimiento para pasar ese proceso.

El establecimiento cuenta con el protocolo de experiencia de cliente de COVID-19 desarrollado por Vincci Hoteles bajo su sello VINCCI CARE, que cumple con toda la normativa vigente y refuerza los ya de por sí estrictos protocolos del grupo hotelero en materia de higiene y desinfección. Según las directrices que marca el gobierno regional, el equipo del hotel tendrá el menor contacto posible con las personas alojadas, que contarán con todo lo necesario para tener la mejor estancia, dadas las circunstancias. Tras desalojar la habitación, se procederá a su ventilación y después de dos días, a una desinfección exhaustiva atendiendo a los protocolos sanitarios. La medida se prolongará durante tres meses y responde a las actuaciones de la Junta de Castilla y León en el marco de anticipación a un posible incremento de la tasa de contagio en la provincia.



## Pontus Cornelius sucederá a Kerstin Lindell como CEO de Bona



Bona, la compañía global que suministra productos para instalar, renovar, mantener y restaurar suelos premium, ha anunciado el nombramiento de Pontus Cornelius como Presidente y CEO de la compañía a partir del 11 de enero de 2021. Kerstin Lindell, actual Presidenta y Directora Ejecutiva, pasará a ocupar el cargo de Presidenta de la junta de Bona.

Cornelius asumirá el cargo de Presidente y Director Ejecutivo en estrecha colaboración con Lindell para garantizar una transición tranquila y sin problemas. En ese momento, Lindell se convertirá en Presidenta de la junta de Bona.



“Como miembro del consejo asesor de Bona desde 2017, he tenido una visión interna del fuerte crecimiento de la empresa a lo largo de los años y su larga historia de compromiso con la innovación y la sostenibilidad”, dijo Cornelius. “Espero trabajar en estrecha colaboración con el talentoso equipo de Bona y continuar con el impulso positivo de liderar e innovar en la industria para un futuro cada vez más sostenible”.

Anteriormente, Cornelius ocupó el cargo de Presidente y Director Ejecutivo de Erströmgruppen AB, un conglomerado industrial sueco de propiedad privada centrado en el desarrollo de empresas B2B en diversas industrias. Bajo el liderazgo de Cornelius, Erströmgruppen se expandió a un grupo de más de 30 empresas (con una facturación de aproximadamente 250 millones de euros y 1000 empleados) con el objetivo común de crear negocios sostenibles y digitales.

## Tork reduce el consumo de papel y optimiza la higiene en los establecimientos de Areas



Es un hecho que la higiene es un factor clave en el negocio de la hostelería y mucho más en la actualidad, si cabe. Desde su firme compromiso con este sector, Tork, marca de limpieza e higiene profesional de Essity, apuesta por el desarrollo de soluciones que promuevan el bienestar de las personas, al mejorar los estándares de higiene y evitar la propagación de enfermedades, optimicen el uso de recursos -producir más con menos- y respetan la circularidad -sus innovaciones se adaptan perfectamente al planteamiento de diseñar, reducir, reutilizar y reciclar.

Desde esta perspectiva, Tork ha colaborado con Areas, empresa líder en Food & Beverage y Travel Retail, en la reducción del consumo de papel y la optimización de la higiene en los espacios críticos de sus establecimientos, lo que ha mejorado también su imagen de compañía 100% sostenible.

Areas se enfrentaba a un doble problema: un gran consumo de toallitas y un desperdicio excesivo de las mismas. Tras realizar una auditoría previa, los profesionales de Tork recomendaron la apuesta por el dispensador de servilletas Xpressnap®, que dispensa servilletas de una en una en lugar de varias a la vez, como sucede con otros dispensadores.

## Ramiro Gordillo, nuevo Director General de Girbau México



Girbau, líder en soluciones integrales de lavandería profesional, ha nombrado a Ramiro Gordillo como Director General de la filial del grupo en México. Con este nombramiento, Girbau refuerza su equipo directivo en México con el objetivo de impulsar su crecimiento en el país y continuar el desarrollo en Latinoamérica.

Con más de 20 años de experiencia profesional, Gordillo ha ocupado cargos de alto nivel en compañías del sector tecnológico e industrial. Su experiencia tanto en el ámbito comercial como técnico y su sólido know-how brindando soluciones tecnológicas y servicios de valor agregado, lo avalan para liderar los desafíos planteados en el mercado mexicano y colocar a Girbau como el líder indiscutible en su especialidad.

En ese sentido, el nuevo Director General de Girbau México destaca que inicia su nueva etapa profesional al frente de la compañía “con mucho entusiasmo y con la principal meta de convertir a la organización en el referente tecnológico y de mayor índice de retorno de inversión del sector, ofreciendo un valor añadido a los asociados de negocio y usuarios de maquinaria para lavandería, que va mucho más allá del producto, sino con soluciones y servicios que se ajusten a las necesidades reales de cada cliente”.

Girbau, fundada en 1960, es una compañía líder mundial en soluciones integrales de lavandería profesional dirigidas al sector industrial, comercial, etc. reconocidas por su alta innovación, calidad y sostenibilidad.

## Rational regala un kit de accesorios por la compra de un nuevo iCombi Pro o iVario Pro



Rational lanza para su clientes una promoción muy especial, por la compra de un nuevo iCombi Pro o iVario Pro, desde el 5 de octubre hasta el 31 de diciembre, ofrece un kit de accesorios exclusivos Rational gratuito.



