

hostelpro

proyectos y proveedores de hostelería y restauración

ESPECIAL REHABILITACIÓN Y REFORMA

PALLADIUM HOTEL MENORCA

VINCI'S RISTORANTE TRATTORIA, GRAN CANARIA

REPORTAJES

Software y programas de gestión

Nueva normalidad en la hostelería



HOTELES | CASAS RURALES | CATERING | EVENTOS



CAMPAÑA FINANCIACIÓN
Proyectos SMB para
Pequeñas y Medianas Empresas

FINANCIAMOS
6 MESES
TU PROYECTO DE RED EMPRESARIAL

TP-Link ofrece 6 meses de financiación
para inversiones en soluciones SMB.



10%

Descuento Especial
#Hostelpro

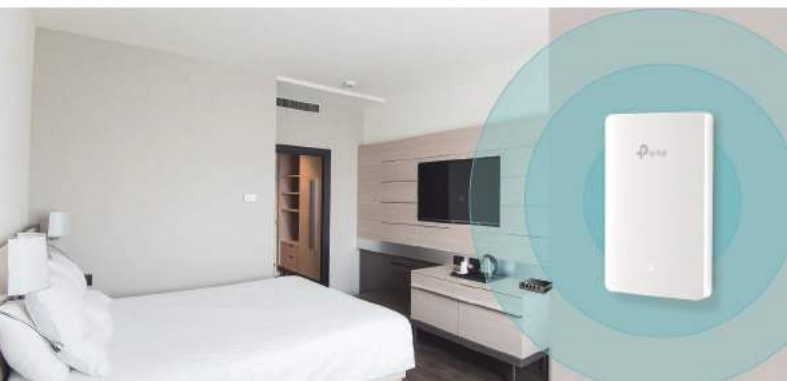
Contacta con: sales.es@tp-link.com

Campaña Financiación

- Implementación de Wi-Fi de alta densidad
- Cobertura inalámbrica total
- Conexiones cableadas estables
- Roaming para streaming ininterrumpido
- Fácil gestión centralizada
- Impulsa tu negocio con una página personalizada

01

TP-Link Omada quiere ofrecer a sus clientes
la mejor solución en redes cableadas e
inalámbricas tanto para huéspedes como
para empleados.



02

Todas las instalaciones gozarán de una **conexión
Wi-Fi de alta velocidad tanto en interior como
en exterior** garantizando la seguridad constante
de los datos.



Foto: Ainara Centeno

SUMARIO



Foto: Ainara Centeno

Secciones /

Interiorismo 04

Soluciones para el canal
HORECA 60

Novedades del Sector 62

Establecimientos
del Canal 64

Proveedores
del Canal 65

Agenda 66

Portada: Palladium
Hotel Menorca



PÁGINA 04. INTERIORISMO

María Mezquita, NIK NAI NUNA



PÁGINA 08. ENTREVISTA

Guillem Mitats Forcada, Director de
Operaciones de Grupo Esencia

PÁGINA 12. PROYECTO HOTELERO

Palladium Hotel Menorca



PÁGINA 18. ENTREVISTA

Pilar García de Gonzalo,
Interiorista de Palladium Hotel Menorca

PÁGINA 20. REPORTAJE

Software y programas de gestión



PÁGINA 38. PROYECTO DE RESTAURACIÓN

Vinci's Ristorante Trattoria, Gran Canaria

PÁGINA 44. ENTREVISTA: Ana Belén Castro y David de Ramón
Arquitecta Directora creativa de Mostaza Design –
The Retail Design Agency e Ilustrador Director de Arte



PÁGINA 45. ENTREVISTA: Ajit Chandwani y Ángel González Lera
Chefs de Vinci's Ristorante Trattoria



PÁGINA 46. REPORTAJE

Nueva normalidad en la hostelería



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
Administración / Alicia Écija
Marketing online / José F. García Cervera

Directora de Arte / Marisol Navalón
Directora de Publicidad / Carmen Sánchez
Departamento Comercial / Paloma Elices
Soporte Informático / Dimanet Informática

Impresión y Fotomecánica:
Advantia Comunicación Gráfica, S. A.
Formación, 16 - Pol. Ind. Los Olivos
28906 Getafe (Madrid)

Depósito Legal: M-12454-2012
ISSN: 2254-2809

Prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos aparecidos en esta publicación sin
previa autorización por escrito de Editorial Protiendas S.L. Las opiniones y artículos publicados
son responsabilidad exclusiva del autor, sin que esta revista las comparta necesariamente.



Revista Hostelpro
@Revista.Hostelpro

Hostelpro
@R_hostelpro

Revista Hostelpro
@rhostelpro

Hostelpro
@rhostelpro

María Mezquita

NIK NAI NUNA

María Mezquita comenzó su andadura fundando su estudio en 2014. "NIK NAI NUNA es ideas y realidades", por eso detalla que trabajan con un amplio equipo de colaboradores especializados, gremios, industriales y fabricantes afines a su visión que aportan su experiencia y saber hacer. Con motivo de conocer aún más al estudio, su fundadora ha 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.

MARÍA MEZQUITA

Para dar a conocer su carrera profesional, ¿puedes explicarnos brevemente cómo se ha desarrollado y cuáles han sido los momentos más significativos?

Mi carrera profesional es larga. Hasta el año 92 trabajé en un sector muy diferente al interiorismo. Ese año decidí cambiar el rumbo de mi vida. Tuve la suerte de que me ofrecieron trabajar en un mundo que desde pequeña me apasionó: el mundo textil. Durante dos trabajé directamente con el CEO de la Compañía y, a continuación, pasé a formar parte del Departamento Industrial donde se suministraban y confeccionaban todo tipo de textiles para hoteles.

Poco a poco fuimos creciendo hasta que llegó un día en que aposté por desarrollar proyectos integrales, proyectos más amplios que los textiles y salió bien. La primera obra

Restaurante Petit Comité, Madrid



María Mezquita

de interiorismo completa fue el Parador de Turismo de Ayamonte. Fue un éxito y ya no paramos de hacer interiorismo integral, muchos Paradores y hoteles tanto de grandes cadenas hoteleras como de grupos hoteleros independientes. En el año 2012 fui nombrada Directora de Proyectos Integrales y, con la ampliación de un equipo bien preparado, fuimos la "locomotora" de la empresa durante varios años, con unas facturaciones muy altas y un gran reconocimiento en el sector.

¿Cómo nace su pasión por el interiorismo?

¡Pasión es la palabra! y eso viene desde pequeña, primero con las telas que siempre me gustaron, conseguía retales y restos de ropa para hacer vestidos a las muñecas. La belleza, la estética, el refinamiento, la artesanía... me llamaban poderosamente la atención, las cosas bien hechas, conseguir armonía donde no la había, la naturaleza con sus formas, sus colores, sus luces y sus sombras, las proporciones, los encuadres. Puede que en alguna ocasión se me tache de maniática, pero la realidad es que me gusta la belleza, y para lograrlo, una buena vía de llegar a ella es el interiorismo.

Centrándonos en la esencia de María Mezquita, ¿cómo definiría su estilo propio? ¿En qué cuestiones clave podemos identificarlo?

Espero no ser encasillada en un estilo concreto, puedo decir que mis proyectos siguen vigentes al cabo de los años, que utilizo materiales y manufacturas de buena calidad. Prefiero que se me conozca por un trabajo bien hecho, que perdure en el tiempo tanto por estética como por calidades. El ser humano lleva siglos haciendo interiores y todo está inventado. Partiendo de esta premisa, y después de hablar con el cliente, saber qué es lo que busca y entenderle, me gusta aportar mi criterio, mi conocimiento y aplicar los avances tanto en materiales como en formas de trabajo que hemos ido ganando con el tiempo, además de seguir contando siempre con artesanos y gremios cuyas tradiciones no debemos perder.

Tengo un estilo en el que pienso en el destinatario de mi obra y basándome en sus deseos aportó lo que considero que puede ser más acertado. Un estilo versátil, en el que he podido conjugar los intereses del cliente con mi criterio y adaptado a cada obra con la originalidad que le corresponde, y cuando digo originalidad, me refiero a no hacer lo mismo, ni plantear las mismas soluciones en cada proyecto. Nadie es igual y por ello los proyectos no pueden ser iguales, aunque mi estilo puede reconocerse por ser espacios bien aprovechados, con buenos materiales y una vista que dentro de unos cuantos años seguirá vigente.

Y en cuanto a Nik Nai Nuna, ¿cómo surge? ¿Cuál es el ideario que lo lleva a alcanzar el éxito en cada proyecto?

NIK NAI NUNA surge en el año 2014 y tiene su pequeña historia:

Soy de San Sebastián y siempre recuerdo con mucho cariño la casa en la que vivíamos cuando era pequeña, se llamaba NIK NAI NUNA, que en vasco significa algo parecido a “lo que yo quería”.

Me pareció un bonito juego de palabras: ¡realizo el trabajo que me gusta! y ¡es lo que escucho a mis clientes cuando termino una obra!

Bonito nombre, si... pero hace un par de años, con mucha pena, ha dejado de ser mi nombre comercial y ha quedado como nombre de empresa, he llegado a la conclusión de que mi nombre propio, MARIA MEZQUITA, más sencillo, y sobre todo más conocido después de casi 30 años en el sector, es más adecuado.

Restaurante Petit Comité, Madrid



Vivienda familiar en Mirasierra, Madrid

En cada nuevo proyecto pongo la misma ilusión y ganas que en el primero y añado mucha dedicación, esfuerzo, rigor, flexibilidad, compromiso, exigencia y actitudes que me lleven a hacer un buen trabajo.

Si tuviera que quedarse con uno de sus proyectos, ¿cuál sería el proyecto estrella? ¿Qué le hace tan especial?

Por un motivo u otro, todos los proyectos han sido especiales. Unos por bonitos, otros por difíciles, en tanto tiempo ha habido muchísimos proyectos y me producen gratos recuerdos: los que tienen una estética estupenda, los que están en sitios preciosos, los que me han tratado de manera exquisita, los que me han costado muchísimo trabajo y esfuerzo y he superado problemas, etc.

Si hago recuento, los que más huella me han dejado han sido los más complicados. Hacer el trabajo que te gusta con retos añadidos produce algunos sufrimientos, pero, una vez resueltos los conflictos, una gran satisfacción final y, han logrado que me supere, que aprenda cada día, en definitiva, tener más experiencia para hacerlo mejor en los siguientes.

Por ello no puedo hablar de un proyecto estrella, han sido todos bien resueltos y por tanto estoy contenta con todos ellos.

Dentro del portfolio del estudio, muchos son los proyectos que se han realizado en hoteles/restaurantes ¿cuáles son los aspectos más importantes a tener en cuenta en este tipo de espacios?

Están cambiando las funciones de hotel o de restaurante: cambiando y ampliando.

En un hotel ya no sólo se duerme y desayuna; se hacen distintas actividades e incluso se mezclan distintos negocios. Se están creando espacios polivalentes, de ahí que cada vez las recepciones de los hoteles sean más pequeñas y ese espacio se dedica a otro tipo de actividades, además



Vivienda familiar en Mirasierra, Madrid

de haber introducido elementos de alta tecnología que nos permite dedicar el espacio a otras actividades distintas a las clásicas de una recepción.

Los que tienen espacios al aire libre ya no los destinan únicamente a los clientes alojados, por lo que las necesidades en cuanto a interiorismo son diferentes y los clásicos salones de convenciones tienen otras utilidades.

En consecuencia, tenemos que ser ágiles y flexibles para conocer de antemano las nuevas formas de disfrutar los hoteles y restaurantes y saber adaptarnos a ellas y a las que puedan llegar.

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

Hablar de tendencias me resulta chocante, lo asimilo a moda y la moda pasa.

El trabajo bien hecho permanece, la moda se esfuma.

Podemos diferenciar entre dos tipos de hoteles: los que se hacen pensando únicamente en la rentabilidad de éste con la mínima inversión y los que cuidan todos los detalles y saben que, si la inversión es un poco más alta, el retorno será exponencialmente superior. Hoy, por desgracia, siguen haciendo hoteles demasiado básicos, con calidades mediocres, poco estilo, como dijo un gran editor textil: “fábricas de turistas”.

En los últimos años, estamos de enhorabuena porque cada vez más hoteleros aprecian que un hotel hecho con cuidado y detalle es potencialmente más rentable que otros. Por ello, cada vez vemos hoteles más confortables, donde nos sentimos muy a gusto, en los que un interiorista profesional ha sabido

darle el punto necesario para que tanto propietarios como clientes se sientan satisfechos.

Hay muchos procesos en la construcción de un hotel, pero el que se siente a primera vista es un buen interiorismo. No es el único porque debe haber todos los avances tecnológicos necesarios, personal cualificado y otros muchos factores que influyen en el buen desarrollo del negocio de un hotel, pero el que primero se detecta, y el que deja huella, es un buen interiorismo, que es mucho más que una decoración bonita. Un buen interiorismo tiene en cuenta todo lo necesario para que el hotel funcione perfectamente y que el resultado de este trabajo dure mucho tiempo.

También han realizado proyectos para restaurantes, ¿cómo difiere diseñar para hoteles de hacerlo para restaurantes?

La diferencia estriba en la particularidad de cada inmueble más que en si es hotel o restaurante. Casi todos los hoteles llevan incorporado un restaurante, unas veces básico para atender a los clientes, otras de mayor “caché” e incluso independiente del hotel. En ambos hay que presentar las mejores condiciones, la mejor estética y tener en cuenta todos los factores técnicos, muy específicos, que deben implementarse, instalaciones térmicas, cocinas industriales, exteriores si los hay, y un largo etcétera. Poca diferencia hay entre uno y otro concepto, más allá de los metros cuadrados a tratar y que en unos se vive durante unos días y en otros sólo se pasa un rato. En ambos debemos empezar por diseñar unos buenos recorridos para que el tráfico de huéspedes o comensales sea óptimo y en pensar que el propietario tiene unos intereses y nos debemos adaptar a ellos, siempre aportando las mejores soluciones.

¿Podría adelantar en qué nuevos proyectos está participando?



Restaurante Petit Comité, Madrid

En este momento tengo en proyecto un nuevo restaurante en Madrid y una asociación con una gran compañía con la que ya tenemos varias propuestas a la vista.

Acabo de terminar el restaurante Petit Comité Azca, un coqueto restaurante en una zona donde no había nada por el estilo. Ha sido un grandísimo reto poder hacerlo en estos tiempos de Covid, confinamiento incluido. Muy complicado, pero ha salido muy bien y está teniendo mucho éxito. Me alegro mucho por sus propietarios, una joven pareja, unos héroes que han podido hacer frente a la adversidad e inaugurar su segundo restaurante.

Y para finalizar y mostrar una visión de futuro, ¿hacia dónde va el sector del interiorismo? ¿Qué tendencias veremos en este segundo trimestre?

Como no podía ser de otra manera, se avanza para conjugar de la mejor manera una estética adecuada con todos los avances tecnológicos que tenemos y las nuevas formas de vida que la innovación y la pandemia han sembrado en nosotros.

Los interioristas son fundamentales en la puesta a punto de un hotel. Hay una clara diferencia entre los empresarios que han contratado a un profesional y los que no. Algunos hoteleros todavía creen que ellos lo pueden hacer y que no

es necesario contratar este servicio. Poco a poco los empresarios se han concienciado de que es una buena inversión contratar a un interiorista que les va a resolver todos los aspectos relativos al buen funcionamiento del establecimiento, incluso las grandes cadenas hoteleras tienen un equipo de diseño propio para sus hoteles estándar, pero para los singulares, contratan a un interiorista externo que siempre aportará un plus al nuevo hotel.

Y en cuanto a tendencias, seguir estando al día de todos los cambios que los tiempos nos traen y adaptarnos a ellos para conseguir éxitos para nuestros clientes.



Vivienda familiar en Mirasierra, Madrid

ESPECIAL RENOVACIÓN HOTELES & RESTAURANTES

Barandillas de aluminio, Puertas, Vallas, Cancelas, Mobiliario urbano, Pergolas, Techados, Quitamiedos, Decoración porches, Ventanas y Mosquiteras.



Classic Line



CrystalLine
rail system



Diseño, innovación y mas de 35 años de experiencia fabricando:

Distribuidor España y Portugal / info@aluminco-panel.es / +34 91 692 68 50 / aluminco.es



Guillem Mitats Forcada

DIRECTOR DE
OPERACIONES DE
GRUPO ESENCIA

«Grupo Esencia nació con una filosofía muy clara, ofrecer producto fresco, precios asequibles, servicio amable y espacios acogedores. Creemos en la experiencia 360º, dándole la misma importancia a todos los aspectos del servicio...»



Grupo Esencia es un grupo de restauración que cuenta con tres restaurantes, Agua, Tierra y Brisa. Su principal toque diferenciador es su afán por recuperar la esencia y los valores de este sector, con la ilusión de sorprender con nuevos proyectos al usuario. Guillem Mitats Forcada, Director de Operaciones de Grupo Esencia, nos concede una entrevista en la que describe el nacimiento del Grupo y cómo se han ido adaptando a la nueva normalidad.

grupo
ESENCIA

servicio amable y espacios acogedores. Creemos en la experiencia 360º, dándole la misma importancia a todos los aspectos del servicio para poder brindar experiencias únicas, siendo muy exigentes con nuestros estándares de calidad.

¿Cuál ha sido la trayectoria de expansión de los últimos años del grupo?

Grupo Esencia fue fundado en el año 2019 con la incorporación del icónico restaurante Agua, fundado en 1996. Posteriormente

Para conocer los inicios del Grupo Esencia, ¿podría comentar cómo fueron los orígenes de la insignia?

Grupo Esencia fue fundado en el año 2019. Los orígenes surgen del afán en encontrar ubicaciones emblemáticas en la ciudad condal. Espacios con carácter propio y ofertas gastronómicas mediterráneas.

¿Bajo qué criterios o filosofía se constituyó?
¿Son los mismos que siguen actualmente?

Grupo Esencia nació con una filosofía muy clara, ofrecer producto fresco, precios asequibles,



Restaurante Tierra. Foto: Grupo Esencia

KALEA
RANGE



KALEA



KALEA
PLUS

LA DIFERENCIA VA MÁS ALLÁ DE LA APARIENCIA

Diseñada para ofrecer al cliente bebidas a base de café en grano y leche fresca, Kalea Plus garantiza las prestaciones de la mejor calidad haciendo de la simplicidad un valor añadido, mientras que la versión Plus está dotada con una tecnología todavía más profesional. Una mezcla de diseño y personalización al servicio del gusto: **con la nueva gama Kalea, el verdadero sabor del café y la cremosidad del capuchino saludable están al alcance de tu mano.**



Restaurante Tierra. Foto: Grupo Esencia



Restaurante Brisa. Foto: Paz fotografía

nació el restaurante Tierra en Noviembre de 2019 y más adelante el restaurante Brisa en Julio de 2020.

En relación con la pregunta anterior, actualmente, ¿cuáles son las principales magnitudes que tiene (número de restaurantes, ámbitos territoriales, porcentajes de representación, número de empleados...)?

Actualmente Grupo Esencia cuenta con 3 restaurantes en Barcelona ubicados en la Vila Olímpica (Agua), Barceloneta (Brisa) y Eixample (Tierra). Grupo Esencia tiene en plantilla a 66 trabajadores.

Con la intención de introducirnos en el departamento de Compras de Esencia, ¿cuáles son las funciones más significativas que desempeña?

La creación de un modelo corporativo de compras que contemple la búsqueda y localización de proveedores con un horizonte de larga colaboración y relación comercial. Lealtad mutua. Prima la calidad y el servicio con precios competitivos. Realizar el seguimiento y control de la evolución de los precios.

Si nos centramos en su relación con los proveedores, ¿qué requisitos deben cumplir los productos que se integran en cualquiera de los restaurantes del Grupo Esencia?

Nuestro mayor afán es disponer de producto fresco y de proximidad. Buscamos el equilibrio entre la calidad y el precio siendo siempre muy honestos con nuestros clientes.

Y ahora, con la situación de pandemia que vivimos, ¿cuáles son los requisitos que buscan para poder ser proveedor de sus establecimientos?

No hemos cambiado nuestra política de empresa ante la situación de pandemia. Hemos intentado apoyar a todos nuestros proveedores, pues creemos en una relación de ayuda mutua.

A consecuencia de este panorama, la seguridad es una cuestión primordial en los restaurantes, ¿cómo han

reforzado el protocolo para ofrecer un establecimiento seguro frente a la COVID-19?

Hemos implementado varios sistemas de prevención y control en todos nuestros procesos. Todo nuestro personal dispone de mascarillas, gel desinfectante y control de temperatura. Tenemos mucho cuidado con la elaboración de productos para un correcto control y posterior disposición. También hemos instalado máquinas de purificación de aire y una constante ventilación de espacios interiores.

¿Podría adelantarnos en qué nuevos proyectos veremos el sello del Grupo Esencia?

Actualmente es pronto para avanzar posibles futuros proyectos pues la situación actual no es certera. Seguimos a la espera de nuevas oportunidades para seguir creciendo como grupo.

Sin embargo, Grupo Esencia pretende abrir más locales en los próximos años. Seguimos en busca de espacios singulares para brindar experiencias genuinas.

Restaurante Brisa. Foto: Pao Rao





CISA eSIGNO Contactless lock

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



Diseño elegante y compacto, tecnología versátil

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

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

Para obtener más información, visite cisa.com

PROYECTO HOTELERO

Palladium Hotel Menorca

REINTERPRETANDO LA TRADICIÓN



Inspirado en la verdadera esencia de Menorca y del mar Mediterráneo, Palladium Hotel Menorca es el segundo hotel de la marca Palladium Hotels fuera de Ibiza, tras abrir Palladium Hotel Costa del Sol en el 2019. Palladium Hotel Menorca se sitúa en un enclave privilegiado, con impresionantes vistas a la playa de Arenal d'en Castell, en la zona Este de la isla. Palladium Hotel Group ha remodelado el antiguo Fiesta Hotel Castell Playa, llevando a cabo una reconversión integral del hotel. Una reforma inspirada en la isla y donde predominan los materiales sostenibles y los tejidos y accesorios naturales.



Foto: Palladium Hotel Menorca



Foto: Palladium Hotel Menorca

Palladium Hotel Menorca es la nueva propuesta en Baleares de Palladium Hotel Group, la compañía hotelera perteneciente al Grupo Empresas Matutes que nació en Ibiza hace 50 años. Se trata del segundo hotel de la marca Palladium Hotels fuera de Ibiza, tras abrir en 2019 Palladium Costa del Sol.

Ubicado en Arenal d'en Castell, al Norte de la isla de Menorca, y a unos 20 minutos del aeropuerto y de la capital, Mahón, Palladium Hotel Menorca cuenta con una privilegiada ubicación con increíbles vistas a la bahía de Arenal d'en Castell, así como con una excelente oferta para todo tipo de públicos con opciones de todo incluido y media pensión.

La reforma de Palladium Hotel Menorca ha supuesto una reconversión integral del hotel, para mejorar las infraestructuras, que databan de los años 70, y para reposicionar el único establecimiento de Palladium Hotel Group en Menorca elevando su categoría de tres a cuatro estrellas, en la firme apuesta por la calidad que mantiene el grupo hotelero.

El anterior Fiesta Hotel Castell Playa, hotel de 3*, fue construido según proyecto de 1972. En el año 2018 se determinó llevar a cabo una reforma integral y se procedió a la reconversión del hotel.

La obra supuso la reforma y un nuevo diseño de todas las habitaciones y

zonas comunes, dejando el edificio “en esqueleto”, lo que supuso que todas las habitaciones, zonas nobles, zonas back of house y zonas exteriores, se renovasen por completo.

Una reforma inspirada en la isla en la que predominan los materiales sostenibles

Foto: Palladium Hotel Menorca

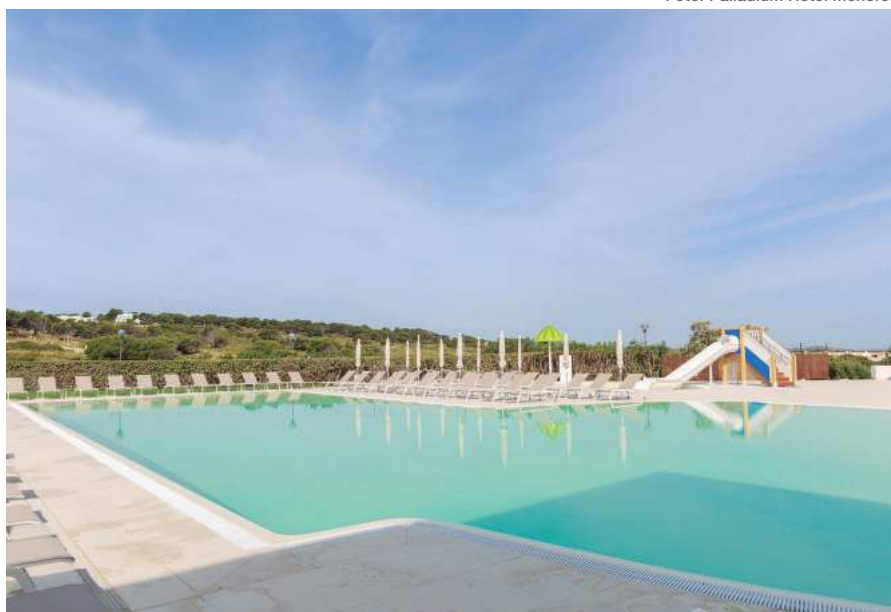




Foto: Palladium Hotel Menorca

y los tejidos y accesorios naturales, que ha recibido el Reconocimiento Honorífico al mejor proyecto en sostenibilidad y rehabilitación hotelera en España 2020, que otorga el Grupo Habitat Futura, "por su destacada contribución al cambio de paradigma en el sector hotelero aportando soluciones globales basadas en criterios de sostenibilidad".

