

Nº 47 / ABRIL 2022

HOSTELPRO

REVISTA DEDICADA AL SECTOR HOTELERO Y DE LA RESTAURACIÓN

ESPECIAL HOSTELERÍA VACACIONAL

Barceló La Nucía Palms, Alicante

Tejada Mar, Barcelona

REPORTAJES:

Software de gestión hotelera

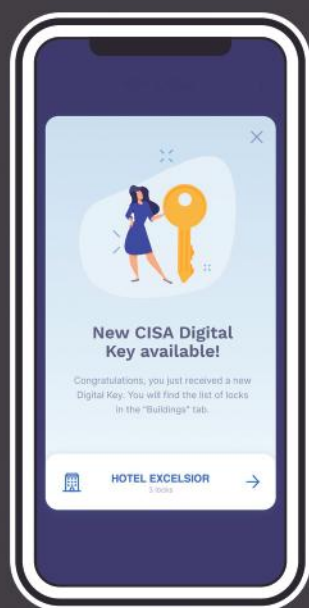
Servicio de mesa

Tecnología y eficiencia



CISA eSIGNO 2.0 Smart access

Cerradura de proximidad
evolucionada



Instalación
rápida



Wireless/Bluetooth



Llave mecánica de
emergencia



Accionamiento
con pilas



No molestar



Configuración
compacta



Tecnología de
proximidad



Control remoto



Sin cables



Smart Access
Aplicación

Diseño elegante y compacto, tecnología versátil

CISA eSIGNO 2.0 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 y estético, integrándose perfectamente con el estilo de cada interiorismo. CISA eSIGNO 2.0 funciona de forma intuitiva, simplemente acercando la tarjeta al lector mediante la tecnología contactless, compatible con tecnologías NFC, wireles y bluetooth.

Para obtener más información, visite cisa.com

SUMARIO

STAFF

Editora / Directora:

Pilar Romero

Redactora:

Laura García

Administración:

Alicia Écija

Departamento Digital:

Andrea Sánchez y José F. García Cervera

Maquetación:

Marisol Navalón

Departamento Comercial:

Carmen Sánchez y Paloma Elices

Soporte Informático:

Dimanet Informática

Impresión y Fotomecánica:

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

Distribución:

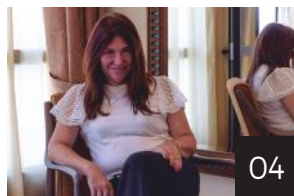
A&D Publicidad Directa, S.A.
Depósito Legal: M-12454-2012
ISSN: 2254-2809
ISSN Digital: 2792-9736

Editorial Protiendas, S.L.U.

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
contacto@editorialprotiendas.es

P.V.P. del ejemplar: 15 euros

pro
tien
das
editorial



04

INTERIORISMO
María García
THE WALLER



18

ENTREVISTA
Andrea Spada y Michele Corbani
Fundadores de ILMIODESIGN
Interioristas Barceló La Nucía Palms



22

PROYECTO DE RESTAURACIÓN
Tejada Mar, Barcelona



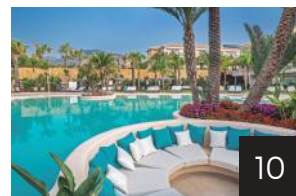
30

REPORTAJE
Software de gestión
hotelera



56

REPORTAJE
Tecnología y eficiencia



10

PROYECTO HOTELERO
Barceló La Nucía
Palms, Alicante



20

ENTREVISTA
Salvador Sendra
Chef Barceló La Nucía Palms,
Alicante



28

ENTREVISTA
Romain Fornell
Chef Tejada Mar, Barcelona



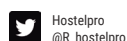
44

REPORTAJE
Servicio de mesa

OTRAS SECCIONES

- 64 Soluciones del canal
HORECA
- 66 Agenda

PORTADA: Barceló La Nucía Palms, Alicante



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

María García

THE WALLER

Unique THE-WALLER

“Encontrar la belleza donde los demás no la ven. Adivinarla antes de que suceda. Rescatarla de realidades. De experiencias. De un sueño o de la imaginación de otros y dibujarla de nuevo. Diferente. Aún más bella para que otros la deseen”, con esta frase María García, diseñadora de interiores y fundadora de The Waller, define su proceso de trabajo que ha desarrollado a lo largo de los años hasta llegar a ser una reputada interiorista dentro del sector. Nos concede una entrevista donde nos habla de los retos del futuro, su trayectoria profesional...

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

Empiezo mi nueva andadura profesional, (antes profesora de universidad), contratada como decoradora para el Grupo Fuerte Hoteles, donde trabajo durante 5 años y donde aprendo bastante de decoración hotelera.