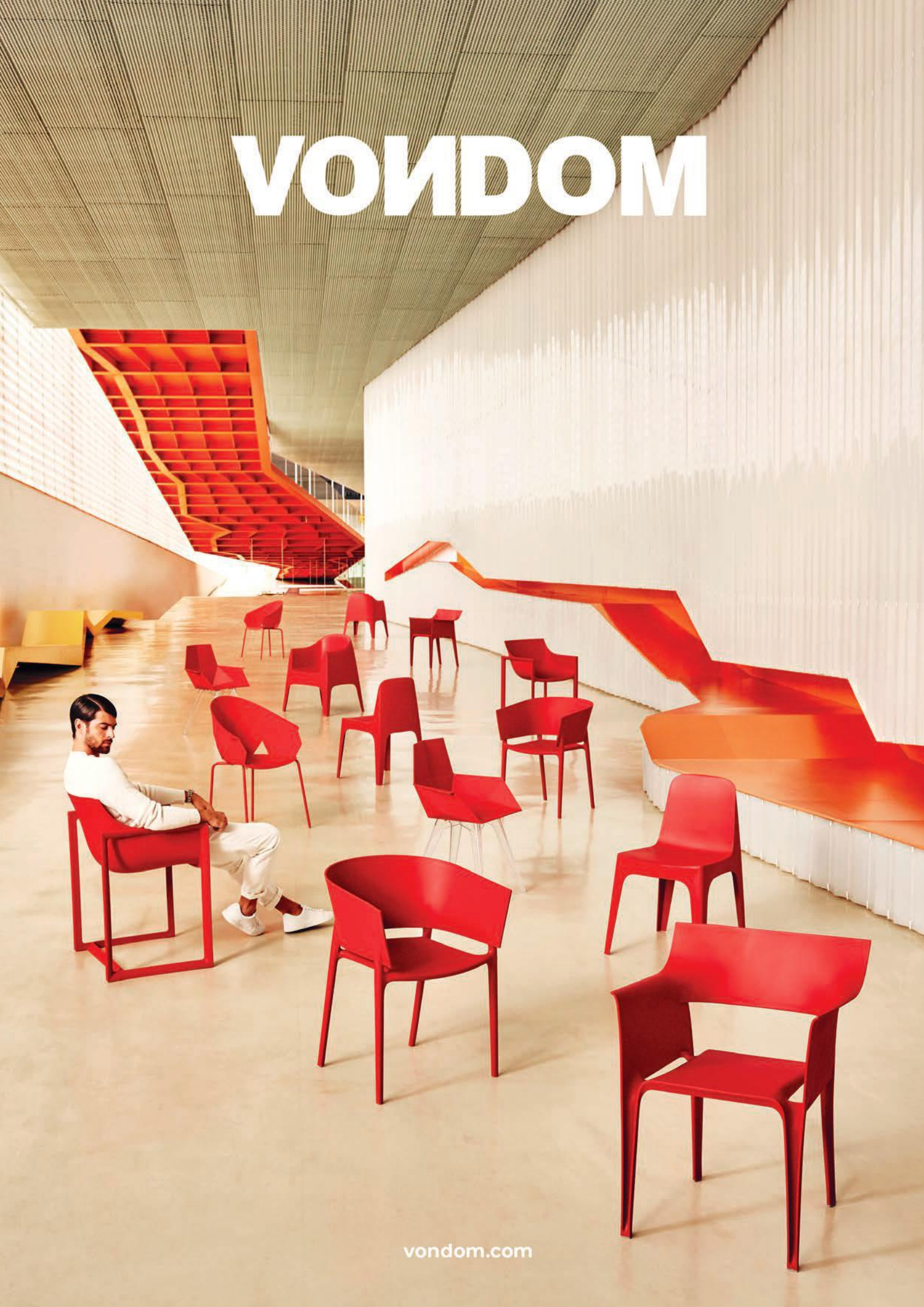
De este modo, Rational hace que sea aún más fácil para sus clientes lograr resultados de cocción perfectos con su iCombi Pro e iVario Pro desde el primer día. El líder del mercado en vaporizadores combinados ha creado diversos kits de accesorios que se adaptan a cualquier tipo de cocinado. Estos kits están diseñados exclusivamente para una óptima puesta en marcha de los equipos en las cocinas profesionales, incluyen los accesorios ideales para asar a la parrilla, realizar snacks o tapas, y cocer, entre otros procesos.

El kit de Parrilla incluye una bandeja para plancha y asados, una parrilla con marcas diagonales y en forma de rombos, una parrilla de acero inoxidable y el CombiFry®, perfecto para realizar frituras con el mínimo aceite. El kit Snack & Tapas consta de tres bandejas de acero inoxidable para hornear y asar sin perforar, el Multibaker para realizar postres, huevos o tortillas y un recipiente de granito esmaltado.





# VONDOM





Argos la nueva colección con piezas de 1200 x 3000 mm y de 6 y 12 mm de grosor fabricadas con la tecnología por extrusión que mejoran las propiedades de las piedras de cantera. Llevando a nuestros proyectos las últimas tendencias en diseño y posibilidad de elegir entre una amplia gama de acabados.