Palladium Hotel Menorca es el hotel perfecto para descubrir la belleza de Menorca, sus pueblos pesqueros, la reserva

Foto: Palladium Hotel Menorca



BOSCH

Innovación para tu vida

Climatización bajo un aire de innovación.

Aire Acondicionado **Air Flux** de Bosch.



Beneficios:

- ▶ Máximo confort con la más alta eficiencia.
- ▶ Gran versatilidad para cualquier proyecto.
- ▶ Facilidad de instalación y control.

www.bosch-industrial.com

La nueva serie Air Flux de Bosch ofrece un sistema VRF práctico y de gran eficiencia energética con la gama de potencias más amplia del mercado.

Air Flux dispone de dos familias completas de 13 unidades exteriores cada una desde 25 hasta 90 kW, unidades interiores y sistemas de control inteligentes, así como un nuevo software de planificación.

Air Flux está indicado para proyectos de mediano y gran tamaño, como hoteles y edificios comerciales, alcanzando una capacidad de hasta 270 kW.



Foto: Palladium Hotel Menorca

Los azules, blancos, verdes agua y colores tierra nos hacen adentrarnos en la isla, en sus paisajes, sus espectaculares acantilados y sus bosques y sumergirnos en sus aguas cristalinas. Además, la reforma ha abierto al mar el hotel, permitiendo entrar la luz natural.

Respecto a U Interior Design destacar que nace como marca en 2020 del equipo de proyectos de Interiorismo de Urcoisa, con más de 10 años en el sector en los que ha liderado las reformas de numerosos hoteles de Palladium Hotel Group, y con el objetivo de poner al servicio de cualquier empresa externa todo su conocimiento en el sector del diseño hotelero.

El hotel cuenta con 264 modernas y confortables habitaciones, con cinco categorías como son Deluxe, Deluxe Vista Mar, Deluxe Superior Vista Mar, Deluxe Terrace y Suite Vista Mar. En este sentido, 116 habitaciones son de la categoría Deluxe (23-31m²), cuentan con cama king-size o dos camas individuales y un pequeño sofá cama con capacidad para 2 adultos + 1 adulto o niño.

Disponen de ducha, balcón amueblado, minibar, TV de pantalla plana, wifi y aire acondicionado, entre otras comodidades. 7 habitaciones son Deluxe Superior Vista Mar y 119 Deluxe Vista Mar (23-31m²) con vistas a la

natural S'Albufera des Grau, el casco antiguo de Ciutadella y explorar cada rincón y cala de la isla ya que está inspirado en su verdadera esencia y en el mar mediterráneo.

En este sentido, se trata del hotel ideal para disfrutar de unas vacaciones en familia o con amigos, vivir una escapada romántica en pareja y aventurarse a conocer la joya más desconocida de Baleares.

Para las familias, el hotel cuenta con espacios diseñados en exclusiva para

los más pequeños. De este modo, una de las tres piscinas que tiene tumbonas y sombrillas está dedicada a los niños, que también disponen de un club infantil de 4 a 12 años, en el que disfrutar de una oferta de entretenimiento específica para ellos.

Su diseño tiene guiños constantes a la tradición menorquina reinterpretados de una forma contemporánea y es una perfecta propuesta para el descanso puesto que el interiorismo del equipo de U Interior Design evoca sensación de tranquilidad y relax.

Foto: Palladium Hotel Menorca



Foto: Palladium Hotel Menorca



bahía de Arenal d'en Castell, y todas las características y comodidades de las habitaciones Deluxe. 16 habitaciones están dentro de la categoría Deluxe Terrace (23-31m²), que cuentan con una amplia terraza amueblada de 16.6 m² con bañera de hidromasaje. Incluyen todas las características y comodidades de las habitaciones Deluxe. Y, por último, 6 Suites Vista Mar (49m²), que disponen de una cama king-size y un sofá cama, permite una capacidad de 4 adultos o 2 adultos + 2 niños, así como una cuna. Además, incluye un salón separado así como todas las comodidades y características de las Deluxe Rooms.

En cuanto a la gastronomía, está concebido para disfrutar de una rica cocina internacional y también de platos tradicionales de Menorca y de las Islas Baleares en su restaurante Sa Barca, especializado en showcooking, y que tiene unas privilegiadas vistas. El restaurante cuenta con proveedores locales y con referencias gastronómicas de las islas en sus cartas, en las que



Foto: Palladium Hotel Menorca

encontramos una selección de vinos de la zona, productos como la pomada, queso de Mahón, embutidos y bufet de postres baleares. En esta línea, el hotel lleva a cabo, el hotel lleva a cabo una noche temática Balear a la semana

en el restaurante Sa Barca. Palladium Hotel Menorca tiene, además, tres bares: Gregal Bar, Shake it! Pool Bar, para disfrutar de un cóctel o una bebida refrescante entre chapuzón y chapuzón, y Sa Pomada.



ALFOMBRAS
Y MOQUETAS
RUGS & CARPETS

Alfombras Veo Veo, 30 años de vanguardia en diseño, empresa líder en el mundo que fusiona suelos (alfombras y moquetas), creando espacios y nuevas experiencias, desde la fabricación de

Alfombras de alta calidad, manuales realizadas en pura Lana Virgen de Nueva Zelanda 100% y sedas, hasta materiales reciclados y reutilizados; una fabricación de alfombras responsable con el entorno, las personas y el medioambiente.



A lo largo del tiempo, atendiendo a las necesidades de nuestros clientes, interioristas, arquitectos y particulares, nuestra principal producción se ha ido convirtiendo en la fabricación de alfombras personalizadas, tanto en diseño, en medida y forma ya que el cliente cada vez demanda más calidad, diseño y exclusividad.

Todos nuestros productos están diseñados y producidos en CEE.

Pilar García de Gonzalo

Interiorista de Palladium Hotel Menorca



De izquierda a derecha: Pilar García de Gonzalo, Directora de Interiorismo, Laura Huerta Fernández, Interiorista Senior, Evelien Korte, interiorista, y en el centro Silvia Guzmán Talavera, interiorista. U Interior Design. Foto: Alejandro Cabrera. En Casa Decor 2021

El Palladium Hotel Menorca es una reforma de un anterior establecimiento, aumentando una estrella en su categoría, ¿qué principales condicionantes ha tenido la reforma integral del hotel?

Debido a que es un hotel de mediados de los años 70 y se planteaba una reconversión completa, se llevó a cabo la reforma integral de todos los elementos que no eran estructurales, para una vez terminada la rehabilitación, rehacer todas las habitaciones, zonas nobles y zonas de servicio.

El hotel se encuentra ubicado al Norte de la isla menorquina, ¿cómo ha influenciado su situación en su diseño e interiorismo?

La costa norte de Menorca es la menos frecuentada pero no por ello menos atractiva, más bien todo lo contrario.

Aquí nos encontramos formaciones rocosas de pizarra y arcillas rojizas, playas de arenas doradas y un color del mar que varía entre el azul intenso y el verde agua. En todos estos colores y texturas nos hemos inspirado para diseñar el interiorismo del hotel.

Según indican desde la marca el hotel se ha inspirado en "la verdadera esencia de Menorca y del mar Mediterráneo". En este sentido, ¿cómo definiría el diseño que se ha escogido para este proyecto?

El concepto del proyecto es un estilo mediterráneo contemporáneo y

fresco que transmite una sensación de calma, tranquilidad y relax. Nos hemos inspirado en la tradición menorquina: visillos blancos, madera recuperada, piedra local, cerámica hecha a mano, artesanía.... Un hotel con alma local pero reinterpretado de una manera contemporánea.

Por su privilegiada ubicación, con vistas panorámicas al mar, era muy importante la relación del proyecto con el Mediterráneo así que en todas las zonas comunes abrimos unos grandes ventanales que permiten una gran entrada de luz natural y conexión visual directa con el mar.

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

Como comentaba antes, hemos reinterpretado de una forma contemporánea el estilo mediterráneo en lo que se refiere a mobiliario, revestimientos, decoración e iluminación.

El mobiliario que hemos seleccionado es de líneas modernas, pero siempre

Foto: Palladium Hotel Menorca



mezclados con tejidos y accesorios naturales.

También las cerámicas que hemos usado en todas las zonas comunes y baños de habitaciones recuerdan a las hechas a mano por los artesanos de la isla.

La Iluminación la hemos mezclado, conviven lámparas de rafia natural con otras geométricas de estilo contemporáneo, dependiendo del efecto que queremos conseguir en cada área.

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

La relación con el entorno, en este caso la isla de Menorca y sobre todo criterios de sostenibilidad. En este sentido siempre hemos estado muy en línea con el proyecto de arquitectura que ha recibido el Reconocimiento Honorífico al mejor proyecto en sostenibilidad y rehabilitación hotelera en España 2020, que otorga el Grupo Habitat Futura.

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

En las zonas comunes el mármol porque es un material sostenible y

Foto: Palladium Hotel Menorca

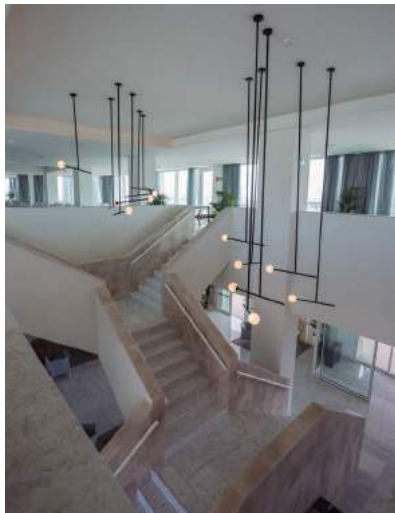


Foto: Palladium Hotel Menorca

sobre todo atemporal, lo utilizamos siempre en todos nuestros proyectos. En la zona de habitaciones los suelos de tarima vinílica por su durabilidad y buen mantenimiento, aparte de que también es un material 100% reciclable y libre de tóxicos.

Respecto a los espacios que nos podemos encontrar en el hotel, ¿cuáles son aquellos más destacados por su interiorismo?

Sobre todo, el lobby bar que destaca por una decoración típica de las Islas Baleares con textiles, papeles pintados y celosías que representan la artesanía, la gente y la arquitectura.

Hablemos de las texturas y colores de todo el establecimiento. ¿Podría señalar cuáles son los más significativos en este proyecto?

En la zona de habitaciones la paleta de colores es de azules y blancos en textiles que aportan frescura y luminosidad junto con maderas claras que aportan naturalidad. En zonas comunes además hemos usado colores tierra como los de las arcillas del norte de la isla y tonos verdes.

En cuanto a texturas hemos usado, la piedra, la madera, la cerámica, el lino y algodón, también el mimbre y el ratán.

Foto: Palladium Hotel Menorca





Foto: thinkIN - The Company for Tourism

Software y programas de gestión

AHORA MÁS QUE NUNCA

El sector hotelero español cada vez es más consciente de que la única vía para poder competir es la implantación de soluciones de software centralizados. Además, con la aparición de la COVID-19 los establecimientos han tenido que enfrentarse a grandes cambios en su manera de gestionar y hacer negocio, y para ello, la digitalización del sector se acelera para adaptarse y dar respuesta con ella a estas nuevas conductas establecimiento-cliente que llegan tras reabrir el sector turístico en la 'nueva normalidad' de convivencia con el coronavirus.

Actualmente nos encontramos en el paradigma de la información claramente marcado por una cantidad abrumadora de datos de interés fugaz. “En este entorno, donde las claves son la velocidad y la captación de información relevante, los sistemas de gestión se hacen imprescindibles para poder manejarlo de una manera eficaz y eficiente”, puntualiza José Manuel de Armas Reyes, Experto de Marketing Digital en thinkIN. En relación a este tema, actualmente cualquier empresa, por pequeña que sea, necesita optimizar sus procesos y reducir costes y, sin duda, la mejor ayuda para ello es un buen software de este tipo.

Además, “durante la pandemia la mayoría de las empresas de todos los sectores vieron la necesidad que tenían de una transformación digital y poco a poco tendrán que incluir nuevas infraestructuras y adaptarse a las nuevas tendencias que se han puesto de manifiesto en este último año, tanto a nivel comercial como de funcionamiento interno”, precisa Ana Pérez, Ingeniera Superior de Informática en Landín. Igualmente, Héctor Martín, VP de Ventas Globales en Voxel, destaca que los grandes grupos cuentan con softwares más potentes, como podría utilizar cualquier multinacional en otro sector. “Las empresas medianas y pequeñas también

usan softwares de gestión, aunque más modestos y adaptados y dimensionados a sus necesidades y tamaño de negocio”.

Igualmente, cabe tener presente que estamos en un mundo de cambio constante gracias a la era de las nuevas tecnologías, por las cuales estamos en una carrera frenética por actualizarnos. “Desde que se inicia la tecnología contemporánea allá por los 90’s ya se empiezan a ver grandes innovaciones en sistemas de gestión, la evolución es constante y no tiene límites. Pero, como decía anteriormente, aunque existen múltiples sistemas de gestión que han demostrado eficiencia y actualización constante, aún muchas/os tienen miedo a dar el paso”, clarifica José Manuel de Armas Reyes. A lo que añade Jorge C. Juárez Ayuso, Director General de Sighore, que la evolución tecnológica en pocos años ha sido brutal en toda la sociedad. “Lógicamente en los sistemas de gestión también han vivido esta evolución, con sistemas más accesibles desde la nube y, por supuesto, de poder disponer de mucha más información rápidamente para poder ver la evolución de los negocios”.

Podríamos decir que el software de gestión es un mercado ya maduro, “ha habido una concentración de fabricantes de ERP, 5 fabricantes copan el 80% del mercado. Solo aquellas empresas que siguen trabajando con softwares de gestión obsoletos no han podido conseguir ser ‘data driven’. El dato único es primordial para la toma de decisiones con información fehaciente”, analiza Alberto Vera-de-Decker, Market leader Hospitality & Travel at Inetum. “La principal función de un software es ayudar en la gestión empresarial, así que podríamos afirmar que estamos en un momento de alta necesidad de software por parte de las empresas”, concreta Esther Zerbst, Gerente de Informática3.

No obstante, actualmente, la pandemia de la COVID-19 ha modificado la situación del mercado y muchos clientes han tenido que interrumpir sus operaciones. En relación a este



Foto: Crambo

tema, Frede Palmés Combalia, Departamento de Marketing de Engissoft, confirma que algunos hoteles gracias a esta interrupción han aprovechado para realizar reformas en sus hoteles y otras inversiones en tecnología. De este modo, la evolución no se ha estancado con la pandemia. “Ha sido un tiempo que las empresas de software han aprovechado para continuar desarrollando sistemas que, una vez acabada la crisis de la COVID, puedan ayudar a remontar el trabajo de los establecimientos hosteleros con total normalidad y más eficacia”, corroboran desde Acigrup. “Durante la pandemia la mayoría de las empresas de todos los sectores vieron la necesidad que tenían de una transformación digital y, poco a poco, tendrán que incluir nuevas infraestructuras y adaptarse a las nuevas tendencias que se han puesto de manifiesto en este último año, tanto a nivel comercial como de funcionamiento interno”, añade Ana Pérez.

Así pues, se ha observado que cada vez más, “las empresas buscan softwares de gestión que, más allá de ayudarles a gestionar propiamente el negocio, sean capaces de integrarse con otras herramientas específicamente diseñadas para optimizar procesos concretos a los que los propios softwares de gestión no llegan. Un ejemplo de esto es la digitalización de los procesos de back office de los negocios”, especifica Héctor Martín. Asimismo, Arianna De Oliveira, Brand Marketing & Sales Manager de Storyous, observa que cada vez son más los establecimientos de hostelería que tienen que modificar su operativa para ser más eficientes y ofrecer un mejor servicio a sus clientes.

Así, y debido a esta demanda de las empresas y con la necesidad de poder facilitar el trabajo, “los sistemas de gestión han ido evolucionando en función de las peticiones del mercado e incluso anticipándose a ellas, comenzando por simples sistemas de gestión de inventarios hasta llegar a gestionar todas y cada una de las funciones de una empresa como relación con los clientes, producción, finanzas... Se ha conseguido que en el presente podamos acceder a la información de nuestra empresa desde cualquier lugar y desarrollar nuestro trabajo utilizando cualquier dispositivo”, define la Ingeniera Superior de Informática en Landín.

Hoy día, la tecnología, es la aliada estratégica para superar la crisis. Sin duda, “la transformación digital ha cambiado lo que conocemos como restauración. Un buen software de gestión es la herramienta tecnológica que permitirá ser

Foto: Gruphotel



LA NUBE: UN ESPACIO SEGURO

Actualmente, nos encontramos ante una nueva generación en la experiencia del viaje, que consistirá más en una cuestión de profundidad y de detalle, que de amplitud de información para el viajero. Hablamos de un viaje más colaborativo, a través de la aplicación de tecnologías actuales y futuras, que permiten la interacción de las personas y la transmisión más fluida de la información. Las comunidades virtuales, Internet y los expertos conformarán un sistema de información más colaborativo que el modelo de comunicaciones que predomina en la actualidad.

De esta manera, podemos asegurar que la nube, hace tiempo que llegó para quedarse. “Son muchas las ventajas que se ponen de manifiesto cuando hablamos de tener nuestro PMS o cualquier otra cosa en la nube, y creo que hace tiempo que dejó de ser algo a cuestionarse. Como mucho, según la tipología de hotel o la zona donde está enmarcado, es algo a meter en el ‘roadmap’ de nuestra Transformación Digital Hotelera”, concreta Miriam Perera Molowny, Directora de Marketing y Socia en Noray.

“Hoy ya casi todas las empresas utilizan internet para desarrollar su negocio y muchos de los datos que se gestionan a través de internet son importantes y confidenciales, por lo que hay que tomarse la seguridad muy en serio. Una gran parte de las pequeñas y medianas empresas no destinan suficientes recursos a la seguridad online”, especifica José Manuel de Armas Reyes, Experto de Marketing Digital en thinkIN.

En este sentido, añade que es importante tener en cuenta cuestiones como mantener los sistemas actualizados, proteger los correos electrónicos, detectar malware o software malicioso, contar con protocolos de aislamiento en caso de que algún equipo esté infectado y disponer de sistemas de recuperación (copias de seguridad en la nube, etc.). “Éste es un tema muy extenso y muchas veces poco conocido. En el sector del turismo, los datos más importantes que manejan las empresas son los datos personales de los huéspedes y el número de tarjeta de crédito que se utilizan para la reserva. Estos datos son susceptibles de recibir ataques para intentar sustraerlos”, analiza Frede Palmés Combalia, Departamento de Marketing de Engissoft. En este aspecto, “lo más importante es tener una buena política de gestión de la información, con procedimientos que garanticen la seguridad de todo el sistema. La ciberseguridad es algo que cada vez preocupa más y la tendencia es que las empresas inviertan más recursos tanto en sistemas como en personal”, define Héctor Martín, VP de Ventas Globales en Voxel.

Para conseguirlo desde Engissoft consideran que lo primero y más imprescindible es una formación a nuestro personal. “La seguridad de los datos empieza por cada trabajador. Especial énfasis en los correos electrónicos. Lo segundo será tener un plan de seguridad para cumplir con la LOPD en el tema de los datos personales y para poder cumplir las normas PCI DSS para el almacenamiento de tarjetas. En los 2 puntos anteriores es necesario que las aplicaciones que gestionan los datos sensibles, como por ejemplo el PMS, tengan herramientas para ayudar a cumplir estas normativas, como la encriptación del número de tarjeta”. En este aspecto, la seguridad de los datos y de los sistemas son importantísimos, “con las aplicaciones expuestas a los clientes para que ellos mismos puedan realizar parte de los procesos, el teletrabajo o la implantación en clouds públicos de las aplicaciones, es requerido tener un marco de Ciberseguridad proactivo y no reactivo. Tener un doble factor de autenticación de usuarios, una VPN o sistemas de seguridad perimetral para parar el ataque de BOTs o el cifrado de los datos, documentos y transacciones”, analiza Alberto Vera-de-Decker, Market leader Hospitality & Travel at Inetum. Por ello, Ana Pérez, Ingeniera Superior de Informática en Landín, opina que es necesario invertir en seguridad e incorporar a las empresas sistemas fiables que garanticen el cumplimiento de todas las normativas en esta materia. “Evidentemente, para proteger nuestros datos debemos contar siempre con un buen antivirus que vigile todo nuestro tráfico en la red, pero esto no nos exime de ser cuidadosos con el manejo que hacemos de los sistemas y de la información”.

Actualmente, los modelos de trabajo nos hacen más vulnerables ante ataques, “pero hay que tener en cuenta que la infraestructura de la nube está altamente protegida ya que los proveedores de estos servicios realizan auditorías y monitorizaciones continuas para corregir de inmediato cualquier comportamiento anómalo y los controles de acceso son muy estrictos”, define la Ingeniera Superior de Informática en Landín. En este punto, desde Noray consideran que el sector lleva tiempo ya entendiendo que la ciberseguridad no es algo a no tener en cuenta, y mucho menos a subestimar. “Creo que también se está empezando a entender que no se puede abordar como un problema parcial o puntual y que todo negocio hotelero debe contar con dos cosas básicas en este ámbito: una estrategia clara junto a un plan de acción anual al respecto y personal cualificado, de verdad, para el diseño, ejecución y seguimiento de esos planes mencionados (preferiblemente con personal interno del hotel)”.

Así pues, Luis Miguel González, Technical Manager de Millenium Soft, destaca que es tan necesario poder acceder a tus datos desde cualquier ubicación como hacerlo en modo seguro y sin riesgos. “La nube ayuda a poder llegar a tus datos como una tecnología más que ofrece la gran autopista de información que es internet”.

En conclusión, “la nube no es una tendencia, es un facilitador para que las empresas no tengan que preocuparse de un hardware y puedan invertir esfuerzos en su negocio que es gestionar y vender habitaciones y mesas cubriéndolos de una serie de servicios que los transforman en experiencias”, determinan desde Inetum.

más eficientes, atractivos, rentables, y también sostenibles a los restaurantes”, expone Arianna De Oliveira. “Vivimos una explosión de soluciones y necesidades que confluyen en un mejor servicio para los clientes y ahorros de costes para los hoteleros y restauradores”, añade Miguel Ángel García Manchado, VP Innovation & Special Projects de Crambo.

Además, el sector hotelero tiene algo de camino recorrido por la naturaleza de los mismos ya que de uno u otro modo ha tenido que buscar un modo de gestión. “Esta búsqueda termina convergiendo en la implantación de un sistema de gestión completo por lo que nos encontramos en un buen momento para el mercado, a pesar de los miedos generados por la incertidumbre con la pandemia”, especifica José Manuel de Armas Reyes. “En línea con el avance tecnológico digital se está buscando la automatización de procesos, la facilidad para el cliente, y la máxima integración de todos los servicios y gestiones de la unidad de negocio”, expone Jesús López, Sales Executive Manager Greensoftware.

Así pues, podemos decir que se trata de un sector maduro, un commodity en cualquier establecimiento hotelero o cadena. “Eso supone que las empresas de software hotelero estemos actualmente trabajando en partes concretas de los PMS que contengan valor competitivo real. Hablamos de funcionalidades concretas como el análisis de los datos y su

uso de forma predictiva o la inteligencia artificial como clave para la búsqueda de la máxima eficiencia, especialmente en control de costes, etc.”, analiza Miriam Perera Molowny, Directora de Marketing y Socia en Noray.

Además, destaca que tienen claro, desde hace tiempo, que ya no vale con tener un buen PMS para afrontar los retos actuales del sector hotelero. “Éste debe ser un ERP en toda regla (all-in-one) que funcione como el corazón de la transformación digital del hotel o cadena, protegiendo y optimizando lo más preciado que tienen estos sistemas: los datos”. Por ese motivo, Frede Palmés considera que los principales factores son la conectividad con los Channel Managers y software de Revenue. Pero además de las ventas busca soluciones de gestión que aparte de proporcionar esta conectividad gestione eficientemente el Front Office y sin descuidar el Back office. “Tras la COVID-19 será muy importante las aplicaciones de auto check-in y check-out, abrir puertas y pagos online para el pago de facturas, chat entre huésped y recepción para que el propio cliente pueda autogestionar su estancia. También resaltar que ha habido cambios sobre la normativa de pagos PSD2, para la aceptación de pagos seguros”.