Foto: Charly Simon



María García - The Waller

Me ascienden a decoradora senior del grupo hotelero al cabo de unos años.

¿Cómo nace su pasión por el interiorismo?

Creo que, desde pequeña, cuando mi madre me ayuda a hacer una casa de cartulina para el cole.

Pero siempre me ha apasionado el cine por sus decorados, esos decorados de Hollywood. Años después hice mi tesina postdoctoral sobre decorados cinematográficos, comunicación no verbal, prosémica.

Si se estudia con detenimiento cada espacio habla. Me resulta fascinante y eso intento transmitir en mis proyectos de interiorismo.

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

Pues creo que es un estilo que mezcla lo contemporáneo y la innovación con el clasicismo y la artesanía.

Son espacios donde siempre hay atribuido un capítulo especial al diseño gráfico, en sus distintos soportes, para crear piezas

LA SUPERAUTOMÁTICA PREMIUM DE

GAGGIA
MILANO

la Radiosa

Innovación sin límites

El aroma del espresso perfecto en tu Coffee Corner

2 TIPOS DE CAFÉ

PANTALLA TÁCTIL:
MODO BARISTA,
MODO SELF-SERVICE

TECNOLOGÍA EVOMILK
PRODUCE UNA PERFECTA
CREMA CON LECHE FRESCA
EN FRÍO Y CALIENTE



HASTA 600 SELECCIONES | 5 CATEGORÍAS DE BEBIDAS | 12 SELECCIONES POR PANTALLA



Foto: Charly Simon

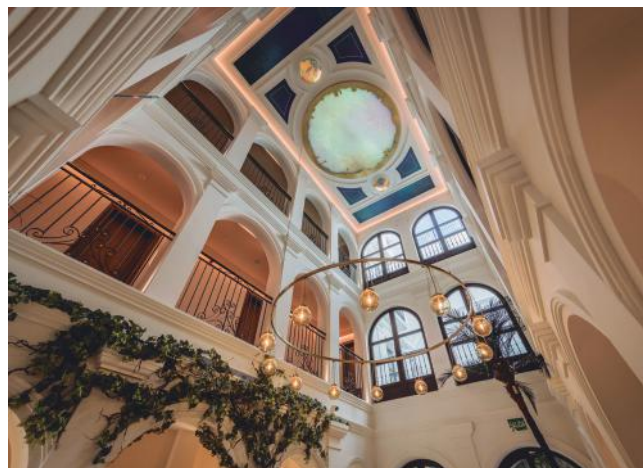


Foto: Charly Simon

únicas. La relación de todos estos elementos en el mismo espacio va creando un relato visual diferente y armónico.

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

Surge cuando el Grupo Fuerte Hoteles me quiere destinar a Jamaica y acaba de nacer mi segundo hijo, es entonces cuando arranca The-Waller con la vocación de investigar en materiales para presentar piezas diferentes y con la vocación de aplicar la intuición, el instinto, la psicología y la profesionalidad con la única finalidad de darle al cliente ese espacio que quiere y no sabe cómo conseguir.

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

Foto: Gladys Farias



Por ahora, el proyecto estrella es el Hotel El Pilar, en Estepona.

Trabajar en este proyecto y con este cliente ha sido un regalo, cada parte del hotel está cuidada, con diseño personalizado en todos los elementos, hasta los números de habitaciones se corresponden con una flor diferente: la peonía, la lavanda, la orquídea... así hasta 36 flores distintas.

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?

En este tipo de espacios hay que saber crear una experiencia visual que acompañe a la experiencia gastronómica mucho más sensorial en interdisciplinar que la decorativa y que debe postularse como la antesala de lo que le esperará al cliente.

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

Yo diría que avanza en una doble dirección, por un lado hacia lo individual, en una búsqueda del bienestar, la conexión con uno mismo, con la naturaleza, donde todos los sentidos sean parte de la experiencia hotelera y por otro lado hay un avance hacia lo social. Los nuevos hoteles se inspiran en los espacios de coworking y coliving, y por ejemplo el lobby ahora es el referente visual del hotel.

En cualquier caso, los hoteles ya no solo son espacios para dormir y descansar, ahora son espacios de negocio, de presentación de eventos y productos.

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

En mi caso tengo que decir que hemos hecho el restyling de muchos restaurantes, donde los espacios no dedicados a público: almacén frío, seco... No se han tocado.