Por otro lado, Arianna De Oliveira destaca que, en el ámbito de los TPVs, la evolución ha sido muy importante. “Las cajas registradoras tradicionales pueden parecer piezas de

Foto: Greensoftware

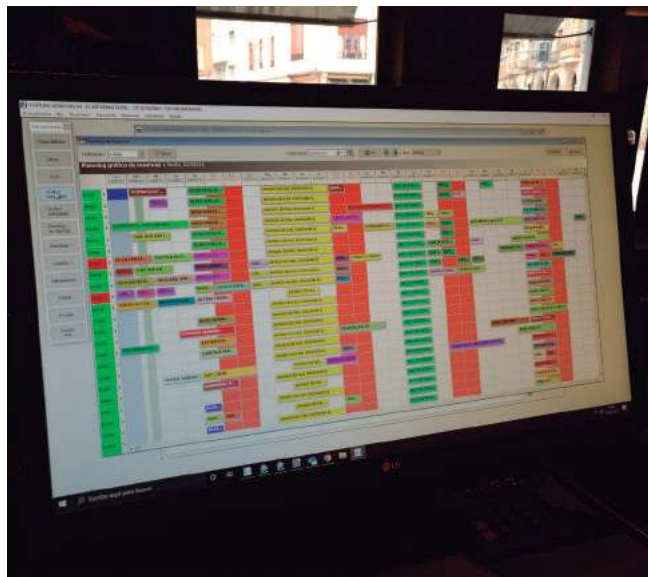


Foto: Informàtica3





Foto: Redforts

museo a los ojos de las jóvenes generaciones, pero aún son la realidad cotidiana para un porcentaje alto de los negocios españoles que se resisten a dar el paso de la digitalización”. El Software TPV, gira en torno a su objetivo principal, que no es otro que gestionar y procesar las ventas. Sin embargo, con el paso del tiempo y debido a las nuevas inquietudes de tener un control total sobre el negocio, hoy día va mucho más allá. Por ejemplo, detalla que un Software TPV en la nube percibe de inmediato varias ventajas. “La primera de ellas está relacionada con el tiempo de atención, pues estos sistemas son más ágiles que la caja registradora. Otro de los beneficios está relacionado con los reportes de las ventas y ganancias, el control de inventario, llevar los registros contables, alertas de compra de productos en cantidades mínimas, rendimiento de empleados... Hoy día se han incorporado funcionalidades que simplifican estas tareas y las realizan en línea con acceso remoto, lo que hace la vida más fácil a aquellos hosteleros

Foto: Sighore



que se han decidido a olvidar la caja registradora y pasar a un software TPV”.

Igualmente, desde Voxel han observado que, cada vez más, estos sistemas se plantean en entornos abiertos (open source) y que, gracias a la integración con soluciones de terceros, añaden más capas de servicios a su funcionalidad principal: la gestión del negocio. En consecuencia, “se crean ecosistemas de soluciones tecnológicas, que permiten digitalizar otros procesos como, por ejemplo, la facturación electrónica, los pagos B2B, la gestión con proveedores...”.

Por otro lado, la hiperconexión es la mayor evolución de los sistemas. “Ahora es impensable considerar la tecnología como soluciones aisladas. Todas convergen hacia el ‘gestory’, hacia el cliente de manera irremediable”, define Luis Miguel González, Technical Manager de Millenium Soft. En este aspecto, Miriam Perera concreta que lo que ha cambiado principalmente es el soporte tecnológico que lleva detrás ese objetivo (uso de la inteligencia artificial, por ejemplo) o la importancia relativa de esas cuestiones para ser competitivos (el customer experience actualmente es clave en cualquier estrategia de marketing hotelero) e incluso para sobrevivir (el control de costes actualmente puede marcar la diferencia entre poder seguir adelante o no, con el negocio hotelero).

En definitiva, el mercado está cambiando, tratando de adaptarse a los nuevos tiempos que nos llegan. Y, como se ha visto, “uno de los grandes cambios es la digitalización, imprescindible para cualquier tipo y tamaño de negocio. El establecimiento se preocupa de dar el mejor servicio a sus clientes, de estar actualizado, e investiga nuevas tecnologías y tendencias, esto nos ayuda (a los desarrolladores) a estar alerta sobre novedades y posibles actualizaciones del software para hacerlo más potente, intuitivo y ágil”, determina Mariola Molina, Directora Comercial de Gruphotel.

Un nicho muy específico

El mercado por excelencia es el hotelero, esto se debe, en gran medida a que “la gran cantidad de datos y procedimientos que incorpora un hotel son amplísimos, y por ello es toda una oportunidad para elevar los hoteles al siguiente nivel”, indica José Manuel de Armas (thinkIN). Algo que comparte Frede Palmés (Engisoft), destacando que la hostelería y la restauración son dos sectores que el uso de la tecnología les va como anillo al dedo. “Esto añade valor al servicio, por sus grandes ventajas. Mayor seguridad para el usuario al evitar interacciones físicas y más eficiencia en las operaciones de las empresas de estos sectores”. “En concreto éstos han visto la necesidad de incluir sistemas que les permitan ofrecer sus servicios con un menor contacto humano, tal como sistemas de check-in automáticos en el caso de los hoteles o el delivery en el caso de la restauración”, analiza Frede Palmés (Engisoft). Además, hay que tener en cuenta que el sector de la hostelería y restauración han sido los más afectados por la pandemia, aun así “nos hemos encontrado con un sector dispuesto a implementar nuevas soluciones, con el hándicap que durante la pandemia sus ingresos han sido nulos o mínimos. El sector

ha implementado en masa estos procesos escuchando las demandas de los clientes. Además, estos cambios les han permitido agilizar, automatizar y conocer mejor a los clientes”, indica Alberto Vera-de-Decker (Inetum).

La tendencia actual dentro del mercado es obtener un software que permita digitalizar todos los procesos de gestión realizados manualmente. “Ciertamente el mercado español es un mercado satisfactorio para este tipo de herramientas, ya que en el día a día los hosteleros deben cumplir con una serie de procesos que teniéndolos digitalizados podrán ahorrar mucho tiempo y dinero”, evidencia Arianna De Oliveira (Storyous). De este modo, “el hostelero ha visto la necesidad y se preocupa por cumplir escrupulosamente con las normas, apoyándose en las nuevas tecnologías y herramientas novedosas”, concreta Mariola Molina (Gruphotel).

No obstante, aunque es verdad que muchos negocios en los sectores de la hostelería y la restauración ya usan softwares de gestión para el control de su negocio, aún hay muchas empresas, sobre todas las más pequeñas, que no encuentran en el mercado una solución que se adapte y encaje con sus necesidades. “Muchas de estas empresas todavía tienen mucho camino por recorrer en cuanto a la automatización de procesos y adopción de herramientas que les ayuden a gestionar su negocio. En este sentido, les es difícil encontrar una solución tecnológica que les encaje



Foto: Voxel

tanto a nivel económico, pero también a nivel técnico y de implementación”, determina Héctor Martín (Voxel).

Gestión y COVID-19

Para nadie es un secreto que la hostelería es uno de los sectores más impactados por la pandemia. Por ello, “tras la llegada de la COVID-19, las empresas de software se han tenido que plantear nuevas estrategias de venta y enfocarla a nuevos desarrollos que facilitaran la reapertura de los establecimientos hosteleros colaborando con las nuevas normativas”, precisan desde Acigrup.

{H} GreenHotel

El software para la gestión hotelera integral

Nos gusta escuchar a los clientes para adaptar nuestras soluciones a sus necesidades

Descubre más de **GreenHotel**

- Front-Office & Back-Office
- Plannings
- Dirección: Producción, Revpar, etc.
- Yield & Revenue
- PSD2 & cobros a tarjeta
- Auto check-in
- BI
- CRM
- Enlace a contabilidad
- Auditoría interna
- Estadísticas
- Generador de informes
- Gobernanta y mantenimiento
- Salones y eventos
- Control de almacén
- Y mucho más...

{Cloud} GreenHotel.Cloud

El complemento perfecto para GreenHotel



Accede vía web a **GreenHotel** desde cualquier lugar y dispositivo



Producción e informes



Control de disponibilidad



Planning de reservas



Planning de clientes



Y mucho mas...

Soluciones que complementan GreenHotel

{D} GreenRestaurant

TPV, App comandas, impresión en cocina, almacén, escandallos, etc.

{ID} GreenScan

Agiliza el check-in y evita errores escaneando los docs. de identidad

{C} GreenChannel

Gestiona tu oferta y las reservas, en nuestro motor o un channel

{W} GreenSpa

Reservas, gestión de personal, instalaciones, almacén, etc.



Foto: Storyous

En este sentido, es un hecho que la digitalización se ha acelerado en todos los aspectos, y los negocios han tenido que adaptarse rápidamente a estas necesidades que marcan la nueva normalidad. “El que antes no tenía página web ahora la tiene con delivery y take away, el que no tenía presencia en redes sociales, se ha abierto una cuenta en todas las plataformas, y el que antes tenía una caja registradora se dio cuenta que necesita tener el control de su negocio a un clic”, concretan desde Storyous. De esta manera, actualmente con más razón que nunca, “la tecnología es el gran aliado del hotel. Aquéllos que en su día apostaron por soluciones tecnológicas en la nube han podido comprobar cómo era posible el teletrabajo. Además, las soluciones de check-in online, proporcionan herramientas para el hotel para disminuir la interacción física, pero aumentando la satisfacción del cliente”, definen desde Engisoft.

De igual manera, Jan Korstanje, CEO de Redforts, considera que los sistemas de software de gestión ya eran imprescindibles para asegurar el máximo rendimiento económico. “Ahora con la COVID-19 los sistemas de gestión han añadido funciones que trasladan acciones de recepción al huésped, como check-in online, pago online y la venta de extras. Estas funciones, además de dar seguridad al huésped en términos sanitarios, hacen posible un ahorro de tiempo, facilitando otro mecanismo para aumentar la ganancia”. Asimismo, desde Inetum destacan que la COVID-19 ha hecho que las empresas requieran publicar partes de sus sistemas a los clientes para poder realizar procesos desatendidos, como puedan ser el check-in/out de un hotel, el pedido en una mesa de restaurante, el pago de la factura..., son procesos que ya se empezaba a gestionar y la COVID-19 ha acelerado e incluso impuesto. De este modo, desde Voxel añaden que si la digitalización ya era importante antes de la pandemia, en la nueva normalidad es imprescindible y no solo para reducir el contacto y contribuir a la distancia social. “Los softwares de gestión son ahora imprescindibles para tener un mayor control del negocio. Gracias a la tecnología que nos ofrecen los softwares de gestión, las empresas pueden tener un control exhaustivo no solo del front-office, sino también del

back-office. Y con back-office me refiero al stock, la recepción de mercancías, la relación con proveedores, la facturación y el pago y todo lo que repercute directamente en el cash-flow de la empresa”.

No obstante, y siguiendo con este punto, desde thinkIN opinan que realmente la COVID-19 no ha supuesto otra cosa, a nivel empresarial, que un replanteamiento de las prácticas y procedimientos que se estaban desarrollando de manera casi mecánica. “Para el sector hotelero ha sido especialmente revelador, pues el turismo se ha limitado bruscamente, por lo que es el momento perfecto para pararnos a pensar en todo aquello que queremos mejorar y es aquí donde automatizar procesos del hotel, ahorrar tiempo y evitar el error humano, al fin, tiene la atención que merece”. Así pues, “se han convertido es una necesidad añadida que aporta valor al proceso. Podemos aumentar los canales de comunicación directos al cliente y llegar más rápido”, indican desde Millenium Soft.

Con ello podemos confirmar que la realidad es que el control del coste o la digitalización de procesos, todo ello como parte de una gran revolución digital en el sector hospitality, ha llegado para quedarse. Por supuesto, “también como herramienta ‘must’ de cualquier estrategia actual de ‘customer experience’ dentro del establecimiento hotelero o cadena. La realidad es que la transformación digital del sector ha llegado para quedarse, y esta vez no hay ninguna otra opción si buscamos sobrevivir en una situación tan compleja como la actual”, indican desde Noray. Además, desde Voxel añaden que según datos recogidos por baVel, “las pérdidas generadas por un mal control de las materias primas, por ejemplo, puede suponer tener beneficios o no tenerlos en restauración y hostelería. Con lo que digitalizar los procesos de back-office tiene un impacto directo en el cash-flow de la empresa y en su capacidad de crecer y escalar. La digitalización es una ventaja competitiva frente a empresas similares y en la era poscovid marcará la diferencia”.

De este modo, desde Storyous consideran que la digitalización es una ola, en la que tarde o temprano todos tendremos que montarnos y aprender a surfearla. “Los sistemas de gestión

Foto: Noray



se han convertido en imprescindibles en esta transformación digital que hará que el restaurante gane control, rapidez en el servicio, pero sobretodo, maximizar la rentabilidad del negocio”.

¿Qué tipos existen?

Los softwares de gestión hotelera intentan dar respuestas a las necesidades de gestión y las diferencias fundamentales estriban en cómo se dan esas respuestas. “Hace años los sistemas de gestión intentaban dar una solución global, pero los negocios son muy complejos y tienen muchas aristas, sobre todo en hostelería y restauración donde hay casuísticas muy variadas. Es muy difícil que un sistema te ofrezca una solución optimizada a todo”, determina el VP de Ventas Globales en Voxel. Algo que comparte la Ingeniera Superior de Informática en Landín, exponiendo que en el mercado existen infinidad de sistemas de software que nos permiten gestionar cualquier tarea que nos imaginemos. “Tenemos, por ejemplo, aplicaciones de ofimática que ayudan en las tareas básicas de oficina, software empresarial para gestionar productividad y todo lo relacionado con su función, software educativo para el aprendizaje de cualquier tema, sistemas médicos para ayudar en diagnósticos, etc.”.

Así una clasificación que podemos encontrar, según detalla la Directora de Marketing y Socia en Noray, sería la

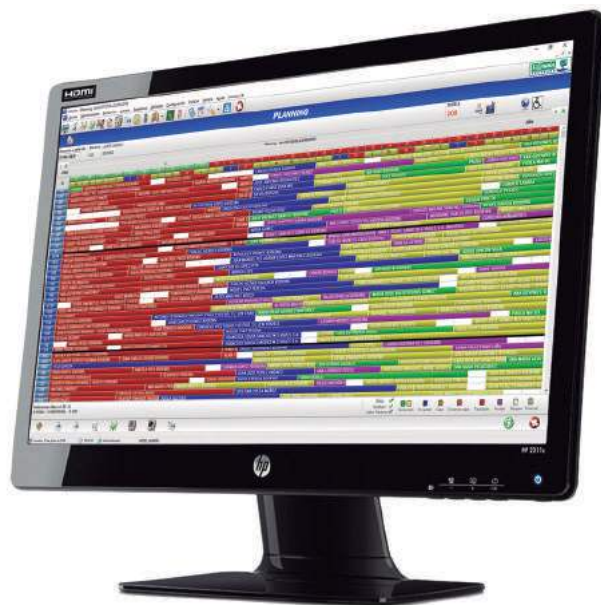
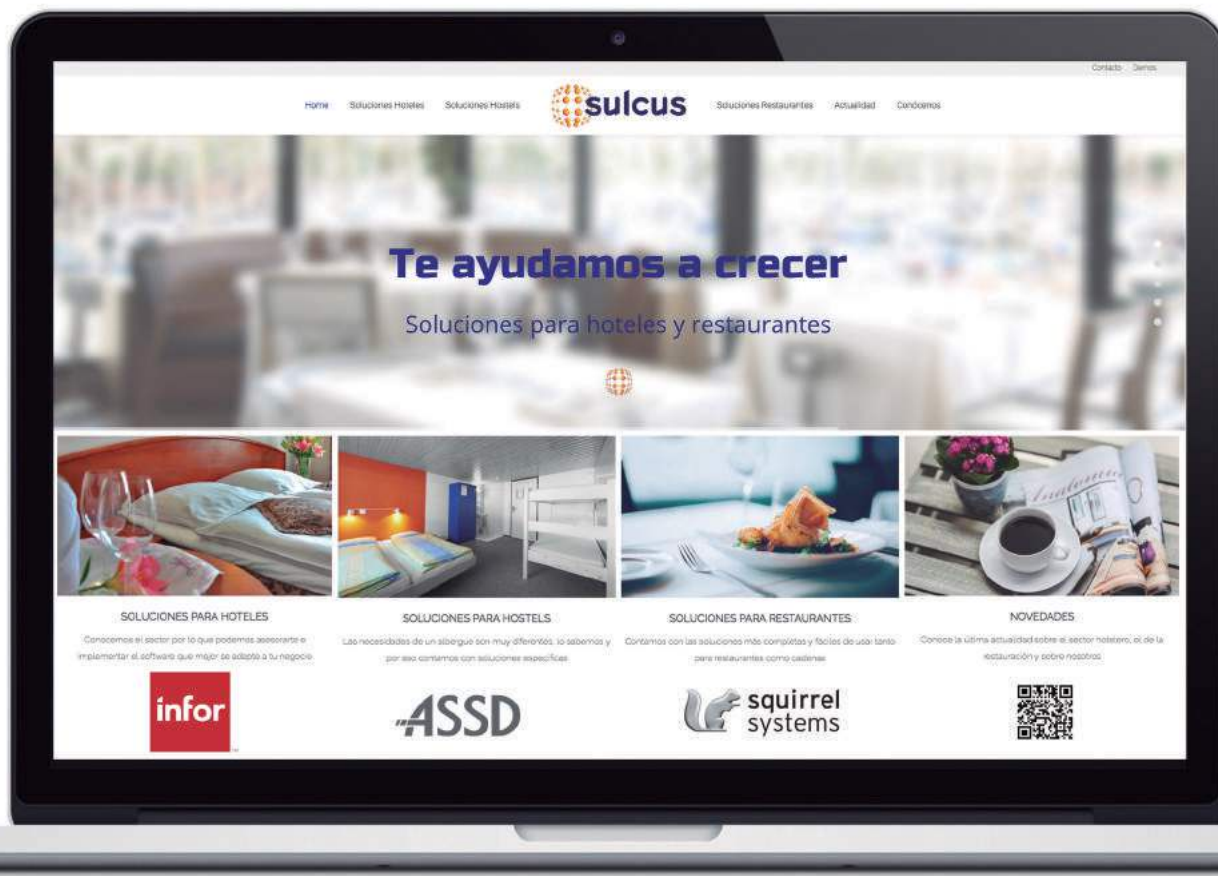


Foto: Landín

segmentación en grandes grupos de programas de gestión hoteleros en el mercado:

Productos específicos: son todos aquellos programas que permiten gestionar una parte específica del negocio hotelero. Por ejemplo, un CRM o un BI.



Productos de gestión limitada: en este caso, se trata del típico PMS cotidiano que cubre los departamentos más básicos de un negocio hotelero, como Recepción o Reservas. Estos productos tienen un enfoque operativo y transaccional y en ningún caso estratégico.

Producto de gestión integral: son los PMS modernos. Una nueva generación de PMS que parte de una filosofía ERP all-in-one, incluyendo áreas de gestión típicamente desconectadas del PMS pero que en una estrategia global es básico, como por ejemplo la gestión financiera consolidada del establecimiento hotelero o cadena. Además, “el enfoque general de esta tipología de producto viene dado por un enfoque estratégico, donde los datos de calidad son ‘el oro’ que hay que cuidar y utilizar a nuestro favor en cualquiera de los supuestos. Como es de suponer, hablamos de PMS que tienen como valor añadido contribuir a cualquiera de los objetivos estratégicos competitivos actuales: control de coste, eficiencia de procesos, customer experience, etc.”, resumen desde Noray.

En este sentido, cualquier acción que lleve a cabo una empresa debe ir ligada a una estrategia planteada con anterioridad, ya que este tipo de instalaciones requieren cierto estudio previo. De este modo, más concretamente, podemos encontrar:

El sistema administrativo (PMS): es el sistema de gestión de la operación hotelera, donde están guardadas las reservas, se hace el check-in/check-out y toda la gestión de la operación hotelera. Igualmente, gestiona los procesos que tienen que ver con la estancia del huésped en el hotel, como la gestión de precios y contratos, la gestión de las reservas, el mantenimiento y limpieza de habitaciones y otras dependencias, el consumo de servicios por parte de los huéspedes, así como la gestión de estos servicios (salas

y eventos, restauración, spa, campos de golf, etc.). Se trata del gestor principal del que derivarán todos los demás. Tiene que tener, por lo menos, las siguientes funciones básicas: “registro de reservas, registro de huéspedes, registro de costes, registro de cobros, gestión de tarifas (precios diarios, restricciones diarias), gestión de extras (definición de extras precios de extras), facturación. Los sistemas más avanzados tendrán también check in online, pago online, gestión de cobros, gestión de impagos, gestión de usuarios, gestión de clientes, reporting: ingresos, impuestos, facturación, ocupación, etc., historial de clientes: Customer Relationship Manager”, enumera el CEO de Redforts.

Motor de reservas: imprescindible para la gestión correcta de la venta online. “Se trata de un programa normalmente integrado a la web del hotel para venta de las reservas con revisión de disponibilidad y precios”, indican desde Engisoft. “Es un contacto directo entre el cliente y el hotel, por ello es imprescindible que esté bien adaptado a cualquier formato (móvil, tablet y ordenador), así como ser lo suficientemente flexible para poder adaptar la estrategia al 100%”, expone el Experto de Marketing Digital en thinkIN. “Canal de venta directa del hotel. Permite la gestión de la venta directa del establecimiento, integrado con el PMS. Confirma inmediatamente la reserva, se actualiza automáticamente el inventario, se adapta a cualquier tipo de dispositivo”, describe la Directora Comercial de Gruphotel. “Tiene que tener las siguientes funciones: multi dispositivo (se muestra bien en móvil, tablet y ordenador), multi idioma (por lo menos los idiomas más importantes de los clientes), multi tarifa (que puede ofrecer varias opciones por periodo elegido: non refundable, con desayuno, etc.), que ofrezca alternativas si no hay disponibilidad para el periodo elegido, que permita vender extras, que cumpla las normativas de GDPR, cookies, etc.”, especifica Jan Korstanje.

Revenue Management: “consiste en la gestión de precios en función de la demanda con el objetivo de maximizar el beneficio. Para ello se utilizan infinidad de algoritmos de cálculo que tienen en cuenta pasado, presente y futuro del historial de reservas y el contexto (eventos, festivales...)”, definen desde thinkIN.

Software de gestión de eventos: “gestiona y planifica las reservas de salones y eventos del hotel. Genera presupuestos, proformas, ordenes de servicio incluyendo todos los detalles relacionados con el evento: salón, montaje, horarios, menús, etc.”, describe Mariola Molina.

Web: abarca todo lo relacionado con diseño, usabilidad, accesibilidad y posicionamiento de una web, todo debe funcionar de manera conjunta. “En primer lugar, la web del hotel es el mejor espacio donde las/os huéspedes pueden conocernos como hotel, así como las experiencias que les ofrecemos y que nos diferencian (en ello entra un diseño atractivo y funcional). En segundo lugar, es de vital importancia destacar por encima de otros canales de venta que compiten, como podrían ser las OTAS”, especifica José Manuel de Armas.

Foto: Engisoft

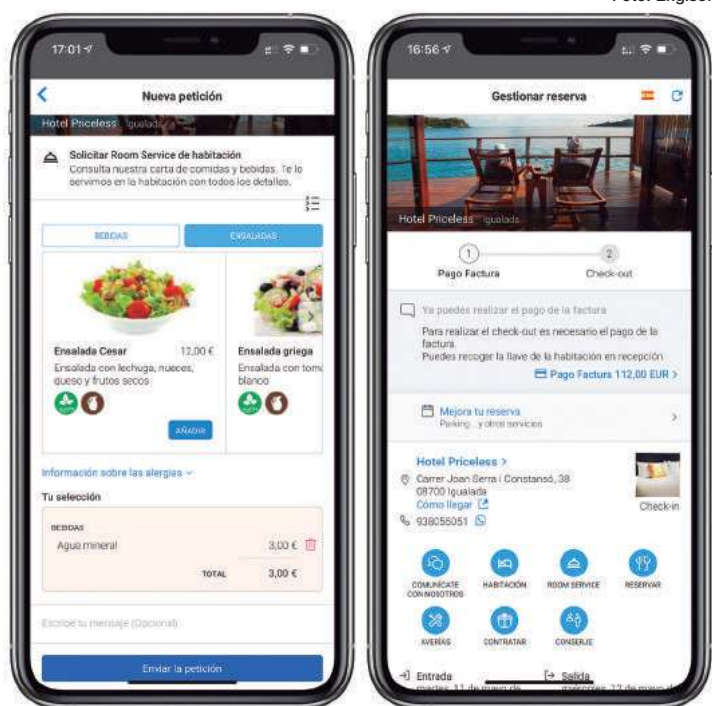




Foto: Informàtica3

Marketing Online: según añade el Experto de Marketing Digital en thinkIN, son un conjunto de acciones y estrategias que se ejecutan en los medios y canales de internet. En ellos intervienen un sin fin de medios: notificaciones push, newsletter, Social Ads, Google Ads, campañas en metabuscadores... Es importante conocer la necesidad de cada hotel, pues el enfoque de la estrategia es muy variante.

Distribución Online: aunque en opinión de José Manuel de Arma, lo ideal sería conseguir que la web y motor de reservas del hotel funcione de manera independiente, actualmente es imprescindible para aumentar la ocupación tener la disponibilidad de nuestro establecimiento repartida en varias plataformas para asegurar la ocupación máxima.

Gestión de la Reputación: cada vez más las/os huéspedes interactúan con páginas en las que postean sus comentarios acerca de su experiencia con el hotel. "Es vital mantener una comunicación por varios motivos, en primer lugar, porque se trata de una fuente de puntos a mejorar de nuestro hotel, y en segundo lugar, porque tenemos la responsabilidad de escuchar a las/os huéspedes", consideran desde thinkIN.

Call Center: supone un elemento complementario a la venta directa. El objetivo es conseguir captar reservas en la comunicación directa con las/os posibles huéspedes.

Reserva de mesa: "para que el restaurante gestione sus mesas sin darle los clientes a plataformas y reducir los costes por cada reserva", especifica Miguel Ángel García Manchado.

Pedidos para take-away & delivery: "las mismas razones que en reserva de mesas, ya que los porcentajes de las

ACIGRUP
Hospitality software

CheckIn Automático TOTEM

Sistema para realizar el CheckIn con o sin reserva previa (con escaneo de documentación, entrega de llaves, emisión de tarjetas y control de crédito). Con el uso del sistema podemos simplificar y automatizar la operativa de los clientes.

ACITOTEM

Hotel actualizado y digitalizado



Evitar las largas colas y esperas en la recepción



Optimizar tiempo y ahorrar costes en la recepción



Evitar errores al recoger los datos de los distintos documentos



Enviar notificaciones



UpGrade



Publicidad de los servicios



Multilingüe



Venta de servicios



Tiempo real



Totalmente configurable



www.acigrup.com

+34 977 127 515

marketing@acigrup.com

Av. Sant Jordi 29, entl 21
43201 Reus (Tarragona)

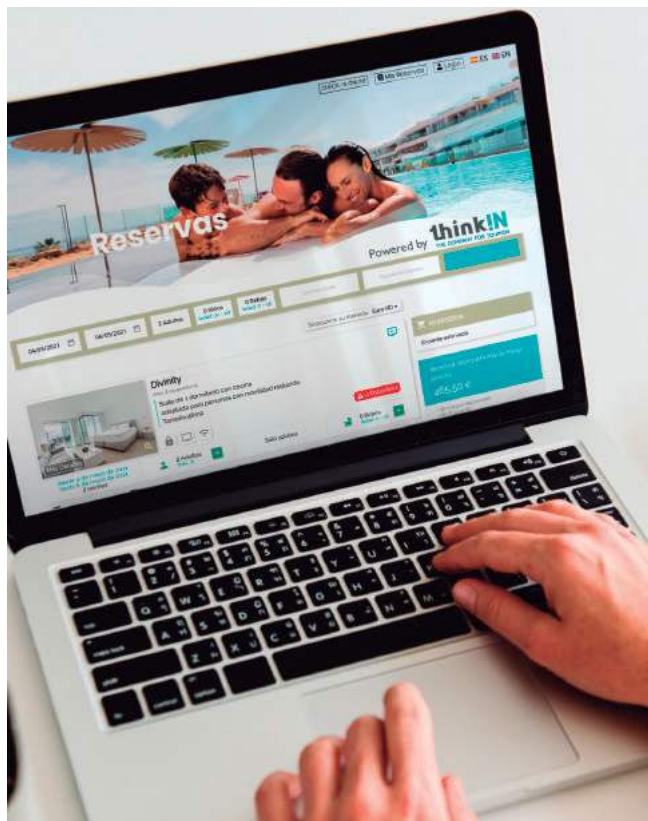


Foto: thinkIN - The Company for Tourism

plataformas son inviábiles para la sostenibilidad de muchos restaurantes”, añaden desde Crambo.

Gestión de incidencias: para detectar incidencias y resolverlas de forma rápida con un sistema que avisa a las personas adecuadas de cada tipo de problema, optimizando los recursos y mejorando los tiempos de intervención.

Existe una gran variedad de programas, siendo el más común que el sistema de gestión por el que más se apueste sea el PMS tradicional, enfocado en la parte de “front-office” (Recepción, Reservas, etc.). Es decir, “se sigue apostando por una gestión operativa y no estratégica del negocio hotelero.

Foto: Voxel



Sin embargo, esta tendencia ha ido cambiando durante estos meses a pasos agigantados gracias a la apuesta ‘obligatoria’ que hemos tenido que hacer todas las empresas por la digitalización. Es en este momento cuando nos damos cuenta de que necesitamos tener todos los datos interconectados y bajo un mismo sistema de gestión all-in-one”, analizan desde Noray. Esta es una idea que comparten desde thinkIN, ya que consideran que, sin lugar a dudas, el PMS, Motor de Reservas y el Call Center son los servicios en los que tienden a estar más interesados. “Un Call Center suele ser complejo de llevar a cabo internamente, lo más apropiado es contar con un equipo amplio que sea capaz de dar respuesta al volumen de llamadas recibido y con el software/tecnología adecuada para realizar dicho servicio con garantías”. También, en su opinión, es de gran interés el Motor de Reservas propio. “Cada vez más los negocios y hoteleros en concreto, se van dando cuenta de la importancia de no depender por completo de la intermediación y del ahorro de costes que puede implicar el tener una buena estrategia de venta directa”.

Por otro lado, Héctor Martín indica que recientemente han observado cómo aumenta la demanda relacionada con la digitalización de la cadena de aprovisionamiento. “Esto incluye: facturación electrónica, pedidos electrónicos, pagos electrónicos, herramientas de gestión documental, firma digital y certificada de contratos...”. En este punto, desde Inetum creen que actualmente lo más demandado son sistemas relacionados con el cliente final y la experiencia de usuario, todos aquellos que generan un aumento en las ventas directa o indirectamente como pueden ser CRM, proyectos de clustering, WebApp para autogestión de servicios...y proyectos de adaptación tecnológica orientados a Contenerización, Microservicios, APIManagement y Automatización(RPA). “Todo siempre cubierto con una capa de Ciberseguridad, ya que exponiendo aplicaciones al cliente nos obliga a securizar los entornos”.

Todo estos son programas que, tal y como expone Alberto Vera-de-Decker, en el mercado podemos encontrar en dos modalidades de contratación:

Compra: que requiere la contratación de una infraestructura para la instalación de las aplicaciones ya sea servidor físico o cloud.

Suscripción: permiten a la empresa únicamente preocuparse de consumir la aplicación, ya que, de la infraestructura, bases de datos..., se ocupa el proveedor que lo ofrece todo como un servicio.

¿Cómo elegirlo?

Hay que ser conscientes de que cada negocio es diferente. Por esta razón, “el comercial de la empresa de software deberá de interpretar las necesidades de su cliente y enfocarle aquellos sistemas que serán beneficiosos para su establecimiento, facetándole el trabajo del día a día, no todos los hoteles/restaurantes tienen las mismas necesidades”, definen desde Acigrup.



Foto: Barceló Hotels&Resorts



Foto: Redforts

En este sentido, lo principal es detectar las necesidades básicas de cada área de negocio. Para esto es muy práctico seleccionar un software modular que también nos permita incorporar más herramientas a medida que va creciendo el negocio. “Cubiertas las necesidades básicas, habría que valorar si el software ofrece automatismos que nos ayuden a realizar las tareas de manera más rápida y ágil”, indican desde Gruphotel. Al mismo tiempo, desde Inetum indican que los equipos de negocio deben decir las casuísticas que requieren gestionar, los puntos imprescindibles a digitalizar y los que aportan un valor añadido. A partir de ahí, “apoyándose en un equipo de TI, analizar las alternativas que le ofrece el

mercado, el equipo de negocio analizará la parte funcional y el TI la tecnológica”.

Con todo esto, el consejo que ofrecen desde Noray es siempre focalizar en los objetivos que se quieren conseguir. “Las herramientas siempre van a ser eso, herramientas, y nunca pueden ser la base de nuestra estrategia. Y nadie sabe más de herramientas que los proveedores, los partners tecnológicos. A ellos es a quienes debemos acudir, contarles nuestros objetivos, y que nos indiquen cuáles son las herramientas más adecuadas en base a nuestro perfil de empresa para lograr alcanzar nuestras metas”.

oscar

TODO en UNO

-  SISTEMA DE GESTIÓN
-  MOTOR DE RESERVAS
-  CHANNEL MANAGER
-  CHECKIN AUTOMÁTICO
-  TPV BAR o RESTAURANTE

PRUÉBALO
GRATIS

PARA HOTELEROS MODERNOS

info@redforts.com

+34 91 19 82873



redforts



Foto: Meliá Hotels International

Ventajas de su uso

Las ventajas que aporta un software de gestión hotelera son infinitas. El nivel de control que se puede llegar a tener del establecimiento se traduce en rentabilidad. Así, podemos destacar las siguientes:

Facilidades: “estos sistemas ofrecen la posibilidad de ofrecer nuevas formas de pago, más cómodas y tarjetas de fidelización digitales, haciendo que mejore la experiencia de venta. Nos permite un mayor control de nuestras transacciones y ventas”, concretan desde Storyous.

Mejora de los procesos: simplifica el proceso de contabilidad con reportes diarios automatizados.

Evita errores humanos: “el uso de pantallas táctiles, lectores de códigos de barras, el control de la entrada y salida de productos del almacén..., hacen que la gestión del día a día sea más ágil y optimizada”, expone Arianna De Oliveira. “La integración de los sistemas elimina errores humanos, asegura la centralización de información, facilitando la información al personal del hotel y así permitiendo dar un ágil y mejor servicio”, define Jan Korstanje.

Acceso a informes: “reportes de ventas, ganancias, listado de productos más y menos vendidos, márgenes de ganancia de cada plato, en general, obtener información detallada de todo lo relacionado al negocio”, enumeran desde Storyous.

Eficiencia y agilidad: la digitalización de un negocio permite que se puedan tomar decisiones en tiempo real, eso favorece la eficiencia y agilidad en la adaptación de los cambios

demandados por el mercado. Además, “automatizando procesos de bajo valor, conseguimos que los empleados se centren en los procesos de valor que son los que generan beneficios, atender al cliente es la prioridad de todas las empresas”, concreta Alberto Vera-de-Decker.

Control: “con un PMS profesional sabes en cualquier momento cómo van tus ingresos, tus ventas, cómo son tus clientes, de dónde viene, qué es lo que más les gusta de tu hotel, etc.”, analiza Jan Korstanje. Algo que comparte Jorge C. Juárez Ayuso, destacando que llegar a una mejor gestión del negocio nos reportará optimizar el trabajo del personal según los flujos de trabajo.

Ahorro de costes: con un sistema integrado (PMS, Motor, Channel en 1 sistema) ahorras costes de traslado de información, vendes más (por no depender de acciones humanas) y necesitas menos personal. Además, “si añades sistemas que trasladan parte del trabajo administrativo a tus clientes como son: check-in online, pago online, factura online, etc., ahorras aún más costes”, exponen desde Redforts. “La mejor gestión de las compras nos reportara importantes ahorros en materias primas. Y más control en el punto de venta, un ahorro en el quebranto de caja y el control en las pérdidas desconocidas de producto”, añaden desde Sighore.

En este aspecto, los beneficios son innumerables, “tanto a nivel económico, ayudando, por ejemplo, a llegar a más clientes, como a nivel laboral, facilitando el día a día y permitiendo dedicar recursos a otras tareas también muy importantes dejadas a veces a un lado por falta de tiempo”, especifica Ana Pérez. De igual manera, José Manuel de Armas Reyes añade que las ventajas y beneficios son claros, “por un lado conseguimos maximizar las ventas, aumentando así el beneficio de una manera organizada y planificada, mientras que por el otro vamos generando una orientación clara al huésped, pudiendo cada vez adaptarnos más a éste

Foto: Landín



y perfeccionando el modelo". Y, al final, "lo importante de los sistemas de gestión para mí son dos cosas: por un lado permite otorgar a los administradores la tranquilidad, seguridad y control del negocio hotelero necesarios para enfocarse en lo estratégico, no en lo operativo; y en segundo lugar en el caso de hablar de un PM de gestión integral (tipo ERP, Smart-PMS), dota de las armas necesarias al gestor para construir un valor diferencial competitivo que le permita alcanzar sus objetivos de forma solvente", determinan desde Noray.

Por otro lado, desde Landín especifican que, en estos momentos tan delicados para la hostelería, "los sistemas informáticos ayudan a crear seguridad en el sector, permitiendo, por ejemplo, realizar las tareas evitando el contacto directo entre personas. Además, proporcionan las herramientas necesarias para garantizar el cumplimiento de las normas y el control de cualquier incidencia". En este punto, Miguel Ángel García Manchado opina que nadie pensaba que un cliente llegaría a un restaurante hace año y medio y leería un QR para ver la carta. "Ahora no podemos imaginarnos sin esto. Hay pasos que no se consolidarán y otros sí. Lo que ha cambiado es la actitud de muchas partes del mercado hacia la tecnología y se ve ya como algo inevitable. A veces puede ser como una pulsera de contar pasos: una vez que te la pones, tienes información nueva y te animas a ponerte a andar más a menudo y mejorar tu salud. Para muchos, el tener



Foto: Noray

determinados datos y nuevas oportunidades, les ha hecho ponerse en marcha en áreas que antes no contemplaba".

Una correcta implantación

Los directores y responsables de los diferentes establecimientos hoteleros valorarán la implantación de un software según sus propias necesidades y las de su hotel. Hace unos años muchos hoteles y establecimientos hoteleros no necesitaban de estas herramientas ya que, en una recepción, un libro de reservas y un teléfono, gestionaban



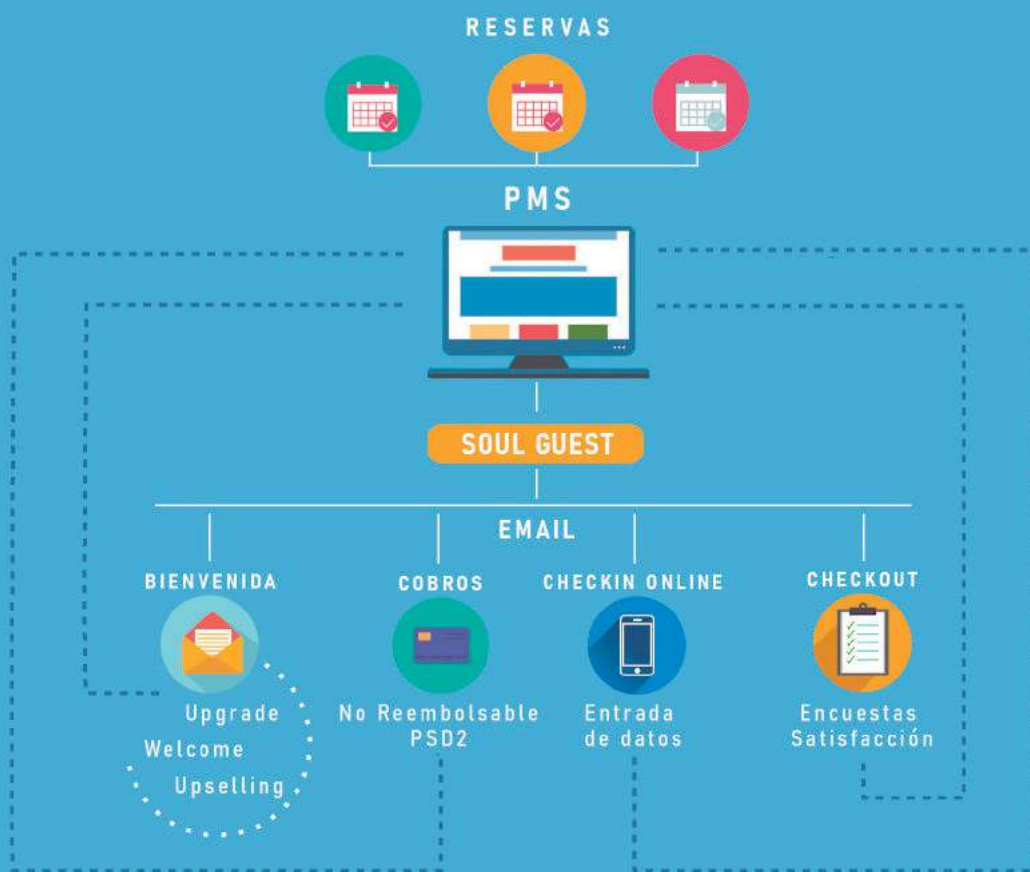
PMS
Tpv Restaurante
Stock
Contabilidad
Diseño Web
Motor de Reservas

INTEGRACIONES
Channel manager
Capturadora de firma
Lectores DNI/Pasaporte
Kiosco autocheckin

comercial@gruphotel.com
+34 91 184 16 96

www.gruphotel.com

SOUL GUEST AUTOMATIZACIÓN DE EMAILS



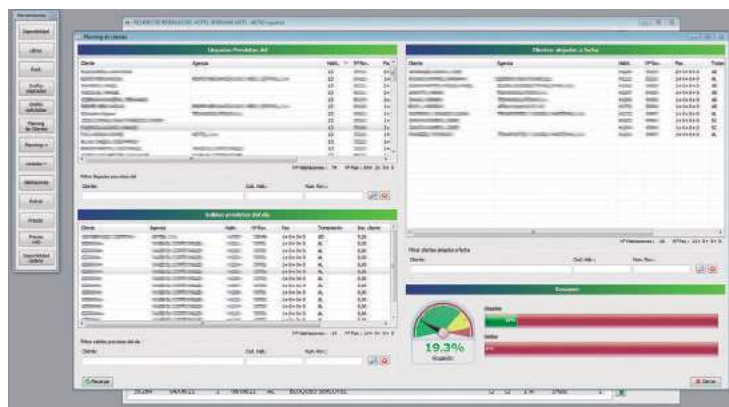


Foto: Greensoftware

todas las reservas de su hotel, pero desde hace unos años esto ha cambiado muchísimo con la entrada de la venta por canales online.

Pero para contar con un software adecuado para nuestro negocio hay que llevar a cabo una adecuada instalación, y para ello lo principal es el análisis del hotel y de sus necesidades. En este punto, Jesús López (Greensoftware) indica que hay que conocer las necesidades del negocio y valorando la productividad instalar el PMS más adecuado a su gestión. “Siempre es necesario formación y soporte ya que los programas hoteleros altamente desarrollados son muy extensos en funciones más allá de la operativa diaria”. Algo que corrobora Alberto Vera-de-Decker (Inetum) exponiendo que para la implantación de un sistema se debe definir un alcance de la necesidad previamente con un análisis, “hecho el análisis se realizan los desarrollos y parametrizaciones del sistema a la casuística de trabajo del cliente y posteriormente se planifican una serie de formaciones con 2 tipos de empleados. Primero, usuarios clave, los cuales van a ser sponsors del proyecto, se van a encargar de realizar las pruebas y que los resultados de éstas son correctos y de ayudar en dudas al siguiente grupo que sería el resto de los usuarios”.

Además, añade que es importante realizar una “Gestión del Cambio” con un equipo que analice el dónde se está, dónde se quiere llegar, realice campañas de concienciación entre los usuarios, busque los sponsors que puedan ayudar a resolver problemas que surgen durante el proyecto, de esta forma se van a minimizar los riesgos y se puede garantizar el éxito del proyecto.

Por otro lado, Frede Palmés (Engissoft) asegura que la formación es muy importante ya que acelera los plazos de la implementación, ahorra costes del mal uso de software y deriva en una mayor satisfacción del cliente final. “La implantación y manejo es sencilla, y día a día se trabaja en hacer más intuitivo el sistema de gestión, no obstante, es conveniente realizar formaciones que permitan sacar el máximo partido a todas las funcionalidades de las que dispone”, especifica José Manuel de Armas Reyes (thinkIN). Algo que comparte Miguel Ángel García Manchado (Crambo), quien destaca que siempre viene bien una formación para

perder miedos y descubrir funciones. “A veces, un simple video de 5 minutos es suficiente. En otras, con soluciones muy complejas es conveniente la realización de algún tipo de webinar”.

No obstante, Mariola Molina (Gruphotel) considera que por muy intuitivos que sean estos sistemas, siempre es necesaria una formación. “De esta manera conseguiremos que el usuario final conozca en profundidad la herramienta que va a utilizar en su día a día. Además de ser más productivo, el usuario tendrá confianza en la herramienta, la usará de manera correcta y repercutirá en los resultados”. Algo que comparte Arianna De Oliveira, quien opina que a pesar de ser un sistema de gestión muy intuitivo, “considero vital que los hosteleros reciban una formación personalizada donde se le explican y enseñan todas las bondades del sistema para poder aplicarlas a su negocio. El acompañamiento durante la implementación es imprescindible, nos aseguramos que nuestro cliente utilice el sistema correctamente y pueda sacar el máximo rendimiento”.

Así pues, es muy importante definir un plan de acción claro y que el procedimiento global de activación esté absolutamente controlado desde el minuto 1. “Las fases deben de ser claras y, por supuesto, el eje principal siempre va a ser la formación. Los cambios nunca son gratos de inicio y es super importante realizar una formación de calidad al equipo”, expone Miriam Perera (Noray).

Evolución futura

El futuro es algo que ya se está trabajando en el presente y no es una novedad reciente. Los hoteles buscan conocer a fondo a sus huéspedes, y cada vez más nos alejamos de la figura del cliente para adentrarnos en el individuo como persona con intereses, aspiraciones y necesidades. Por ello, “el futuro es una mayor adaptación hacia las necesidades de las personas, que optimice la venta desde lo que se le recomienda a cada individuo hasta la experiencia del mismo al elegirnos, teniendo así la gran oportunidad de fidelizarlas”, especifican desde thinkIN. Además, la evolución tecnológica avanza

Foto: Meliá Hotels International



“El futuro es una mayor adaptación hacia las necesidades de las personas, que optimice la venta desde lo que se le recomienda a cada individuo hasta la experiencia del mismo al elegirnos...”

de una manera muy rápida. No obstante, “desde mi punto de vista tenemos que evolucionar hacia un ‘humanismo tecnológico’, en que la tecnología nos haga la vida más fácil y no que los humanos vivamos por la tecnología. Al final esta evolución la marcará las nuevas necesidades de los usuarios y los avances tecnológicos que se ponga a su disposición”, consideran desde Sighore.

En este sentido, nos estamos dirigiendo “hacia un mundo en el que cada vez más se involucra al huésped para las tareas administrativas: crear la reserva, compra de extras, registro online, pago online, creación de factura..., así como que todos los sistemas estén integrados en una única solución interconectada con todos los departamentos, partners y terceros”, especifican desde Redforts.

Otro punto importante “es la responsabilidad social que tenemos de contribuir con estas acciones a un mundo más

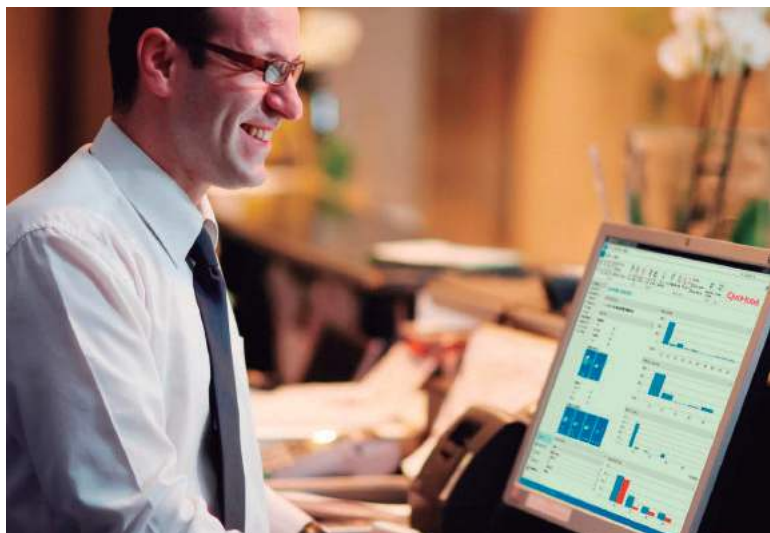


Foto: QuoHotel by CEI Europe

saludable (tolerancia, ecologismo, igualdad...) y por ello es importante enfocar éticamente desde las campañas de marketing hasta la atención en Call Centers”, añaden desde thinkIN.

Por otro lado, desde Inetum aseguran que los sistemas evolucionan a plataformas que se consumen en modo servicio alojadas en cloud, en las que el cliente tiene la

¡Da el salto!