He estudiado la iluminación de nuevo. Capítulo muy importante para conseguir la experiencia gastronómica y casi como en

Campos de Ibiza



GROUPE GM
AMENITIES EXCLUSIVOS

Madrid T. +34 914 310 614 | Porto T. +351 225 574 387
www.groupegm.es

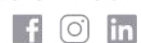




Foto: Charly Simon

un set de decorado cinematográfico, he ido cambiando unos elementos por otros.

En realidad, depende de las necesidades de cada proyecto.

Sin embargo, en el último año he realizado 4 restaurantes para un mismo hotel.

Estas necesidades son distintas. Se han de proyectar teniendo en cuenta los lugares comunes que van a compartir y la individualidad única que hay que otorgarle a cada uno de ellos.

Foto: Charly Simon



Por ejemplo, en la bodega, uno de los restaurantes del hotel, pintamos un mural a mano para visualizar una imagen más fresca y única con la intención de convertirlo en un spot instagramable.

Mismo criterio para el techo del lobby, una constelación solicitada por el cliente.

¿Podría adelantar en qué nuevos proyectos está participando?

Pues soy supersticiosa y no me gusta adelantarme a situaciones que todavía no están cerradas del todo, pero en un horizonte muy cercano colaboraré en un proyecto hotelero relacionado con el mundo del caballo aquí en la costa del sol.

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

Creo que frente a la tendencia barroca que últimamente hemos visto, se impondrá una tendencia más minimalista, espacios orgánicos, limpios, despejados... Las plantas siguen siendo un recurso que aporta frescura.

Pero creo que lo realmente importante no es tanto la tendencia, que nos sitúa en un campo más efímero, sino la nueva manera de concebir los espacios comerciales.

Me refiero a que una tienda de moda podrá también vender libros y tener una cafetería o, por ejemplo, el mobiliario hotelero se convertirá en más ligero y versátil para facilitar la actividad social.

Foto: Gladys Farias





Mail: info@ventux.es

Tel. +34 620 211 684

VENTUX ofrece la solución perfecta, tanto para el mercado residencial como el de proyectos.

Con una marquesina podrás crear su propio rincón privado junto a la piscina, en la playa o en un restaurante. La máxima sensación de vacaciones en un entorno acogedor.

PERGOLA modular con paneles fijos o correderos en acabados de aluminio o madera tratada al horno. Opción de luces, techos fijos con lamas o con toldo corredero.





PROYECTO HOTELERO

Barceló La Nucía Palms, Alicante

ALMA MEDITERRÁNEA

En el municipio de La Nucía este establecimiento de nueva construcción, con categoría de 5 estrellas, sobresale por su privilegiada localización, al lado de la playa de Levante y del Parque Natural de Sierra Helada. Además, la firma ILMIODESIGN ha sido la responsable de su impactante arquitectura e interiorismo, creando un espacio mediterráneo, sofisticado y luminoso, con 148 habitaciones y zonas comunes dignas de postal.

Foto: Eduardo M. Conde



Foto: Eduardo M. Conde

Este hotel de nueva construcción y de cinco estrellas, que el grupo hotelero acaba de inaugurar, está ubicado en el municipio alicantino de La Nucía y cuenta con 148 habitaciones.

Se trata de un proyecto que ha sido llevado a cabo por el equipo de ILMIODESIGN, estudio de interior design fundado por el arquitecto Michele Corbani y el diseñador industrial Andrea Spada, quienes han plasmado para su diseño de interiores, tanto de las habitaciones como de las zonas comunes, un estilo nórdico donde destaca el uso de maderas claras y tonos neutros,

Foto: Eduardo M. Conde



pero aportándole un toque clásico reinterpretado, que se descubre en elegantes molduras y piezas de mobiliario diseñadas a medida.

Además, como guiño a la costa alicantina y a la ubicación del hotel, el estudio ha trabajado una paleta cromática característica del Mediterráneo, donde se observa un recurrente uso de

Foto: Eduardo M. Conde





FRUTOS SECOS, FRUTAS DESECADAS Y CHOCOLATEADOS

ESPECIALISTAS EN CADENAS HOTELERAS

Itac Professional lo forma un equipo de personas que trabaja no solo para ofrecerte el mejor producto, sino también el mejor servicio. Tu partner de negocio con el que no tendrás que preocuparte por nada.



INGREDIENTES SABROSOS Y SALUDABLES PARA BUFÉ



EL ACOMPAÑAMIENTO PERFECTO PARA EL MOMENTO DEL APERITIVO



EL TOQUE QUE REALZA CUALQUIER RECETA



- Expertos en el producto y en el sector de la hotelería vacacional.
- Gama para cocina, barra de bar y desayuno.
- Máximos estándares de calidad y de seguridad alimentaria.
- Selección de productos libres de alérgenos.
- Servicio garantizado durante toda la temporada.