Hacia una nueva forma de gestionar tu negocio hotelero

Descubre QuoHotel, el software de gestión para hoteles y cadenas 100% integrado



PMS

CRM

BI

ERP

SERVICIOS ADICIONALES

VENTAS

POS

QuoHotel
by **CEI**

info@quohotel.com | www.quohotel.com | +34 902 222 450

ADAPTARSE A LOS NUEVOS DISPOSITIVOS

No hay ninguna duda que la evolución tiende hacia una interacción total entre los huéspedes de un establecimiento hotelero y el staff de cada departamento. El uso de las nuevas tecnologías y dispositivos móviles ya está plenamente habituado, siendo el eje principal para la realización de cualquier gestión personal: banca, redes sociales, compras online, etc. Por tanto, dicha experiencia y con un potencial cliente maduro, permitirá también que el sector hotelero, a través del software de gestión, se aproveche de ello y sea capaz de aproximar toda la información en el momento y forma idónea para que éste, de forma autónoma, interaccione con el establecimiento, durante las distintas etapas de su estancia.

En la actualidad, “el usuario usa diferentes dispositivos para acceder a internet y consultar información y/o realizar compras online. Por lo tanto, es imprescindible que cualquier software se adapte a todo este tipo de dispositivos y tamaños de pantalla. El mercado demanda softwares adaptados a las necesidades de sus empleados y clientes, por lo tanto, los proveedores debemos trabajar siguiendo esas premisas”, definen desde thinkIN. En este sentido, “la mayor parte de la demanda es poder hacer ‘todo’ desde cualquier lugar y en cualquier momento, por ello los desarrollos se centran en ser multidispositivo e independientes de cualquier infraestructura, apoyándose en la nube”, precisan desde Landín. Este concepto all-in-one, dota a los departamentos de un dato único interdepartamental que evita duplicidades y errores. Pero también, en opinión de Noray, dotan de agilidad a todos los procesos dentro del establecimiento hotelero o cadena. “El complemento perfecto para un correcto acceso a esta comunicación es la movilidad: poder acceder de forma fácil a nuestro PMS, el canal de comunicación principal y global de todo nuestro personal hotelero, desde un smartphone, una tablet o cualquier otro terminal móvil o de sobremesa”.

Para ayudar en ese proceso de hiperconexión es imprescindible que todas las plataformas sean intercambiables y, por poner un ejemplo, “trabajos como la gobernanta, mantenimiento y camareros necesitan un auxiliar móvil para hacer su trabajo. Nosotros los fabricantes de software somos quienes ayudamos en ese proceso ofreciendo soluciones que sirven en todas sus facetas”, especifican

desde Millenium Soft. Así pues, hace ya tiempo que tener una base tecnológica sólida que permita la interconexión con otros partners del mercado dejó de ser una opción. “El mercado demanda poder integrar de forma fácil y rápida los PMS (como conector central) con otras soluciones parciales ofrecidas por empresas especializadas”, indican desde Noray.

Esto lo han tenido presente las empresas y hoy en día, las aplicaciones ya están adaptadas para el sector. “Sobre todo, para el sector de restauración, donde el camarero podrá tomar la comanda desde una tablet o smartphone y enviarla directamente a barra o cocina para que se realice el pedido correspondiente. En el caso de restaurantes ubicados en hoteles también podrá cargar directamente el tique a la habitación del huésped, facturándose una vez éste realice el CheckOut”, aseguran desde Acigrup. Igualmente, especifica que también se está utilizando tablet en la recepción para digitalizar la firma del cliente, y que éste pueda autorizar diferentes opciones/servicios que el hotel ofrezca, con el consecuente ahorro de papel (el huésped podrá aceptar desde la protección de datos, al protocolo COVID pasando por el Welcome, o visualizar su factura antes de imprimirla o enviarla por WhatsApp o email).

Al tratarse de una tendencia ya presente desde hace años, desde Engisoft opinan que los softwares de gestión deben ser necesariamente software en la nube. En el momento que estén en la nube ya se puede revisar qué tipos de conexiones se deben realizar como por ejemplo el tipo de programación. “No es lo mismo tener un iPhone o un iPad (sistema IOS) que tener un dispositivo Samsung (sistema Android). Desde las empresas desarrolladoras estamos utilizando nuevas fórmulas para adaptarnos a los avances de la tecnología. Una buena herramienta puede ser las Webapp que permiten que sistemas operativos distintos puedan ejecutar una misma aplicación”.

Con todo lo anterior, podemos asegurar que, indiscutiblemente, el futuro pasará por la nube y el acceso a las soluciones a través de cualquier dispositivo móvil, que se puede adaptar a lo que necesita cada hotel en función de la temporada, el número de clientes y los picos estacionales; garantiza la seguridad de los sistemas y los datos, porque la empresa proveedora de los servicios cloud asume la responsabilidad y los costes de los servicios informáticos; las actualizaciones son continuas e instantáneas y facilitan la adopción de nuevas tecnologías y sistemas de gestión; y además, la nube ayuda a ahorrar energía y espacio.



Foto: Millenium Soft

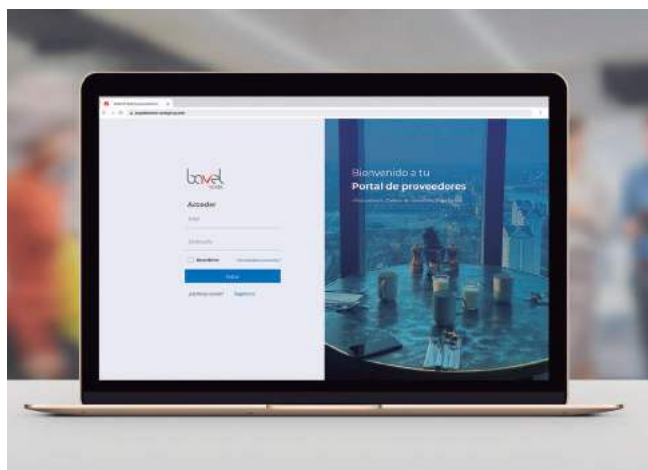


Foto: Voxel

capacidad de aumentar o disminuir las necesidades en función de la demanda del cliente. “Orientadas al dato y con una serie de puntos que proporcionan un gran valor como: ‘Inteligencia Artificial’ que analiza tendencias y permite anticiparte para la toma de decisiones, la automatización de todos los procesos que no son de valor añadido, APIficación que permite integrarse de forma sencilla con otros sistemas, la publicación al cliente de todos aquellos procesos que el cliente pueda realizar a través de una web”. Algo que corroboran desde Engissoft, destacando que los softwares



Foto: Meliá Hotels International

de gestión están evolucionando hacia la nube y con mayor interrelación entre ellos. “Cada vez son más indispensables para poder planificar, gestionar el día a día y revisar los resultados. Con la pandemia de la COVID-19, nuevas formas de interactuar con el cliente de forma más segura se deben implementar y se deben replantear de nuevo muchos procesos. En esto, la tecnología, debe ser una herramienta para ayudar, simplemente indispensable”.

hostelpro

proveedores de hostelería y restauración



Revista Hostelpro
@rhostelpro



Hostelpro



Revista.Hostelpro
@Revista.Hostelpro

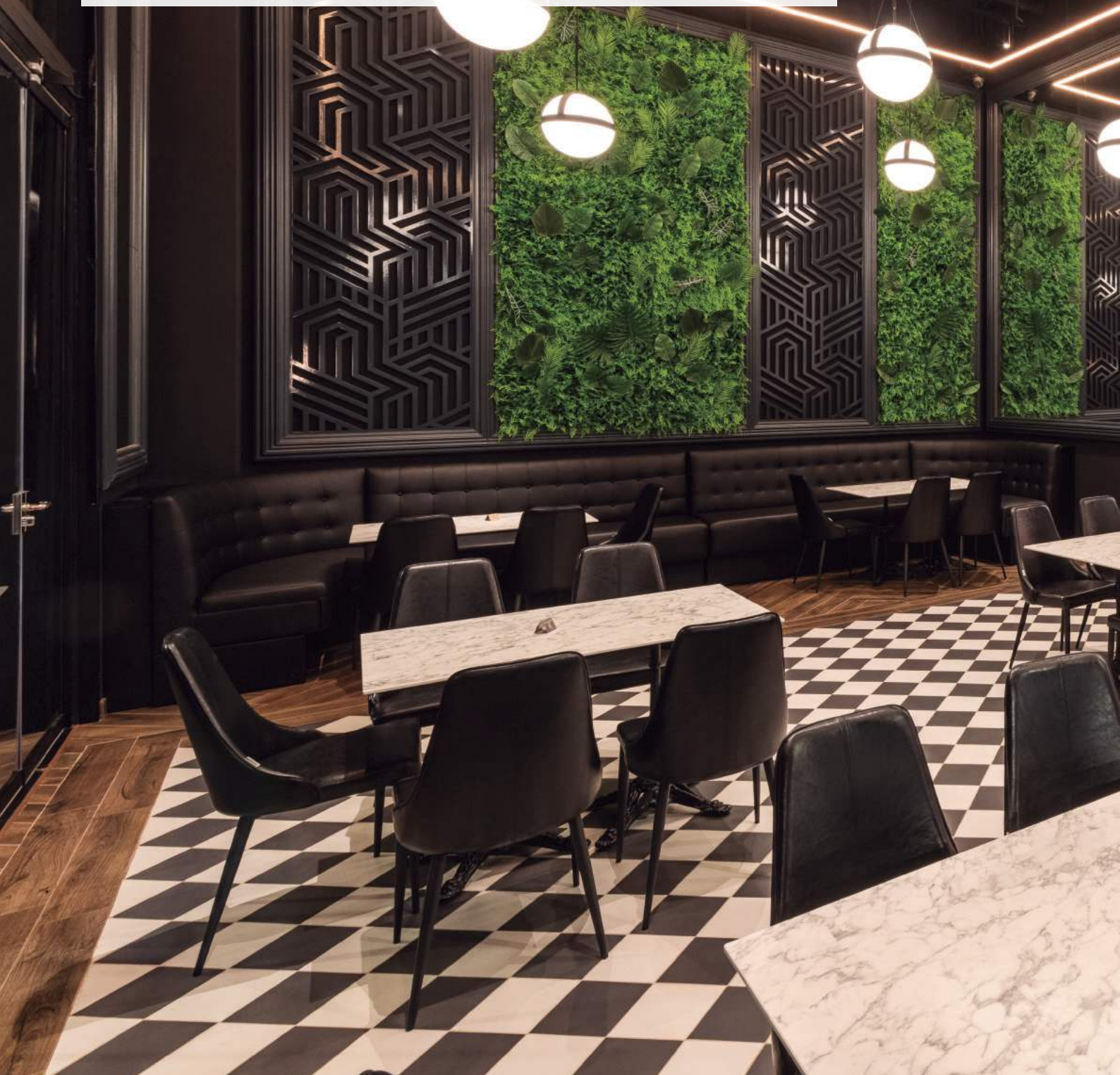


Hostelpro
@R_hostelpro

PROYECTO DE RESTAURACIÓN

Vinci's Ristorante Trattoria, Gran Canaria

UNA IDEA CREATIVA E IMPACTANTE



Se trata de un restaurante italiano boutique tematizado en el Chicago de los años 20 en Gran Canaria, realizado a través de un diseño 360°, sofisticado y teatral que logra situar a la marca entre los mejores restaurantes de la isla y convertirlo en la opción elegida para turistas y nacionales. Para llevarlo a la realidad, un equipo multidisciplinar liderado por la arquitecta Ana Belén Castro, en la parte arquitectónica, y el ilustrador David de Ramón, en la parte de marca, tuvo que sumergirse en el momento histórico para poder extraer los valores y elementos más significativos y trasladarlos con éxito al diseño del local.



Foto: Ainara Centeno

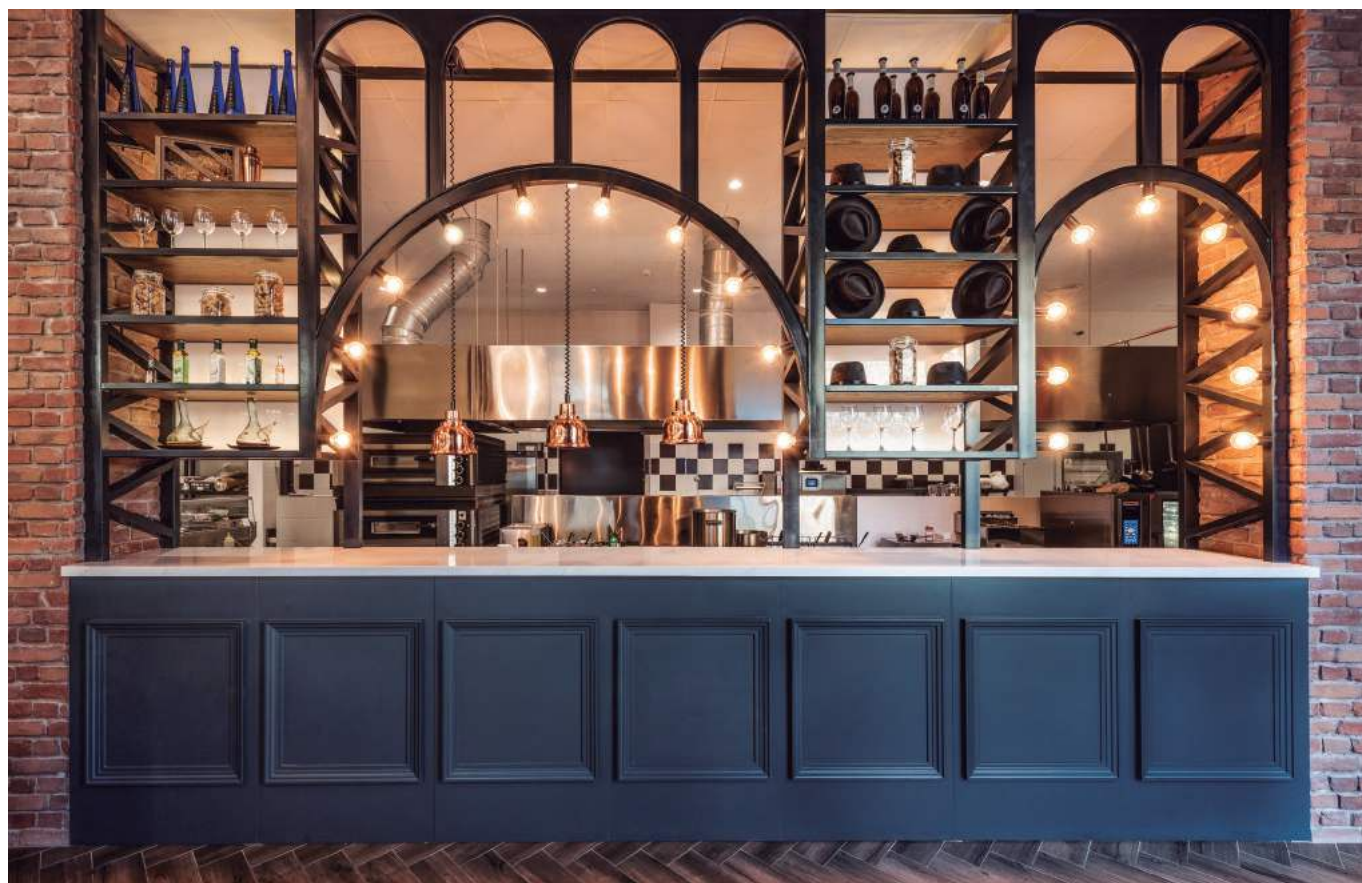


Foto: Ainara Centeno

Mostaza Design – The Retail Design Agency recibió el encargo de llevar a cabo el proyecto de interiorismo de un restaurante italiano ubicado en un excelente local dentro del Centro Comercial Mogán Mall, ubicado en la zona más turística de Gran Canaria. Los propietarios tenían una idea muy clara, ambientarlo en un universo relacionado con la Mafia, pero huyendo de las clásicas temáticas italianas y que además fuera capaz de destacar dentro de la oferta de la isla.

El encargo consistía en la creación de un proyecto global, atractivo y con un fuerte componente teatral, que junto a la cuidada oferta gastronómica que iban a ofrecer, pudieran posicionarse entre las mejores alternativas de la isla. De esta manera podrían convertirse desde su nacimiento en una opción diferente para el turista que quiere disfrutar de sus vacaciones acudiendo a un lugar extraordinario dentro de la oferta hostelera canaria.

Para abordar el proyecto fue clave entender las posibilidades que tenía el

negocio, analizar su oferta gastronómica, el tipo de público que querían captar y encuadrar la competencia directa e indirecta de toda la isla, ya que el restaurante en sí podría ser un motor suficiente para atravesarla con el objetivo de disfrutar de una gran velada. La fase más estratégica del proyecto derivó en una conceptualización basada en Chicago

20's como una línea creativa muy fuerte y visualmente impactante. Para llevarlo a la realidad, un equipo multidisciplinar, liderado por la arquitecta Ana Belén Castro, en la parte arquitectónica, y el ilustrador David de Ramón, en la parte de marca, tuvo que sumergirse en el momento histórico para poder extraer los valores y elementos más significativos y

Foto: Ainara Centeno





Foto: Ainara Centeno

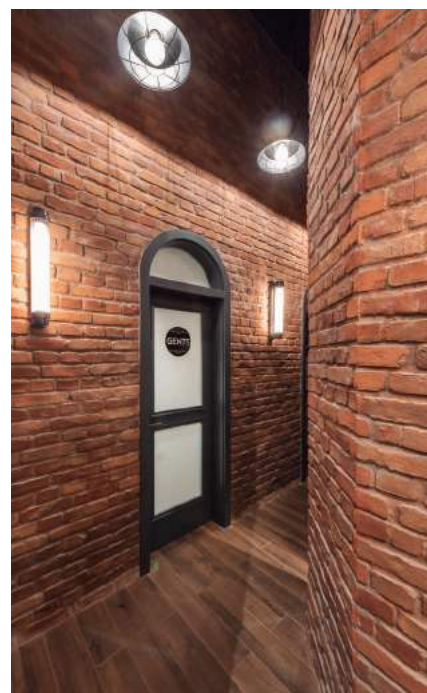


Foto: Ainara Centeno

trasladarlos con éxito al diseño del local. El objetivo era hacer que el cliente pudiera disfrutar y viajar inconscientemente a aquella excepcional época marcada por los lugares clandestinos de Al Capone y la ley seca, los brillantes musicales de Chicago y el Art decó de los entornos de El Gran Gatsby.

De este modo, Vinci's es la suma armoniosa de elementos inspirados en aquellos icónicos años.

El mundo de los grandes musicales y sus teatros de grandes marquesinas fueron el punto de partida para el diseño de la trasera de la barra que se sitúa justo a la entrada y que se convertirá en el punto neurálgico del restaurante. Para realizarla se utilizaron revestimientos espejados ligeros en los fondos de las estanterías y en el techo, bombillas de temperatura cálida e intensidad regulable para conseguir, sobre todo al caer la noche, un efecto de luz infinito y una gran estructura de hierro anclada en pared y techo aprovechando la gran altura del local. Otro detalle recogido del mundo del espectáculo fue la gran cortina de terciopelo azul plumizo que simula el telón de un escenario que separa el reservado ubicado en uno de los extremos del restaurante del resto de la sala y que convierte el punto más frío del local en el punto más deseado para pasar una velada especial.

El gran desarrollo industrial en el sector del transporte, sobre todo del ferrocarril, favoreció la economía y marcó visualmente ese momento histórico con magníficos puentes, diseños de trenes y vehículos que aún hoy se reconocen como míticos. Vinci's lo recoge con el uso de estructuras metálicas que simulan viaductos ferroviarios, empleados en el pase de cocina visto y el soporte de la barra. Para ello se contrató a un equipo de ferrallas especializado en grandes estructuras. También se dejaron los techos abiertos con las instalaciones vistas y se instalaron unas lámparas

decorativas realizadas ad hoc partiendo de globos a los que se les han incorporado abrazaderas metálicas con inspiración industrial. El ladrillo se utiliza para revestir puntos secundarios del local.

Por otro lado, el estilo art deco simbolizó y embelleció la arquitectura de los rascacielos que surgieron en Chicago tras el incendio de 1871 hasta límites insospechados, fue el estilo de la nueva era que se unió a la ingeniería desligándose totalmente del pasado y dando paso a una nueva modernidad. Toda la identidad gráfica se identifica

Foto: Ainara Centeno





Foto: Ainara Centeno

con esta cara de la ciudad, inspirada en las tipografías, colores y 'patterns decós' más relevantes de Chicago, se puede apreciar en logotipos, tarjetas, diseño de cartas y la señalización de los espacios. El 'pattern' de la marca se convirtió en un elemento constructivo más a través de planchas de madera troquelada lacada en tonos dorados, que junto a murales vegetales se utiliza como

elemento decorativo en las paredes más representativas de los comedores.

Por último, los años de la ley seca y la consecuente aparición de mafias que controlaban las calles y se reunían en locales clandestinos de la ciudad, no podía faltar como fuente de inspiración de un restaurante dedicado a la comida italiana. Eran establecimientos poco

lujosos y más tradicionales, que Vinci's refleja en los pavimentos con diseño de damero, las mesas de forja con tableros de mármol y el mobiliario funcional más costumbrista. El camino hacia los aseos está diseñado como si de un callejón se tratara, estrecha e iluminada mediante lámparas que recuerdan a farolas.

Asimismo, se cuidó especialmente la visión nocturna del restaurante desde el exterior, debido a que el centro comercial cuenta con una magnífica fuente de luces que atrae gran cantidad de público y desde la cual se puede ver los principales elementos de Vinci's que se iluminan por la noche, convirtiéndose así en un punto focal para el ojo. También, al contrario, desde el restaurante se pueden disfrutar de las vistas de la fuente y la buena temperatura de las islas mientras se cena, gracias a que las cristaleras del comedor se pueden plegar completamente y dejar la fachada abierta.

En definitiva, el confinamiento, la distancia y la crisis derivada de la COVID-19 no impidió que el proceso de diseño, licitación e implantación se realizara con total éxito. No solo se consiguió superar



Foto: Ainara Centeno

“Se cuidó especialmente la visión nocturna del restaurante desde el exterior, debido a que el centro comercial cuenta con una magnífica fuente de luces...”

las expectativas iniciales del cliente, sino que se realizó en un corto plazo de tiempo con un capex bastante ajustado a pesar de que su gran espectacularidad podría hacer pensar lo contrario. En lo que sí influyó la llegada de la COVID-19 en el proyecto, fue en el planteamiento en el uso de los materiales dentro del espacio para garantizar la higiene de las superficies y la resistencia a productos abrasivos que debían utilizarse con cada servicio. Es decir, hubo un cambio de criterios en su ubicación para resolver las nuevas necesidades sanitarias que estábamos viviendo y que se prolongarían en el tiempo. De manera que elementos como mesas, sillas o encimeras que inicialmente se pensaron diseñar en materiales como la madera que aportaran



Foto: Ainara Centeno

un factor de calidez, pasaron a resolverse con mármoles y componentes de porosidad cero. Lo cual obligó a reubicar

las superficies de madera a otras zonas de forma que la ambientación general no cambiara.

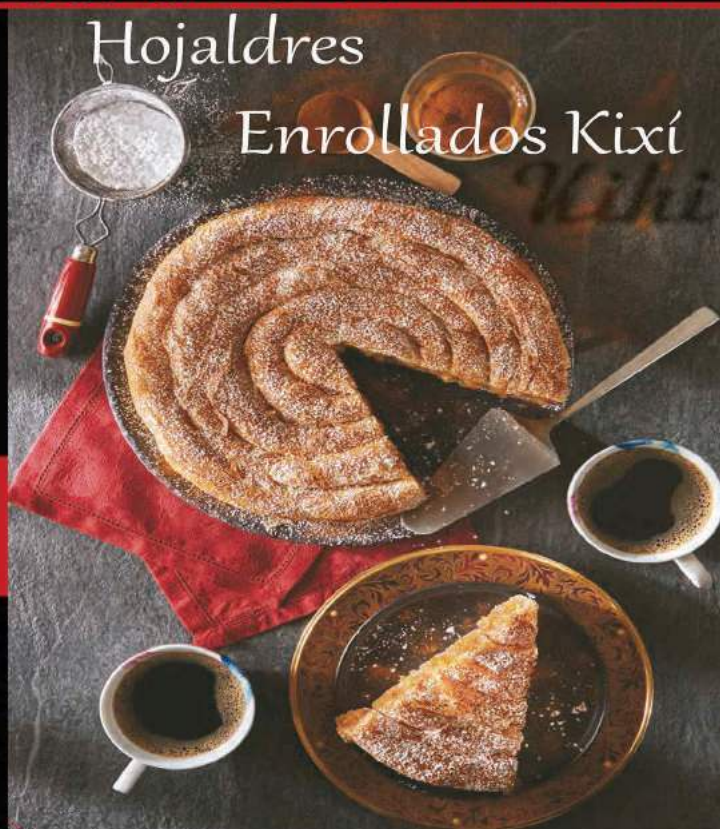
RECONOCER UN AROMA, UN SABOR.... EL GUSTO POR LO TRADICIONAL

PRODUCTO CONGELADO LISTO PARA HORNEAR Y DISFRUTAR

DISTRIBUIDOR
EN EXCLUSIVA



PARA ESPAÑA



Hojaldres

Enrollados Kixí

*DULCE DE CREMA
O SALADOS DE:

*QUESO FETA

*ESPINACAS & FETA

*CUATRO QUESOS

HOTELES · RESTAURANTES
· CATERING · HORNOS

INFORMACIÓN GENERAL: +34 650 37 19 78

Ana Belén Castro y David de Ramón

Arquitecta Directora creativa de Mostaza Design – The Retail Design Agency
e Ilustrador Director de Arte



Foto: Ana Belén Castro_Arquitecta Directora creativa de Mostaza Design – The Retail Design Agency



Foto: David de Ramón_Ilustrador Director de Arte

Se trata de un restaurante, incluido dentro de un centro comercial, ¿qué principales condicionantes ha tenido el diseño del establecimiento?

No se trata de un Centro Comercial al uso, sino de un espacio abierto donde turistas y nacionales acuden a comprar, comer, pero también a pasear y disfrutar del espectáculo de luces nocturnos. La ubicación de Vinci's es una de la más privilegiadas, frente a la fuente de color. Este entorno nos ha influido en tres aspectos: hemos trabajado mucho con la integración de la fachada en el centro, mano a mano con el arquitecto del mismo; la visión interior del restaurante desde la plaza principal de manera que llame la atención mostrando sus elementos más destacados, y por último, favorecer que desde el restaurante se pueda disfrutar del espectáculo diario mientras se consume.

El Vinci's Ristorante Trattoria se encuentra marcado por la esencia del Chicago de los años 20, ¿cómo ha influido ello en su diseño e interiorismo?

Ha influido de principio a fin. Esta línea creativa ha marcado todo el diseño de la identidad, la comunicación y el interiorismo. Hemos diseñado elementos ad hoc inspirados en aquella excitante época.

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

Hierro sin duda, que recoge el espíritu de los grandes puentes de la época y de las asombrosas marquesinas de los musicales. Seguido de la luz en todas sus expresiones: bombillas, lámparas y líneas led que transforman el local en un lugar mágico por la noche.

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

Todo el equipo ha realizado un gran trabajo de diseño y producción. Destacamos especialmente el realizado por los ferrallas a la hora de fabricar los grandes elementos de hierro, el resultado solo se puede calificar de espectacular. Los carpinteros consiguieron trasladar la trama del logotipo a los paneles troquelados que recubren las paredes principales de los comedores. Las lámparas colgantes fueron fabricadas ad hoc a partir de globos comunes, con un resultado excelente... y por último, la gran cortina de terciopelo de más de cuatro metros de largo ¡es impresionante en vivo!

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

Ha sido unos de los trabajos más "teatrales" que hemos realizado en la agencia, el negocio así lo demandaba. A la hora de diseñar hemos intentado ser muy fieles a la línea creativa marcada combinando elementos de manera armoniosa e intentando que el resultado tuviera mucha fuerza visual. Aunque trabajar en espacios públicos y en Canarias tiene otras limitaciones que no son las estrictamente creativas. El uso de materiales con bajo mantenimiento y resistentes al tráfico continuo de público, 365 días al año y 7 días a la semana, para nosotros siempre es una prioridad. Además, todos ellos deben ser de proximidad o con fácil transporte, para que los tiempos de montaje no se disparen.

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

Metales dorados y bronce con inspiración decó. Materiales espejados, luces y terciopelos recogidos del mundo del espectáculo. Hierro, ladrillo y madera extraídos de los entornos industriales. Y por último, pavimento en damero y mármoles provenientes de las tabernas clandestinas.

Por último, ¿se han cumplido las expectativas que se propusieron tanto el equipo de diseño como por parte del dueño?

Como ya os dije, el proceso de diseño e implantación fue a distancia porque se realizó en el peor momento de la COVID-19... El día que volé a Canarias para visitar el local terminado por primera vez (y conocerlos físicamente a ellos también), Nita y Ajit me estaban esperando en la puerta para poder ver mi cara al entrar al local, y saber si yo estaba tan contenta con el resultado como lo estaban ellos, y lo estaba. Creo que esto responde a tu pregunta.

Ajit Chandwani y Ángel González Lera

Chefs de Vinci's Ristorante Trattoria



Foto: Ajit Chandwani y Ángel González Lera, Chefs de Vinci's Ristorante Trattoria

¿Cómo ha influido el emplazamiento en el concepto tanto de la oferta gastronómica como del diseño?

Quizás ha sido lo más importante de toda esta historia. El Centro comercial Mogán Mall, ya de por sí ubicado en una de las zonas más turísticas de la isla de Gran Canaria, al haber abierto hace poco al público, hace que sea el centro de atención de toda la zona. Un centro abierto, diáfano, con mucha altura y espacio, muy moderno. Es como si fuera la joya de la corona de Puerto Rico, si la tuviera. Unirse a la oferta gastronómica del centro fue esencial para el éxito de Vinci's.

En cuanto a la carta que se ofrece, ¿cuál es el plato que destaca entre los comensales?

Siendo un italiano, lo más obvio... las estrellas son la pasta y la pizza. Son universales, gustan a pequeños y mayores y a gente de todas las razas y color. Si le añadimos buenos ingredientes... Voila... Siempre tendrás una estrella. Aun así es difícil, destacar uno... las lasañas, también son bien populares.

¿Qué es lo que busca en un producto? ¿Qué exige a sus proveedores?

Lo principal es la calidad. Usamos productos italianos y no estamos en Italia. Hay una gran oferta de productos italianos localmente, pero de calidad escasa. La mayoría de los consumidores tienden a buscar precio sobre calidad, nosotros somos de la minoría que busca calidad sobre precio. Al tener un ingrediente original, se mantiene el sabor original de los platos, luego es solo añadir cariño.

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

Hay miles de buenos restaurantes italianos, pero ninguno tiene la esencia de éste. La decoración y el diseño se lo da a este restaurante su identidad personal, le desmarca del resto. De repente, no solo has venido a comer, sino que te encuentras transportado a otra época.

¿En qué elementos de la decoración ven reflejada su cocina? ¿Están satisfechos con el resultado?



Muy satisfechos. Tenemos una cocina muy moderna, a la vanguardia, pero a la vez da la sensación de trabajar en un entorno muy familiar, como si lo más nuevo aún estuviera por llegar, aunque estemos en la cima de tecnología en este momento.

La verdad, los diseñadores se lucieron tanto en creatividad y en gusto al decorar todo el local y no tan solo la cocina. Parecemos unos obreros ilusionados a la llegada del teléfono a nuestro local (como en los años 20).

Por último, la apertura del restaurante ha tenido lugar en un momento muy complejo para el sector turístico en general, y el de la restauración en particular, a consecuencia de la pandemia que estamos viviendo. ¿Cómo lo afrontan? Y, ¿cómo se han adaptado a las circunstancias?

Nos sentimos realmente bendecidos.

La situación para muchos hermanos del gremio ha sido poco menos que desastrosa. Nosotros tuvimos algo de suerte dentro de lo malo. Al ser un centro nuevo y atrayendo a casi todo el público de la ciudad durante los fines de semana, pudimos escapar algo mejor de las consecuencias de la pandemia. Además, al abrir en un momento tan difícil, nuestra idea fue crear un restaurante con la "nueva normalidad" en mente, con lo cual hubo un buen trabajo de gestión para poder afrontarlo.

Al ser nuevos, somos más ligeros y flexibles en cuanto a gestiones comparados con un restaurante que ya lleve tiempo, es una maquinaria más pesada de moldear que la nuestra.

Ahora seguimos asumiendo cambios que la pandemia nos va dejando y nos vamos adaptando a una normalidad cada vez más cercana a la antigua.



Foto: Gabarró Hermanos

Nueva normalidad en la hostelería

TODAVÍA MÁS SEGURO

Tras la situación sanitaria que ha sufrido todo el mundo, todos los sectores se han visto afectados y obligados a innovar. Pero, sin duda alguna, uno de los más afectados ha sido el sector turístico, sobre todo en los meses de verano. Las instalaciones de alojamiento han vivido una experiencia desconocida e inusual para la actividad turística y han tenido que emprender planes de acondicionamiento para adaptarse a estos momentos de incertidumbre.

La pandemia del coronavirus ha sido un momento de shock global, en opinión de Javier López Seisdedos, Jefe Técnico Comercial, Servicios Auxiliares y Facility Management del Grupo EULEN, que ha llevado a la industria del turismo, “tan acostumbrada al éxito, a replantear”, dice Martín Balas, del Centro de Turismo Sostenible.

Está claro que 2020 ha sido un año terrible para el turismo en nuestro país por los efectos colaterales provocados por la pandemia de la COVID-19 y por el Brexit, ya que los británicos son el principal cliente del sector turístico español. “Según los datos recogidos de 2019, el peso del

turismo en nuestro país alcanzó los 154.487 millones de euros, lo que supuso una contribución al PIB del 12,4%, cifras que cayeron de manera drástica durante el año pasado. El sector camina hacia la recuperación de turistas, tanto nacionales como internacionales, y a la reactivación turística en todas las áreas claves ahora que ha finalizado el estado de alarma y se han reabierto los cierres perimetrales”, analiza Antonio José Unzueta, Director de Desarrollo de Negocio del Grupo SIFU. Además, las dificultades de movilidad generadas por la pandemia, no solo han frenado el turismo (principal consumidor de hoteles y restauración), sino que también se han ralentizado las relaciones comerciales, los eventos

profesionales, congresos, presentaciones, etc. “El sector camina de forma gradual hacia la nueva (pero distinta) normalidad. La recuperación de las actividades profesionales está siendo la prueba piloto para verificar que la recuperación del turismo en el sector, esta próxima temporada, sea segura y genere la confianza que el cliente necesita”, concreta Oscar Conde, Connectivity Solutions Consultant de GEZE.

En relación a esto, Jordi Soler, Director General de Ramón Soler®, apunta que el coronavirus ha acelerado un cambio en el sector turístico que ya era emergente, por consecuencias derivadas del deterioro medioambiental y los efectos del turismo de masas. “Ahora nos dirigimos hacia un nuevo concepto de turismo y restauración, con diferentes estadios temporales”. De este modo, para Javier López Seisdedos, la reconstrucción del sector ofrece también una oportunidad de transformarlo prestando especial atención en el aprovechamiento de los efectos que ejerce en los destinos visitados y crear comunidades y empresas más resilientes mediante la innovación, la digitalización, la sostenibilidad y las alianzas.

Asimismo, añade que esta crisis es también un momento decisivo para ajustar a los ODS las iniciativas para mantener los medios de subsistencia que dependen del turismo y asegurar un futuro más inclusivo, neutro en carbono y eficiente en el uso de los recursos.

Al mismo tiempo, Gerard Miranda, Gerente de Mirahostel, asegura que el sector camina por tres importantes sendas: “más espacio y desinfección constante en los hoteles, mayor flexibilidad en las cancelaciones o los cambios de fecha y, por último, la frenada del turismo masivo y la entrada de un turismo más consciente del entorno, más comprometido y sostenible”.

Por otro lado, en lo referente a la limpieza y a las sensaciones de los clientes, “percibimos que lo más relevante es lo que tiene que ver con el concepto de higiene, tanto en los lugares compartidos como en los espacios de uso más privado en los que los estándares que se han implementado no parece que tengan opciones de vuelta atrás”, considera Ricardo Benítez, Director Comercial Profesional B4B de Nilfisk Iberia. A lo que añade, “la primera impresión cobrará una mayor relevancia y la atención a los detalles marcará claramente la referencia de una forma binaria, o nos resulta aceptable o nos generará desconfianza”. En relación a este tema, Almudena Galindo Jimenez, Responsable Comunicación Grupo Presto Ibérica, opina que el sector está luchando por ofrecer un clima de confianza que dé seguridad al viajero. Las empresas turísticas apostarán por medidas que las garanticen. “Adicionalmente tendrán que buscar nuevas fórmulas que atraigan al viajero ante la enorme competitividad de los mercados: especialización, innovación y sostenibilidad, serán los tres pilares básicos en los que deberán apoyarse los proveedores turísticos”.

En resumen, ha sido un sector muy castigado y tomará tiempo recuperar la actividad, pero, tal y como asegura Joel



Foto: KALDEWEI

Velásquez, Country Manager Iberia de KALDEWEI, según avanza la vacunación y se van levantando limitaciones de movilidad, veremos primero afluencia a destinos de proximidad y luego a medio y largo rango a otros destinos más lejanos. En este sentido, “que el sector pueda volver a funcionar con cierta normalidad dependerá directamente del ritmo de vacunaciones y de las cifras de nuestro país con respecto a la COVID-19. Siendo prudente es posible que el sector no vuelva a recuperar cierta normalidad hasta dentro de un año”, concreta Gerard Miranda.

Por otro lado, Andreu Arrom, Director Comercial de DOMUS, espera que a partir del segundo semestre de este 2021 se empiece a notar un incremento de turismo en nuestro país, “pero hasta la temporada 2022 no esperamos grandes ocupaciones”. En este sentido, Antonio José Unzuñunzaga destaca que la Organización Mundial del Turismo prevé que el momento de la recuperación del turismo global llegue durante el tercer trimestre del año 2021; es decir, durante los meses de verano, momento en el que se terminarán de abrir fronteras y se reactivará la actividad turística, pero el sector no alcanzará los niveles de rentabilidad de



Foto: Genebre



Foto: Grupo Eulen

años anteriores hasta el 2022. Factores como; el ritmo de vacunación de los países que nos visiten, el que lleve la vacunación en España y la no aparición de nuevas cepas, marcarán las fechas del regreso significativo de los turistas a España. Algo que corrobora Javier López Seisdedos, quien destaca que, basándose en las tendencias actuales, la OMT prevé dos escenarios para 2021, que consideran un posible repunte de los viajes internacionales en la segunda mitad del año. “Se basan en diversos factores, pero especialmente en el levantamiento de las restricciones, el éxito de los programas de vacunación y la introducción de protocolos armonizados, como el certificado digital verde que está preparando la Comisión Europea”.

De este modo, Patricio Ortega, Adjunto Dirección de Grupo Dino, asegura que en España, julio y agosto serán meses en los que el turismo volverá a funcionar con unos % de ocupación muy elevados ya que la gente tiene ganas de salir. “Si todo va bien, y las cifras de contagios no empeoran, poco a poco el turismo internacional comenzará a volver a España”. Así, “el primer escenario indica un repunte en julio, que llevaría a un aumento del 66% de las llegadas internacionales para el año 2021, en comparación con los mínimos históricos de 2020.

En ese caso, las llegadas seguirían estando un 55% por debajo de las registradas en 2019. El segundo escenario considera un posible repunte en septiembre, lo que conduciría a un incremento del 22% del número de llegadas en comparación con el año previo. En ese caso, estaríamos ante una cifra que sería un 67% inferior a la de 2019. La recuperación de una ‘cierta normalidad’ llegaría para finales del 2022 y 2023”, analizan desde el Grupo EULEN. No obstante, a ciencia cierta es muy difícil preverlo, “pero todos creemos que en los meses previos al verano 2022 todo podrá estar ‘casi normalizado’. Este verano, desde luego, esperamos que, desde el punto de vista turístico, todo mejore. La mejora en las medidas de higiene y seguridad, así como el avance en el suministro de vacunas, van a ayudar a que pasemos un verano mejor”, indica Mercedes Villar, Arquitecta & Departamento de MKT del Grupo Nofer.

No obstante, Ignasi Nuet, Director de Marketing y Comunicación de Genebre, cree que la certeza absoluta y fecha para solucionar la pandemia nadie la tiene clara actualmente, pero tener un alto porcentaje de la población mundial vacunada puede ser el inicio del fin de esta compleja situación. Pero lo que sí podemos asegurar es que estamos en el principio del fin, pero el camino es largo. “La recuperación no será 100% plena hasta que se recupere la movilidad internacional, se avance con la vacunación y se genere un protocolo seguro de movilidad. En estos momentos, la marca España necesita más que nunca de nosotros mismos para que el camino a la normalidad del sector sea lo más corto posible”, determina Oscar Conde.

Sin duda, la vuelta a una nueva normalidad es una carrera de fondo. Si bien sabemos que el camino hacia la adaptación de lo que entendíamos como turismo, hostelería y/o ocio es un proceso a largo plazo, “también es cierto que, a pesar de las restricciones y limitaciones al sector, no se ha parado. Se ha seguido luchando y trabajando por rediseñar e innovar en conceptos turísticos, habilitación y rediseño de espacios, medidas de seguridad, nuevas formas de comunicación, etc., para sobrevivir y resurgir más fuertes en el momento oportuno”, concluye Jordi Soler.

¿Un hotel poscoronavirus?

Los viajeros ya no buscan lo mismo que antes y todos los eslabones de la cadena tienen que adaptarse a lo que los consumidores requieren en la nueva normalidad. “Los turistas poscovid se han vuelto aún más exigentes por lo que, además de comodidad y servicios, buscan otros factores como la salud, la flexibilidad y la sostenibilidad”, especifica el Jefe Técnico Comercial, Servicios Auxiliares y Facility Management del Grupo EULEN. “El mundo cambia un poco cada día, es un resumen/la media de toda su existencia, y desde luego que la pandemia ya ha dejado cambio y huella. Habrá más preocupación y más leyes para una higiene antiviral, para virus actuales y venideros”, concreta Iñaki Aldanondo, Director Comercial de HAIMI.

En este sentido, el Director Comercial de DOMUS opina que es lógico que los hoteles tengan que adaptar sus métodos de



Foto: GEZE

NUEVA GAMA DE DESINFECCIÓN

Garantice **espacios seguros** con la desinfección de ambientes y superficies



Nebulizador electrostático de batería



Cabinas inteligentes de desinfección



Pulverizador de batería



Vídeo de utilización



Nebulizador electrostático



Vídeo de utilización



Vídeo de utilización



Generadores de vapor



Generadores de ozono



Vídeo de utilización



Nebulizador electrostático



Foto: Grupo Nofer

limpieza e higienización ya que los propios clientes lo van a demandar. “Mucha gente ha aprendido a valorar más la higiene, y los fabricantes de maquinaria para lavandería, que por suerte teníamos mucho camino hecho en este sentido, nos vemos reforzados y se nos escucha más”. “Esta pandemia marcará un antes y un después en el sector hotelero. A partir de ahora serán necesarios espacios más higiénicos y seguros y que logren tener la confianza de los usuarios”, corrobora Laura Tomás, Responsable de Marketing de Gabarró Hermanos. En relación a este tema, el Director Comercial Profesional B4B de Nilfisk Iberia pone como ejemplo cómo se han utilizado sistemas de protección del mando a distancia de la televisión en los hoteles mediante bolsas selladas u otros sistemas que mostraban este elemento como uno “casi a estrenar” en el momento de ocupar la habitación. “Esta situación era ya conocida hacía mucho tiempo en el sector de limpieza profesional, incluso con un estudio que indicaba que este objeto presentaba niveles de suciedad y de patógenos superiores a los presentes en un inodoro”.

Otros factores que se han identificado como claves son “la ventilación y las normas de higiene de los espacios más sensibles, como las zonas comunes, de restauración, instalaciones recreativas y deportivas, etc., estos procesos y protocolos perdurarán en el tiempo, aunque se haya superado la pandemia”, enumera el Director de Desarrollo de Negocio del Grupo SIFU.

Igualmente, la Responsable de Comunicación del Grupo Presto Ibérica asegura que los hoteles ya están buscando en la innovación tecnológica la seguridad y confianza que necesita el viajero, así como una mayor especialización donde se ponga en el centro la salud del viajero, no solo su experiencia.

Los amenities también evolucionan tras la pandemia, puesto que, “además de los consabidos elementos de higiene personal, se han completado con la llegada de geles

hidroalcohólicos, toallitas y mascarillas”, añade Antonio José Unzurrunzaga.

De este modo, “es posible que ciertos cambios o medidas que se implantaron a causa de éste se queden, como la automatización de procesos que antes eran manuales, véase el QR en los restaurantes para ver la carta o la ampliación de los espacios comunes en los alojamientos”, analiza el Gerente de Mirahostel.

En definitiva, el sector se ha tenido que replantear sus estrategias y servicios para adaptarse a la nueva demanda, lo que hace que la flexibilidad sea determinante. Además, “aunque la pandemia remita, los viajeros tomarán precauciones con la COVID-19 siempre en mente y las medidas de salud e higiene o la distancia social seguirán muy presentes”, indica Javier López Seisdedos. Así, “en los edificios de alta concurrencia como hoteles o como centros comerciales, por la necesidad de cumplir con las normas colectivas de salubridad, hemos descubierto la importancia del llamado ‘espacio intermedio’ en los edificios, que es el que transita del exterior al interior. La importancia de disponer de espacios abiertos y ventilados será una prioridad para muchos que hasta ahora no lo consideraban”, analiza la Arquitecta & Departamento de MKT del Grupo Nofer. Además, “a partir de ahora habrá normativas más estrictas en higiene y seguridad ambiental, espacios más abiertos, será imprescindible evitar las grandes aglomeraciones, etc.”, enumera el Director de Marketing y Comunicación de Genebre.

Además, desde GEZE detallan que nuestro hogar ha sido durante el año 2020 el lugar más seguro donde podíamos refugiarnos y estar “a salvo” de posibles contagios. “El hotel poscoronavirus deberá ser una extensión de nuestro hogar, un entorno donde sentirnos seguros, con confianza y sin miedo, lejos de nuestra residencia habitual, tanto por ocio, como por motivos profesionales. Todos los detalles –por muy pequeños que sean– que ayuden a esto marcarán la diferencia”.



Foto: Grupo Presto Ibérica

KÄRCHER

HASTA
15%
DTO.

REAPERTURA SEGURA DE HOTELES

Con Kärcher
es posible.



Es imprescindible cumplir con las expectativas de sus huéspedes. Superarlas los convierte en clientes habituales. [kaercher.com/es](https://www.kaercher.com/es)

*Promoción disponible hasta el 31 de julio de 2021



FORMACIÓN CONTRA EL CORONAVIRUS

El coronavirus ha modificado el perfil competencial de los profesionales. “La tecnología se ha revelado como el skill fundamental para todos los sectores. Las proyecciones apuntan a que casi la mitad de los trabajadores necesitarán volver a capacitarse para poner al día sus habilidades y conocimientos en los próximos años. Las nuevas competencias van a estar orientadas a tener una capacidad de aprendizaje continuo, orientación a resultados, flexibilidad, adaptabilidad y agilidad ante los rápidos cambios. Además de otras como pensamiento analítico y creatividad y habilidades personales como la autogestión, la resiliencia y la tolerancia al estrés”, analiza Antonio José Unzueta, Director de Desarrollo de Negocio de Grupo SIFU.

Por ello, Almudena Galindo Jiménez, Responsable de Comunicación del Grupo Presto Ibérica, considera que los fabricantes tienen la responsabilidad de trasladar nuestros conocimientos y formación sobre las nuevas tecnologías que fabrican para que puedan optimizar los resultados en las instalaciones y confíen en su funcionalidad para dar servicio a la población. En relación a este tema, “ha sido necesario adaptar la formación laboral a los nuevos protocolos, no solo

como protección para el personal formado, sino como prevención para el usuario/cliente final con quien el personal formado estará en contacto”, determina Oscar Conde, Connectivity Solutions Consultant de GEZE. Algo que corrobora Andreu Arrom, Director Comercial de DOMUS, quien expone que “muchos sectores y entre ellos el nuestro, hemos tenido que adaptarnos a una nueva manera de trabajar y sobre todo hemos tenido que formar a los usuarios de las lavanderías a un nuevo sistema de limpieza, higienización e incluso protección personal frente a la manipulación de la ropa de los clientes”.

Así, debido a los cambios y nuevas necesidades de los trabajadores, Javier López Seisdedos, Jefe Técnico Comercial, Servicios Auxiliares y Facility Management del Grupo EULEN, destaca que, igualmente, la pandemia ha motivado un cambio en el modelo, llevando el uso de entornos digitales de formación. “Ante esta situación ha habido que reinventarse para poder seguir formando al colectivo de trabajadores en el ejercicio de sus funciones, potenciando significativamente la formación a distancia, pero sobre todo la formación online”. Algo que facilitará que se lleve a cabo.

No obstante, desde el Grupo Dino no creen que vaya a haber un hotel específico poscoronavirus, “lo que sí estimamos es que hay ciertos productos que antes no eran de uso generalizado, que sí han venido para quedarse, como pueda ser el gel hidroalcohólico y los productos de limpieza desinfectantes”.

Un sector adaptado

La crisis de la COVID-19 ha abierto un periodo de reflexión sobre las carencias que existen actualmente en los edificios, tanto privados como públicos, que deberán adaptarse a los requerimientos de las autoridades sanitarias.

En este sentido, los principales requisitos que se busca actualmente son la higiene y la seguridad, indudablemente. “La concepción y diseño de baños, con griferías dotadas de sistemas electrónicos y temporizados que ayuden a evitar el contacto y, por lo tanto, la transmisión del virus es una demanda creciente en el sector hotelero”, especifica Jordi Soler (Ramón Soler®). Asimismo, Almudena Galindo (Grupo Presto Ibérica) destaca que están teniendo una gran demanda de grifería electrónica mediante sensor y dispositivos domóticos con control de gestión. “La grifería tiene una gran función hoy en día, proporcionar salubridad en todo sentido”. Así pues, Mercedes Villar (Grupo Nofer) concreta que se está yendo hacia una concepción del baño más segura e higiénica. “Siempre el diseño será fundamental, pero ahora más

que nunca la seguridad e higiene serán claves a la hora de proponer y diseñar nuevos proyectos y retos”. En resumen, todo lo que evite contacto y facilite la limpieza, sobre todo si hablamos de un tipo de edificación como es un hotel.

Por otro lado, desde el inicio de la pandemia, la demanda se dirigió en busca de soluciones hidroalcohólicas para los usuarios o huéspedes y productos desinfectantes para la seguridad de éstos en los espacios comunes. En este sentido, “los más demandados son los sobres de gel hidroalcohólico monouso y la botella de gel higienizante en formato 30 ml,

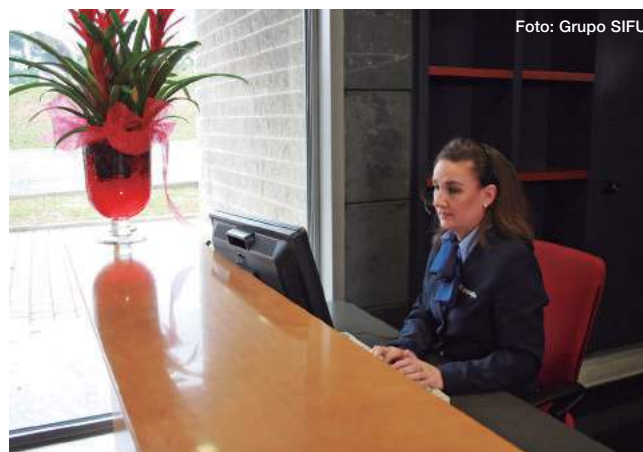


Foto: Grupo SIFU

ideal tanto para acompañar los amenities de bienvenida como para que el huésped pueda llevarlo cómodamente y tenerlo siempre a mano”, aclara Gerard Miranda (Mirahotel). Es indiscutible el incremento de ventas que ha experimentado esta categoría de productos en el último año. Además, detallan que los usuarios valoran positivamente y aumenta su sensación de seguridad si el establecimiento o alojamiento que visitan dispone de estos productos. “Creemos que el usuario busca en estos productos la seguridad de la protección contra el virus que ofrecen sin alterar la experiencia en el establecimiento o alojamiento donde se encuentra”.

Igualmente, también se buscará la desinfección en general, especialmente de aquellas superficies o zonas de uso común tanto por clientes como empleados, donde el tránsito o el uso es más elevado. Por supuesto, “para ello se emplearán desinfectantes que estén debidamente registrados y cumplan la norma viricida UNE EN 14476”, analiza Oscar Moral, Product Manager de la División de Higiene Institucional de Proquimia.

Igualmente, se ha avanzado en la implementación de maquinaria de limpieza. En este aspecto, Ricardo Benítez (Nilfisk Iberia) indica que se buscarán aspiradores que garanticen una calidad de aire interior y un filtraje superior gracias a su certificación, fregadoras que permitan reducir la gran cantidad de tiempo que se utiliza en la limpieza



Foto: HAIMI

manual de suelos y que permiten fregar siempre con agua limpia a diferencia de la fregona, así como máquinas de vapor profesionales para la limpieza y desinfección de detalle de multitud de superficies en las diferentes estancias del hotel. “Se trata de una gama de aspiradores con filtraje certificados que procuran un ambiente saludable en interiores, fregadoras compactas de suelos con sistema de bajo nivel de ruido y sistema de dosificación de desinfectantes, equipos de vapor

D'ROCIO
Luxury collection



Nueva gama de alta cosmética

Ahorra costes y genera menos residuos con nuestro formato Ecopump de 300ml



○□△□□● Gel Hidroalcohólico
 ●□△□□○ Champú con Acondicionador
 ●□△□□○ Champú sin Acondicionador
 ○□△□□○ Crema Hidratante
 ○□△□□○ Gel de ducha
 ○□△□□○ Gel de manos
 ○□△□□○ Acondicionador



**Incluye
Gel Hidroalcohólico**

**Dispensadores con soportes
triples e individuales**

Disponemos de diferentes soluciones dependiendo de la zona de uso





Foto: KALDEWEI

con aspiración incorporada para la limpieza y desinfección de superficies que incluyen un certificado de desinfección por laboratorio microbiológico independiente y nuestra última novedad consistente en una fregadora robotizada autónoma con luz ultravioleta para la limpieza y desinfección de grandes áreas de pavimentos interiores”. Estos sistemas ofrecen eficacia certificada de limpieza, ahorro de tiempo y la eficiencia de limpieza, reduciendo el consumo de recursos naturales como el agua, productos químicos y energía.

En otro orden, se ha intensificado el trabajo de mantenimiento de los sistemas de aire acondicionado y ventilación porque han sido los servicios más demandados. “Se han aprovechado los momentos de parada de la actividad esencial para poner a punto todas las instalaciones de aire y ventilación, porque ya no se ha tratado sólo de luchar contra el polvo, los ácaros y evitar las condiciones del crecimiento bacteriano; sino de ser conscientes de que una mala condición higiénica reduce la eficacia de cualquier operación que se lleve a cabo contra el coronavirus. Ya sean desinfecciones ambientales, nebulizaciones, limpiezas de superficies, etc., la realidad es que la suciedad en los sistemas de ventilación reduce drásticamente el efecto de los biocidas”, analiza Antonio José Unzueta (Grupo SIFU).

Consecuentemente, detalla, la auditoría de ventilación es uno de los servicios que ha cobrado mayor relevancia en los últimos meses. Los objetivos de esta auditoría son proveer una ventilación suficiente y efectiva, garantizando las renovaciones de aire que marca la normativa. “También persigue complementar la ventilación general con sistemas de control para la purificación del aire, como filtración de aire de alta eficiencia y luces ultravioletas germicidas. Otra de sus finalidades es evitar aglomeraciones, sobre todo, cuando no se cumplan los valores mínimos y, por último, garantizar las dos normativas principales que regulan la ventilación de edificios y locales: el RITE (Reglamento de Instalaciones Térmicas en los Edificios) y el HS 3 del Código Técnico de la Edificación”.

Por otro lado, otras soluciones que demanda el mercado a raíz de la COVID-19 van enfocadas a reducir el contacto con personas, en la medida de lo posible, y a intercambiar menos

objetos cotidianos de uso compartido. En este sentido, “la digitalización de las cerraduras está forzando una rápida transformación para adaptarse a la situación actual. El no uso de tarjetas que haya que tocar e intercambiarse en la recepción ha llevado a desarrollar dispositivos que puedan abrirse con el teléfono móvil, por ejemplo”, expone Victor Ciprian, Product Manager de TESA. De este modo, Oscar Conde (GEZE) asegura que los checkin digitales, los controles domóticos, la eliminación de las superficies de contacto y la renovación de aire natural no filtrado en habitaciones y zonas comunes, son esos pequeños detalles que ayudarán a aumentar la confianza del cliente en el entorno del hotel. “Afortunadamente los avances en tecnología y digitalización de los procesos nos permiten desarrollar soluciones que simplifican el checkin y el checkout en el hotel, haciendo al huésped más autónomo y reduciendo, por tanto, el contacto entre personas y el intercambio de objetos”, determina Victor Ciprian.

En resumen, la pandemia nos ha hecho evolucionar en lo referente a la seguridad y prevención de las personas, como en toda ola, tienen unos productos con más relevancia que otros, no obstante, hay algunos que se han instaurado de una manera permanente en el mercado y que adquieren gran importancia. “Estos productos son mamparas para los mostradores de atención a los usuarios, que permiten generar una barrera de contagio y mantener una distancia mínima. Otros que se han desarrollado, y que se han vuelto imprescindibles en ciertos sectores, son los medidores de CO₂, con ellos nos aseguramos que el ambiente es el



Foto: Mirahotel

adecuado en cualquier espacio cerrado y con independencia de los metros del espacio o de las personas que estén en él”, describen desde Grupo SIFU.

El auge de estos productos y soluciones es una necesidad, pero la gran pregunta en opinión de Oscar Conde es: ¿temporal o indefinida?. Esa es la gran duda a la hora de invertir en ellos por parte de los propietarios de los inmuebles, ya que tienen un coste que se debe asumir en un momento económico de grandísima dificultad. “Es por ello que su auge ha sido equilibrado entre la necesidad y la economía. Los usuarios buscan la máxima garantía de seguridad y la mayor simplicidad de funcionamiento. Los nuevos productos deben ser intuitivos e imperceptibles, la mejor forma de recuperar la ‘nueva normalidad’”.

En definitiva, todos tenemos muy presente que el sector turístico necesita la colaboración de cada agente implicado en cualquiera de sus aspectos. En el ámbito hotelero y hostelero, es importante la creación de espacios limpios, seguros y confortables, “con una sensación para el usuario de espacio diferenciado, que genere una experiencia y un recuerdo positivo, algo que aportará un valor diferencial, teniendo en cuenta las consecuencias psicológicas que ha generado la pandemia. Por esa razón, trabajar en la creación de griferías adaptadas a estas nuevas costumbres supone para nosotros una manera de potenciar este cambio”, determina Jordi Soler.

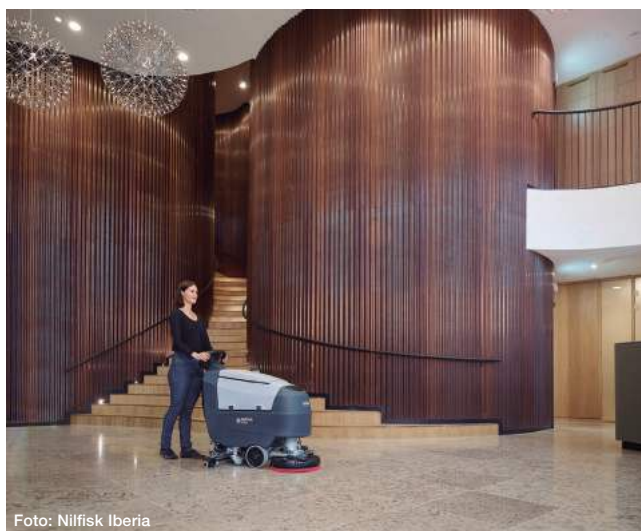


Foto: Nilfisk Iberia

Cambios en la restauración

Un punto destacable de un establecimiento hotelero eran sus grandiosos desayunos buffets, algo que se ha visto afectado por la aparición de la COVID-19. Sin embargo, consideramos que se trata de un apartado que volverá a primera línea, aunque de distinta manera, con más higiene de por medio. “Si todo el mundo se higieniza, las instalaciones también y nadie está



DependedeTí

PRODUCTOS QUÍMICOS G2 GREEN



www.g2green.es



Foto: Proquimia

contagiado, ¿por qué temer el contagio en un buffet más que en una barra de bar?”, se cuestiona Iñaki Aldanondo (HAIMI). No obstante, Antonio José Unzurrunzaga (Grupo SIFU) indica que, si ya estaban en cuestión, desde el punto de vista de la sostenibilidad por el desperdicio de comida por servicio, tras la pandemia se perciben como un problema añadido por la dificultad de mantener el distanciamiento social o el uso comunitario de la vajilla de servir (jarras, pinzas, etc.).

De este modo, desde el Grupo SIFU destacan que hay distintas tendencias en el sector para minimizar el contacto de los huéspedes entre sí y con los alimentos y superficies. Por ejemplo, “se está trabajando en servicios individuales, parecidos al catering de las aerolíneas, de forma que los desayunos puedan ofrecerse en bandejas personalizadas con todos los ingredientes solicitados a la temperatura adecuada”. Además, añade que también hay hoteles que están sustituyendo los buffets por desayunos a la carta, e incluso algunos que están poniendo en marcha un sistema híbrido en el que hay un buffet frío y se ofrecen los platos calientes a la carta. “Es pronto para asegurar cuáles de estas tendencias van a perdurar en el tiempo”.

No obstante, desde Capricho Andaluz aseguran que con la aparición de la COVID-19 se modificó la normativa en los establecimientos, por ello ofrecieron las monodosis a sus clientes para seguir cumpliendo con todas las medidas de seguridad e higiene. “Hemos notado una alta demanda de productos de un solo uso. Nuestro producto top ventas son las monodosis de aceite y vinagre. Las tarrinas individuales requieren una mínima manipulación, aumentando la seguridad alimentaria y disminuyendo las posibilidades de transmisión del virus. De esta forma podemos dar soporte a nuestros clientes ayudándoles a minimizar las posibilidades de contagio. Además, al ser un producto de un solo uso, es muy importante el camino hacia una economía circular: de esta manera reducimos residuos, haciendo del planeta un lugar más sostenible”, indican desde Capricho Andaluz. Sin duda, “los productos de un solo uso están siendo muy solicitados. Con el paso del tiempo cabe prever que, sobre todo por motivos medioambientales y de sostenibilidad, terminen por encontrarse soluciones que permitan una

rápida limpieza y desinfección que faciliten alargar la vida útil de estos elementos con total garantía”, indica Antonio José Unzurrunzaga. Además, desde Capricho Andaluz determinan que la tarrina de uso individual es segura, higiénica y sostenible. “Estos tres conceptos son requisitos muy demandados a raíz de la situación provocada por la COVID-19 y nos hemos adaptado para dar solución a los tres con nuestros productos”.

No obstante, hay que tener en cuenta que este tipo de establecimientos y zonas llevan abiertos meses y poco a poco éstos irán normalizándose aún más. En opinión del Grupo Dino, con una buena limpieza y mantenimiento diario con los productos adecuados, junto con una buena ventilación, no debe haber problema alguno para que no estén abiertos. En definitiva, “hay que tener en cuenta que el canal HORECA está trabajando muy duro para volver a la normalidad lo más pronto posible, ofreciendo las máximas garantías de higiene y seguridad”, concretan desde Capricho Andaluz.

La importancia de la tecnología

Sin duda las nuevas tecnologías han sido las protagonistas claves para sostener la actividad durante la pandemia, pero también en la vuelta a la denominada nueva normalidad. “Han sido de gran utilidad en la lucha contra el virus y seguirán teniendo un papel muy relevante en la nueva normalidad”, asegura Antonio José Unzurrunzaga. Las nuevas tecnologías y electrónica inteligente son fundamentales para garantizar la prevención y protección de las personas. “Las tecnologías que los grandes especialistas hemos ido desarrollando durante años han beneficiado a la lucha contra la COVID-19, ya que al tener recorrido y capacidad fabril han dado rápida solución a las necesidades urgentes desde el principio de la pandemia”, concreta Almudena Galindo. En este sentido, la tecnología nunca ha parado de desarrollarse, la crisis del coronavirus, al igual que otras crisis mundiales, está acelerando su desarrollo, porque, en opinión de Jordi Soler, marca un antes y un después en cómo entendemos el mundo y nos relacionamos con él. Ante esta realidad, la tecnología como herramienta para la innovación y el progreso, es el motor del cambio.



Foto: Ramón Soler®

Además, cabe destacar que “la domótica y la tecnología han colaborado con el control en la lucha contra la COVID-19, pero sobre todo han ayudado a facilitar y gestionar la prevención”, determina Oscar Conde. Un punto de vista que comparte Iñaki Aldanondo, quien destaca que con la tecnología se puede proteger más fácilmente, y es muy asequible. Ahora, por ejemplo, “cualquiera tiene acceso a un termómetro digital de detección de temperatura inmediata a un precio muy asequible. Hace 30 años esto habría sido imposible”.

Asimismo, las nuevas tecnologías digitales, donde lo virtual reemplaza lo físico en ámbitos como el consumo, la sanidad o la educación, entre otros, han hecho posible, en opinión de Jordi Soler, una convivencia y una comunicación adaptada a la necesidad de reducción o eliminación del contacto entre las personas. En esta misma línea, destaca que existen infinidad de tecnologías dispuestas a ofrecer soluciones; como la Inteligencia Artificial, que actuó al inicio de la pandemia y seguirá actuando en la lucha contra el virus, respaldando los sistemas sanitarios, controlando la propagación del virus mediante softwares de rastreo, predicciones del comportamiento humano, etc. “Otras como la realidad virtual y la realidad aumentada, el 5G, el IOT (Internet of Things) o la ciberseguridad. La capacidad de estos sistemas de aprender y adaptarse continuamente supone un pilar tecnológico para la era poscovid”.



Foto: TESA

En cuanto a la domótica, añade que en su sector tiene especial relevancia, por sus efectos en la vida cotidiana y en el hogar. “Los objetos que requieren el contacto para ser utilizados pasan a ser inteligentes, ayudando a desarrollar un estilo de vida más seguro e higiénico (griferías electrónicas y temporizadas, inodoros, interruptores, enchufes, mandos a distancia, puertas de acceso y cerraduras, gadgets y electrodomésticos...). Todos ellos los podemos controlar a

MYGYM

EQUIPAMIENTO DEPORTIVO DE ALTO DISEÑO SOLUCIONES PROFESIONALES Y SOSTENIBLES



+34 916 407 004



info@mygym.es



www.mygym.es

CERTIFICACIONES

Desde el principio de la pandemia, hoteles y organizaciones de distintas índoles se pusieron a trabajar en la creación de estas certificaciones, tanto desde entidades oficiales, como desde asociaciones o los propios hoteleros, con el objetivo de armonizar normas básicas que permitan garantizar la nueva normalidad en hoteles y establecimientos turísticos. En este sentido, “desde el punto de vista del cliente, los certificados, sobre todo los oficiales, son positivos porque contribuyen a incrementar su confianza en el establecimiento en concreto y en el sector en general”, concreta Antonio José Unzuurrungaza, Director de Desarrollo de Negocio de Grupo SIFU. Algo que comparte Almudena Galindo Jimenez, Responsable Comunicación del Grupo Presto Ibérica, quien indica que la certificación siempre ayuda a un óptimo cumplimiento y a asegurar los mínimos vitales para mejorar las condiciones de vida y del planeta en todo sentido. “Los fabricantes hacemos un gran esfuerzo para garantizar mediante certificación la mayor calidad posible”.



Foto: GEZE

En este sentido, “toda norma o certificación que garantice que se están cumpliendo unos requerimientos de higiene y seguridad ambiental siempre será beneficioso

para todos, aunque esto puede encarecer algunos productos y procesos”, concreta Ignasi Nuet, Director de Marketing y Comunicación de Genebre. Lo que comparte Joel Velásquez, Country Manager Iberia de KALDEWEI, indicando que las certificaciones son importantes para acreditar que se cumplen unos baremos estándar que diferencien un producto o servicio de otro, espero que se implementen normativas y certificaciones en este sentido.

Así pues, Oscar Conde, Connectivity Solutions Consultant de GEZE, considera que se trata de una medida con una doble dirección: garantía para el usuario de que se cumplen todos los protocolos de higienización y ventilación, y obligación para el propietario de cumplirlos. “Estamos de acuerdo en que debería existir un control a los proveedores y una certificación específica, pero esa certificación deberá ser realizada por un laboratorio autorizado en base a una norma, hasta el momento inexistente, los plazos actuales no nos permiten dilatar tanto la recuperación del sector. Se debería realizar una incorporación ágil, económica y progresiva de estos distintivos y certificaciones, siguiendo los pasos anteriores y con unos plazos asumibles a las estructuras de control, para que todas las propiedades/proveedores/personal tengan las mismas oportunidades de cumplir con ello”. Sin embargo, Patricio Ortega, Adjunto Dirección del Grupo Dino, opina que toda certificación puede ser buena, siempre y cuando ayude a las empresas y a los consumidores. Debemos tratar de evitar cualquier tipo de certificación que realmente solo suponga trabas al desarrollo de los negocios y que no aporten nada al consumo de los usuarios. “Todas las certificaciones que garantizan una correcta higienización o garantía de procedimientos seguros son positivas. Las certificaciones u homologaciones son un valor diferencial entre empresas y, por tanto, suponen, sin lugar a dudas, un beneficio y distintivo de calidad frente a los clientes”, puntualiza Gerard Miranda, Gerente de Mirahostel.

Así pues, si se hace de forma regulada y controlada por algún organismo oficial, Oscar Moral, Product Manager de la División de Higiene Institucional de Proquimia, lo ve algo positivo que ayudará a garantizar la seguridad de los usuarios y permitirá mejorar los procesos. Por desgracia, en su opinión, “el año pasado asistimos a la proliferación de numerosos distintivos ‘covid free’ que respondían más a campañas de marketing que a estándares de calidad reales y acreditados”.

través de sensores y asistentes de voz, por lo que permiten ya no solo reducir sino eliminar el contacto por completo durante su uso”.

En definitiva, tanto las nuevas tecnologías como la domótica han permitido automatizar procesos que usualmente estaban realizados por personas, reduciendo así el contacto entre usuarios. “Casos como el uso de QR para escanear los menús o el pago con tarjeta o con móvil, son procesos que han beneficiado la reducción de la interacción por contacto de las personas”, determina Gerard Miranda.

Foto: Borges _ Capricho Andaluz





somos fabricantes

Revestech, se ha convertido en un partner de confianza entre los profesionales del sector de la construcción, gracias al desarrollo de varios sistemas constructivos que resuelven los distintos problemas de **impermeabilización**, **desolidarización**, **drenaje y canalización**. Todo ello mediante la aplicación de nuestras **láminas**, totalmente adheridas a la cerámica con cemento cola C2 S1/S2 en capa fina. Además ofrece una amplia gama de **kits** para la **impermeabilización** de duchas y zonas húmedas.



revestech
C/La Rioja,4
03006
Alicante
España

Tel. +34 965 10 65 69
www.revestech.com



■ Rentokil Initial analiza las medidas higiénicas elementales para elevar la calidad de un establecimiento vacacional ■



El año 2020 resultó ser una catástrofe para el turismo, con las fronteras cerradas e importantes restricciones de movimiento con otras ciudades y comunidades españolas. Gracias al avance de la vacunación, España empezó a recibir desde el 24 de mayo visitantes de países considerados como seguros: Reino Unido, Australia, Nueva Zelanda, Singapur, Israel, Corea del Sur, Tailandia, Japón, China y Ruanda y desde el 7 de junio se abrieron las fronteras para viajeros de cualquier país del mundo siempre y cuando hayan recibido la pauta completa de vacunación. No obstante, no hay que olvidar los grupos de población aún no vacunados y el riesgo latente de una posible nueva infección, a pesar de todos los esfuerzos preventivos.

Los alquileres vacacionales, sin duda uno de los subsectores del turismo más dañados por la pandemia, deben prepararse para recibir esta oleada de clientes que ahora más que nunca exigen una experiencia segura para sus vacaciones. No basta con tener el alojamiento limpio y despejado, además,

hay que identificar los puntos de riesgo sanitario y aplicar medidas preventivas.

Medidas preventivas que generan un plus de calidad a un establecimiento vacacional

Limpiar y desinfectar, principales diferencias

Con y sin pandemia, los gérmenes forman parte de la vida diaria. Limpieza y prevención son dos aspectos fundamentales, sin embargo, no es lo mismo limpiar que desinfectar. La limpieza elimina la suciedad, el polvo, pero no los gérmenes; la desinfección sin embargo los reduce a un nivel seguro. Aplicado a los alojamientos vacacionales, es un tratamiento añadido a la limpieza habitual especialmente recomendable en las zonas de paso y objetos que se tocan con frecuencia, como encimeras, grifos, interruptores, mandos, etc.

Las soluciones de desinfección de Rentokil para las limpiezas en profundidad periódicas o para cuando se sospecha de casos de Covid-19 garantizan altos niveles de higiene y devuelven a la propiedad la seguridad operativa rápidamente.

Los desinfectantes de superficies pueden proteger de la contaminación durante 24 horas, limpiando todos los puntos de contacto y superficies clave del inmueble.

También hay desinfectantes específicos para textiles, que pueden proteger entre 7 y 30 días los textiles tratados.

Para la desinfección rápida de áreas más grandes, se puede utilizar la nebulización de desinfección de volumen ultra bajo (ULV), llegando a áreas que pueden ser de difícil acceso por métodos de limpieza manual.

Existe una gama de sprays y toallitas para superficies que pueden eliminar los patógenos y evitar la contaminación cruzada. Algunos sprays desinfectantes para grandes superficies y toallitas para superficies pueden ofrecer incluso una protección de hasta 24 horas.

Seguir estos consejos de higiene ayudará a detener la propagación de gérmenes, a tranquilizar a los clientes y a demostrar un alto nivel de higiene en los alojamientos.

Soluciones de ventilación y cuidado del aire

Más de 39 expertos mundiales han firmado un reciente artículo en la revista Science sobre los mecanismos detrás de la transmisión de infecciones respiratorias y cómo se debería impulsar un cambio de paradigma en el abordaje de la transmisión de estas enfermedades, al igual que se realiza con las enfermedades de transmisión por el agua o los alimentos. Mantener limpio el aire y la ventilación, son asuntos vitales para prevenir contagios en espacios de uso público.

Las investigaciones demuestran que estar en una habitación con buena ventilación puede reducir el riesgo de infección por partículas en más de un 70%, ya que la renovación del aire disminuye la concentración de agentes patógenos.

Para mejorar la calidad del aire y proteger a los huéspedes, los propietarios de alquileres vacacionales deberían tener en cuenta las siguientes medidas: disponer de un sistema de filtración de aire adecuado y mantener los filtros correctamente, asegurarse de que las ventanas estén abiertas durante periodos regulares a lo largo del día y animar a los huéspedes a abrirlas cuando la calidad del aire exterior sea aceptable y mantener la humedad en niveles que limiten la proliferación de patógenos y sean propicios para la salud y el bienestar.



■ Kärcher muestra sus productos para la reapertura segura de hoteles ■

KÄRCHER



potentes y compactos que ofrecen un gran número de soluciones prácticas.

Pulverización y aspiración combinadas: los lava-aspiradores han sido concebidos para limpiar a fondo y rápidamente superficies de moquetas y tapicerías, incluso en lugares transitados.

Barrer sin esfuerzo: las barredoras manuales ahorran tiempo y evitan grandes esfuerzos físicos para limpiar superficies pequeñas y grandes rápidamente y en profundidad.

El huésped es el rey. Y le gusta la limpieza y el silencio. En cualquier sitio y en todo momento. Los sistemas de limpieza para interiores deben, por tanto, reunir características especiales: han de ser silenciosos y discretos, ergonómicos, transportarse fácilmente y poder utilizarse en espacios estrechos. Características que también hacen más fácil y agradable el trabajo con estas máquinas para el usuario.

Vapor continuo: las limpiadoras de vapor de Kärcher con sistema de 2 depósitos para un trabajo continuo sin necesidad de pausa para el enfriamiento. Ideales para desinfectar cualquier zona del hotel, desde la cocina a los baños y todos los elementos que necesiten ser higiénicamente seguros. Con su limpiadora de vapor SG 4/4 podrá realizar una limpieza desinfectante eficaz con medios sostenibles en cualquier lugar donde se hayan reunido varias personas. Las limpiadoras de vapor profesionales de Kärcher son sistemas probados, algunos con certificación HACCP, capaces de inactivar hasta el 99,99 % de virus epidémicos como el SARS-CoV-2, el virus de la gripe y hasta el 99,999 % de las bacterias.

Es imprescindible cumplir con las expectativas de sus huéspedes. Superarlas los convierte en clientes habituales.

Si hay algo que destaca entre lo que ofrece a sus huéspedes, es el dejarles una buena sensación. Este es el resultado de muchas prestaciones combinadas para formar una imagen general. Recibirá lo mismo de nuestra parte: una agradable sensación al lograr unos resultados de limpieza perfectos en todas las áreas.

Una gestión sostenible de la higiene es hoy una norma establecida en el sector hostelero y gastronómico moderno. Contribuye al bienestar de los huéspedes y refleja los valores de la casa. Además, las instalaciones pueden utilizarse durante más tiempo si están atendidas de modo profesional. Quien piensa en términos económicos y racionales, invierte en sistemas de limpieza Kärcher: de poco consumo, intuitivos en el manejo y extraordinariamente duraderos.

En todo el mundo, la marca Kärcher significa fuerza, calidad e innovación, así como capacidad de limpieza, dónde establece estándares. Para la hostelería, el sistema de Kärcher ofrece soluciones convincentes para cada necesidad y exigencia: equipos, accesorios y detergentes perfectamente adaptados entre sí. Máxima capacidad, eficiencia y rentabilidad, gracias a la innovadora técnica, al consumo eco!efficiency y a su durabilidad. Además, los equipos son gratamente discretos, con una

estética claramente poco llamativa en un clásico color antracita. También en el aspecto acústico son discretos, gracias a un nivel sonoro extraordinariamente bajo.

La primera impresión es la que cuenta. En ningún otro sitio es este dicho tan cierto como en el sector hostelero. Ya al acceder a la recepción, el huésped debe ver y sentir que ahí la limpieza es una prioridad. Los hoteles y proveedores líderes confían en el líder mundial Kärcher. Desde las fregadoras-aspiradoras para el vestíbulo, hasta los increíblemente silenciosos aspiradores para las salas comunes, Kärcher tiene el sistema de limpieza adecuado para cada finalidad.

Aspiración exigente: los aspiradores en seco y las escobas eléctricas son equipos





Electrolux

ELECTROLUX PROFESSIONAL Nueva libertad en la cocina con LiberoPro

Electrolux Professional ha desarrollado la Línea LiberoPro, una gama de productos modulares de cocción profesional plug & play, para clientes que deseen ofrecer una experiencia gastronómica excepcional, aunque flexible y moderna, en un pequeño espacio, interior y exterior. Puedes confiar en este extraordinario "socio de cocina" y trabajar 8 horas diarias de manera ininterrumpida, con una solución sencilla y compacta de placas de inducción que ofrecen hasta un 90% de eficiencia energética. Nueva libertad en la cocina: eso es LiberoPro. LiberoPro es una solución flexible, profesional y plug & play. El aliado perfecto para dar alas a tu creatividad y satisfacer tus necesidades de negocio. Las placas de cocción se pueden usar con otras soluciones de cocción horizontales de Electrolux Professional para crear un espacio de trabajo elegante y eficiente. Los ingredientes frescos significan calidad. El punto LiberoPro con cajones refrigerados integrados nunca te decepcionará. Gama de temperaturas de cajón: 0°/+10 °C con regulación independiente. Cajón refrigerado (compatible con GN): 37 litros. Cajón neutro opcional (compatible con GN): 30 litros.



JUNG Nuevo detector de movimiento Mini Basic para KNX



Simplificado hasta lo esencial, el nuevo detector de movimiento Mini Basic de JUNG tiene una precisión máxima en un radio de tres metros, independientemente de la intensidad de la luz. Su diseño minimalista, sobrio y de alta calidad supone una gran ventaja en entornos muy variados como hoteles, oficinas o viviendas, tanto en rehabilitaciones y reformas como en obra nueva. Por ejemplo, resulta especialmente rentable y eficiente para facilitar el control de estancias en habitaciones de hotel desempeñando la función Occupancy. En este caso, el detector de movimiento Mini Basic de JUNG puede sustituir al tarjetero de hotel si se combina con otros componentes KNX como puede ser una fuente de alimentación con interfaz IP. Así, si un huésped entra en la habitación, el dispositivo lo detectará y enviará la señal precisa para que el sistema conecte la climatización, la iluminación o la escena de bienvenida programada. Sin duda, esto supone una gran ventaja económica, de eficiencia y sostenibilidad para el establecimiento. Por otro lado, el detector de movimiento Mini Basic de JUNG tiene un diseño muy discreto que le permite integrarse en cualquier decoración. Una vez instalado, pasa totalmente inadvertido ya que el anillo exterior de 52 mm de diámetro que rodea la lente apenas es visible.



MÖWEE Lace Collection, la combinación perfecta de materiales para el exterior

Möwee presenta su colección Lace, ideal para viviendas, hoteles o restaurantes, se caracteriza por sus formas orgánicas y su adaptabilidad a diferentes estilos y necesidades. Si lo que se quiere es crear una zona destinada al relax se puede apostar por una pieza que es tendencia. Los daybed satisfacen distintas necesidades en un único mueble. Si por el contrario lo que se desea es una composición de mesas y sillas o sillones, esta colección ofrece infinidad de posibilidades gracias a sus diferentes referencias. Todo dependerá del espacio del que se disponga. Lace es una serie completísima definida por la calma, la comodidad y la ligereza. Formas con volúmenes y cantos redondeados, gracias a su proceso de fabricación mediante rotomoldeo. Esta se completa con sofás, sillones, daybed con iluminación led, mesas, taburetes, macetas con reserva de agua y lámparas autónomas con batería. La característica diferenciadora es la reducción de los volúmenes en polipropileno incorporando al diseño unas estructuras de acero inoxidable que descargan el peso visual de las piezas. La combinación de sus materiales la convierten en una colección cómoda y ligera. Una amplia gama de colores: blanco, crema, chocolate, negro, burdeos y gris completa la oferta de esta serie. Los responsables de su creación han sido Clara del Portillo y Alex Selma de Yonoh Studio.



RATIONAL Presenta iKitchen la solución más flexible, interconectada e única



La escasez de personal cualificado, la presión de los costes y la digitalización son los retos a los que se enfrentan los profesionales de la restauración industrial. A esto hay que añadir las crecientes expectativas de los clientes en cuanto a calidad, dietas especiales y variedad de menú. "Para dar solución a estos retos, hemos combinado con el iCombi Pro, la iVario y ConnectedCooking, una única solución de sistemas de cocción bajo el nombre de iKitchen", explica Ghaim Kidane, Key Account Manager para colectividades. El objetivo es facilitar el trabajo, sobre todo en las grandes cocinas a partir de un volumen de más de 400 comidas al día, agilizar los procesos y ahorrar así espacio, costes, energía y materias primas. Las dos interfaces de usuario del iCombi Pro y de la iVario Pro son idénticas y guían al usuario en los procesos según el mismo principio, lo que facilita mucho el uso de estos dos equipos. Además, los dos sistemas de cocción disponen de funciones inteligentes que, una vez más, facilitan su manejo y reducen considerablemente la tasa de errores. Así, incluso el personal sin formación puede acceder fácilmente a los distintos procesos de cocción.



DOM-MCM Asegure su negocio desde su smartphone con la nueva ENiQ® App

DOM-MCM presenta la nueva ENiQ® App, una aplicación especial para smartphone que permite gestionar la seguridad de su edificio o su negocio. ¿Quién tiene las llaves del edificio? ¿Quién entra y sale cada día? ¿Qué ocurre si desaparece una llave? Estas son algunas de las preguntas que se hacen la mayoría de los propietarios de empresas a la hora de gestionar el acceso a sus instalaciones. Esta aplicación de DOM permite controlar todos sus dispositivos digitales y transponders registrados desde su smartphone, sin costosos programas informáticos, y total seguridad. ENiQ® App, ofrece una visión global en una única app, puede otorgar y revocar accesos de forma remota en hasta 100 puertas y 500 transponders, permite gestionar un horario semanal para sus empleados y experimentar otras potentes funciones desde una sola aplicación. Es compatible con otros sistemas de cierre digital y tiene dos métodos de programación: Data on Device y Data on Card. Para registrarse sólo se necesita un ID de Google. Todos los datos se almacenan localmente en la memoria de su smartphone. Incluso si la situación de su empresa cambia y quiere actualizarse a una solución de software web, este sistema le asegura experimentar una transición sin problemas.



GROSFILLEX Nueva mini tumbona



* 63 cm ancho por 105 de profundidad.

La calidad se une a la última tecnología y los recientes resultados, presenta unas líneas que se distinguen por un diseño impecable y de tacto inmejorable. Las nuevas tendencias en acabados y materiales completan la idea de estancias cómodas, de línea atemporal y calidad excepcional. La técnica aplicada es de última generación, integrada de forma visible en los nuevos productos para proporcionar bienestar al usuario más exigente. De esta forma, Grosfillex puede garantizar a los clientes una larga vida útil en todos los productos, así como la posibilidad de intercambiar las telas para que el mobiliario siempre esté impecable. La mini tumbona Transat Sunset, es polivalente, compacta y plegable; ofrece cinco posiciones de regulación. Se amplían a diez las opciones para combinar estructura + tela, armonizando su combinación en los espacios exteriores. Los acabados: Beige Chiné, Turquesa Chiné, Blanco, Marron Chiné, Gris, Gris Chiné. Todas las telas con tratamiento Microban, protección anti-microbiana, anti-moho, anti-fungicida. Sus medidas son: 75 cm h



QUALITY ESPRESSO Lanza el nuevo Molino Q10 EVO

Quality Espresso acaba de lanzar al mercado el nuevo molino Q10 EVO que supone una evolución y mejora, tanto en diseño como en prestaciones, del mítico molino Q10. El molino Q10 EVO es la partitura del café espresso perfecto, el preludio del café más aromático porque sólo con el mejor molido se podrán extraer los mejores aromas y sabores en cada taza de café. Presenta un nuevo diseño con una imagen más moderna, adaptable a cualquier entorno, con un nuevo diseño de la carátula y el frontal, disponible en 4 colores (blanco, gris, bronce y negro), nueva apertura ergonómica de la tapa de la tolva y nuevo diseño del pomo de regulación. También incorpora una intuitiva pantalla táctil capacitiva LCD de 3,5" personalizable que permite insertar imágenes personalizadas mediante el puerto USB, además de configurar los parámetros para el molido perfecto, la programación hasta en 12 idiomas y la actualización del software. Estamos ante el molino más rápido del mercado, que realiza el molido de forma instantánea, tanto para una como para dos dosis, ofreciendo tres modos de trabajo: premolido (ideal para elevados flujos de trabajo), molido instantáneo y molido manual con fresas de acero de alto rendimiento de 64 mm para obtener una regulación "micrométrica" del punto de molido (0,002 mm). Y gracias al nuevo sistema DCS (Dose Consistency System) de dosificación del café molido se incrementa la regularidad, consistencia y precisión en cada dosis de café.



QUONEXT QuoHotel: la solución de gestión hotelera 100% integral



QuoHotel es la solución de gestión hotelera ideal para cualquier tipo de negocio hotelero. Este software de gestión está desarrollado sobre el ERP Microsoft Dynamics 365 Business Central, o lo que es lo mismo, cuenta con tecnología de vanguardia para ayudar a las compañías en sus procesos de transformación digital. QuoHotel es un sistema de gestión 100% integral que incorpora el PMS para la gestión del día a día, un ERP para todo lo relacionado con las finanzas, el CRM para tener el control de los clientes y mejorar su satisfacción y otras herramientas como Business Intelligence para disponer de toda la información de forma clara, visual y en tiempo real. Además, integra servicios adicionales como TPVs, gestión de SPA y balnearios, gestión de salas, entre otros. Es un software de gestión diseñado para cualquier tipo de negocio hotelero ya sean cadenas hoteleras u hoteles independientes. Además, es una solución escalable pensada para el crecimiento de la compañía y permite la integración de softwares de terceros. QuoHotel es un software de gestión desarrollado por la compañía CEI Europe y cuenta con más de 700 implantaciones a nivel mundial.

Grupo Hotusa lanza la consultora RESOLUCIONA



Encuadrada en su política de fijación de alianzas estratégicas, y tras el lanzamiento de las iniciativas “Revprice” (revenue management) y “Weglobeyou” (marketing digital), Grupo Hotusa lanza, en colaboración con la empresa luso española Talentoira Lda, el proyecto RESOLUCIONA. Se trata de una apuesta innovadora, siendo,

a nivel comunitario, la primera compañía especializada en el acceso a subvenciones y financiación europea focalizada en el sector turístico.

El objetivo de la iniciativa es mejorar la cooperación público-privada y maximizar la cifra de oportunidades para el sector hotelero evitando el desequilibrio entre fondos públicos asignados y no ejecutados que terminan retornando al financiador. Los motivos fundamentales que provocan que gran parte de las ayudas que las administraciones asignan para las PYMES, no sean, en muchos casos, ni siquiera solicitadas son: las dificultades de acceso e identificación de fondos europeos para el sector turístico, interpretación del lenguaje administrativo y neo lenguajes de las bases reguladoras, el exceso de burocracia y el riesgo sobre la elegibilidad de los gastos o inversiones, así como la interpretación de las bases reguladoras sobre los mismos.

El Madrid Marriott Auditorium vuelve a abrir su piscina



Con el verano a la vuelta de la esquina, muchas personas comienzan a marcar en su calendario sus merecidos días de descanso o, simplemente, un momento de evasión que les aleje de la rutina y del día a día que en ocasiones se vuelve sinónimo de estrés. Para ello, Madrid es el lugar idóneo donde hacer turismo entre cultura y patrimonio, paseos en barca y puestas de sol con el Palacio Real de fondo. La mejor forma de disfrutar descansando tiene un nombre: Madrid Marriott Auditorium. El establecimiento reabrió el pasado 15 de junio las puertas a un rincón que va en total consonancia con la estación en la que nos encontramos: su piscina.



Con un techo panelable que se abre al verano para disfrutar del cielo azul, la piscina del Hotel & Conference Center cuenta con un espacio para tomar el sol, de estilo moderno, abierto de 11:00 de la mañana a 21.00 horas de la noche durante todos los días de la semana. La solución perfecta para hacer frente a los días soleados de la capital española. Y si de lugares veraniegos se trata, el alojamiento los tiene todos. Tras un relajante baño en su piscina, no hay nada mejor que calmar el apetito con los sabores americanos más deliciosos o la sed gracias a un refrescante cocktail en la terraza al aire libre de uno de los espacios gastronómicos más especiales del establecimiento: el Champions Bar. Un espacio que combina a la perfección gastronomía, ocio y deporte a partes iguales.

Vincci Hoteles busca recuperar el espíritu del verano más urbanita



Como parte de su afán por recuperar el espíritu del verano y recobrar la magia que ofrece el deseo de viajar, Vincci Hoteles presenta Urban SUMMER SPIRIT, una propuesta



para descubrir cualquiera de las magníficas ciudades que hay a lo largo de nuestra geografía o volver a visitarlas, después de unos meses en los que no se ha podido debido a las restricciones de movilidad. Urban SUMMER Spirit está pensado

especialmente para aquellos que quieran aprovechar los meses de verano para conocer alguno de los destinos urbanos en los que Vincci Hoteles está presente, desde uno de sus magníficos alojamientos situados en el mismo corazón de la urbe, o bien regresar a aquellos lugares que siempre han recordado con cariño y volver a recorrer sus calles que no han podido volver a pisar desde que comenzara la pandemia, además de disfrutar de toda su oferta cultural y de ocio.

Urban SUMMER SPIRIT forma parte de la campaña de verano de la cadena, “VINCCI SUMMER SPIRIT. Este viaje lo hacemos contigo”, que quiere recuperar el espíritu del verano tal y como siempre lo hemos conocido, y ofrece múltiples destinos y opciones para que cada viajero pueda diseñar su verano a medida, a medida de sus gustos y por supuesto también a medida de sus posibilidades de viajar, siempre entre las máximas garantías de bienestar gracias a todas las medidas implantadas dentro de su sello de bienestar VINCCI CARE.

Zielou presenta su nueva propuesta gastronómica



Con la llegada de los meses primaverales y veraniegos, Zielou, el restaurante conocido por acercarse al cielo de Madrid a través de la mejor cocina de vanguardia, ubicado



en el ático de la Estación de Chamartín, renueva su propuesta gastronómica con una carta en la que destacan los sabores frescos e intensos, que promete hacer viajar al comensal.

Kiko Solís, con una personalidad transgresora entre fogones, como chef ejecutivo de Zielou, se reinventa dando paso a un oasis de emociones, jugando con degustaciones dulces, saladas, cítricas o picantes. “Sin olvidar mis orígenes como alicantino y mis inicios en el universo de la cocina, he pretendido crear una carta rica en diferencias, donde la tradición es la base de cada resultado, pero siempre, con un giro internacional para hacer viajar al cliente”, declara Kiko.

Apostando por una travesía gastronómica y la mejor selección de la materia prima, encontramos novedades como: las zamburiñas con gremolata siciliana y lemon curd, un bocado del Mar Cantábrico con toques cítricos e italianos; gyoza de Heura y korma acompañadas de espuma de parmesano, lima kaffir, mermelada de chipotle y pan de focaccia, un maridaje perfecto entre la cultura oriental con carne vegetal e Italia...

Los sillones de Mavilop, fusionados con la moda de Pablo Erroz

mavilop



El sector del mobiliario y la decoración está en pleno cambio, y muestra de ello, es la innovación y las sinergias con otras manifestaciones creativas como son la moda o el diseño. En la Mercedes Benz Fashion Week Madrid, la empresa Mavilop, dedicada al mobiliario contract, se subió por primera vez a la pasarela de la mano de diseñador Pablo Erroz.

El diseñador mallorquín presentó su Colección de moda Non Seasonal 22 fusionándola con los sillones modulares Alaska muy dinámicos y versátiles, que

ofrecen una gran variedad de posibilidades decorativas.

A su vez, Erroz presentó una colección que, fiel a su estilo, sigue apostando por eliminar las temporadas para promover un consumo más sostenible y respetuoso con el medio ambiente; y en la que introdujo elementos asociados a la decoración y al mobiliario creando un universo creativo totalmente integrado.

El tapizado, diseñado íntegramente por Pablo Erroz, fue realizado artesanalmente por los profesionales tapiceros de Mavilop y el textil elegido fue el tejido Silvertex de la firma Spradling: Un tejido basado en la innovación y la sostenibilidad, gracias a un largo ciclo de vida del producto. De forma que la marca Erroz se hace tangible, ahora también, en el mobiliario a partir de la línea de sillones de Mavilop. No es frecuente ver en la pasarela esta simbiosis entre moda y decoración; pero esta iniciativa abre un camino de colaboración entre dos sectores que tienen mucho que ver entre sí.

Testo Patrocinador en la Asociación Empresarial de Marcas de Restauración



La decisión estratégica de Testo de posicionarse como el partner más seguro y fiable para la implementación de un sistema digital de gestión

de calidad en el sector de la restauración organizada, obliga a la compañía a seguir dando pasos firmes para estar más cerca del sector conociendo sus necesidades reales y también ofreciendo las mejores soluciones en la digitalización de los sistemas de gestión de Calidad.



Con ese fin, Testo entra en la Asociación Empresarial de Marcas de Restauración junto a otras marcas de renombre como patrocinador exclusivo

en su categoría. La participación en diferentes actividades programadas para este 2021 ilusiona a ambas entidades y permite ofrecer a la restauración organizada soluciones y grandes apoyos para consolidar el 2021 como el año de la recuperación del sector.

Inetum adecúa su oferta a las necesidades del mercado Hospitality & Travel

inetum.1
Positive digital flow



En Inetum adaptan su oferta a las necesidades del mercado Hospitality & Travel con un modelo de generación de valor enfocado en el cliente final. Para ello generan 5 dominios digitales de transformación en los cuales posicionan sus servicios, soluciones y tecnologías:

- Cliente digital: potenciar la adaptación de la empresa a las necesidades del cliente final.
- Experiencia de usuario: mejora la experiencia del usuario y aplica sistemas predictivos para incrementar su satisfacción, fidelizarlo y maximizar los beneficios.
- Capacidad digital de la organización: mejora notablemente la automatización de los procesos de la empresa, consiguiendo metodologías de trabajo más adecuadas y precisas que impulsen la productividad.
- Interconexión de ecosistemas: automatiza la interconexión entre los diferentes players de los servicios para prestar un servicio final más completo y eficiente.
- Habilidades digitales: incorporación de sofisticados sistemas de última generación para potenciar la experiencia del cliente final, la percepción de innovación, la venta y la eficacia en el trabajo.

Televisión potencia sus soluciones para el sector Hospitality en Anga Com Digital 2021



Como patrocinador bronce del evento virtual, Televisión centró su presencia este año en el sector de la hostelería, con un stand digital que

explica las bondades de sus infraestructuras de telecomunicaciones para hoteles y hospitales, donde se integran los sistemas de gestión del establecimiento junto con los servicios audiovisuales más avanzados



para sus huéspedes, en una única red multiservicio de alta velocidad.

El sector Hospitality se ha convertido en un pilar estratégico en el portfolio de Televisión, desplegando redes multiservicio de fibra óptica e inalámbricas, donde el hotelero puede integrar su software de gestión PMS y BMS para brindar control de servicios en todo el edificio, como CCTV, programación de iluminación y climatización, o vigilancia de accesos de entrada. Televisión ha desarrollado tecnologías para ofrecer información y entretenimiento en cualquier pantalla de TV y personalización de contenidos para cada habitación, como IPTV, televisión interactiva, casting de contenidos, etc., mediante el despliegue de soluciones Fiber to the Room (FTTR), puntos de acceso Wi-Fi y portales de Señalización Digital, que ha desplegado para cientos de hoteles y hospitales de todo el mundo.

Los datos proporcionados en este formulario de suscripción serán añadidos a la base de datos de Editorial Protiendas, S.L., con el fin de mantener contacto con el cliente y ofrecerle información sobre novedades y productos de la empresa. El cliente podrá ejercer los derechos de acceso, cancelación, rectificación u oposición en Avenida Juan Carlos I - nº 13 - 6ºA - Edificio Torre Garena - 28806 Alcalá de Henares (Madrid).

Todos los servicios de Higiene Ambiental en un único proveedor



Control de plagas



Legionella



Calidad Ambiental Interior



Limpieza de conductos de aire acondicionado



Desinfección



Higiene del Aire



Higiene de las manos



Higiene en aseos



www.rentokil-initial.es
900 80 40 61

**PROMOCIONES ESPECIALES
PARA REAPERTURA DE NEGOCIOS**



ÚNETE A LA REVOLUCIÓN COOK&CHILL

**Productividad, facilidad de uso y rendimiento nunca antes vistos.
Los Hornos y Abatidores están perfectamente sincronizados gracias
a la exclusiva tecnología SkyDuo.**

Descubre una experiencia Cook&Chill increíble.

ELECTROLUX PROFESSIONAL SKYLINE, EL NUEVO HORIZONTE EN LA COCINA.

**Para más información, llama al tel.: 91 747 54 00
o envía un correo electrónico a
marketing.es@electroluxprofessional.com**