Conoce más sobre Itac Professional y su gama de frutos secos, frutas desecadas y chocolateados para Cadenas Hoteleras.





Foto: Eduardo M. Conde

colores verdes, azules y turquesas que recuerdan a los múltiples matices del color del mar.

Estas tonalidades también tienen por objetivo romper la uniformidad de los tonos empolvados -en la gama de grises y beiges- presentes en los paramentos y que referencian el clasicismo del que se han embebido. Y todo ello combinado con la presencia de dorados y latones a través de elementos de decoración y arquitectónicos que otorgan fuerza visual.

Así, ambos socios han trabajado esta interesante mezcla de estilos que dialogan con los colores y materiales más típicos del Mediterráneo, dando como resultado un espacio elegante, sofisticado y luminoso, pero al mismo tiempo desenfadado y fresco, con una gran presencia de vegetación. Algo indispensable

en estos proyectos pues el universo vegetal es protagonista en La Nucía Palms y todo el paisajismo está inspirado en los grandes resorts del Caribe, sus jardines y flora.

Igualmente, ILMIODESIGN firma la mayoría de los elementos y piezas de mobiliario, que han sido diseñados y producidos en edición limitada para Barceló. También han estado al cargo de todo el proyecto de iluminación, donde se apuesta por trabajar con sumo detalle una luz cuidada, cálida y regulable a través de sofisticados sistemas domóticos con el objetivo de crear diferentes ambientes en función de la necesidad sensorial del espacio.

De esta manera, todos los espacios interiores de La Nucía Palms están diseñados con sumo detalle por el equipo de ILMIODESIGN, manteniendo la inspiración y alma del proyecto.

Foto: Eduardo M. Conde



Foto: Eduardo M. Conde





Foto: Eduardo M. Conde

En este sentido, en los dormitorios, diferenciados en cuatro categorías, entre las que destacan sus exclusivas y amplias suites, los cabeceros son uno de los grandes protagonistas. Elaborados en madera, incluyen textiles que permiten indicar las

categorías de las estancias y cuyo elemento gráfico también se ha impreso (en este caso en Formica) en las mesas auxiliares de las habitaciones, dialogando así con otros elementos de mobiliario y generando un interesante juego visual.

«SOLO
ASEGÚRARTE DE
QUE ESTÉ TODO LIMPIO

TE AYUDAMOS A
CONSEGUIR LA
SEGURIDAD MÁXIMA»

SHAPE - EL NUEVO DISPENSADOR

Naturals
REMEDIE

Hair & Body
Shampoo
N° 16
Shower
vegán formula
with organic aloe
& organic nettle

ADA
COSMETICS

El nuevo sistema de dispensador SHAPE complementa a las ya exitosas gamas de Smart Care y Press + Wash.

- Máxima Higiene
- Soporte invisible
- Innovadora bomba dispensadora
- A prueba de manipulaciones

Descubre los sistemas de dispensadores cerrados que ofrecen una higiene y seguridad superiores para todos tus invitados: www.ada-cosmetics.com

*«putting beauty into travel»
surprising, sustainable & safe*



Foto: Eduardo M. Conde

Por otro lado, también destaca el hall, donde los elementos gráficos inspirados en dibujos 'land arts' de artistas anónimos y que representan el movimiento orgánico de las olas del mar en la arena, han encontrado su hueco, impresos en papel vinílico en los techos y en los tejidos de las alfombras. Se ha querido, así, transmitir una conexión entre el recibidor y la naturaleza. También resalta una escultura cerámica en la parte trasera de la recepción, que representa la forma que genera una gota de agua cayendo sobre un plano de agua, y que vuelve a sugerir esa conexión con el mar Mediterráneo.

Foto: Eduardo M. Conde



La zona del buffet está diseñada bajo un eje simétrico, potenciado con la disposición de los elementos de mobiliario. Al estar ubicado en la planta baja, se ha trabajado un cromatismo en tono verde menta con el objetivo de dar una sensación de frescura extra. En este espacio destacan también elementos gráficos creados y diseñados por el estudio para troquelar la celosía dorada que divide los espacios, que al mismo tiempo también se utilizan como elementos decorativos de escayola en el techo, para dar más amplitud a nivel de altura. La presencia de vegetación vuelve a observarse, tanto en el núcleo del buffet como en sus dos patios.

El spa, por su parte, está diseñado para que los huéspedes disfruten de un espacio que proporciona calma a través de la pureza, el relax y las emociones. El área central está presidida por una gran piscina, dos jacuzzis, una poza de agua fría, una sauna, baño turco y circuitos termales. Aquí destaca el techo envolvente en lamas de bambú, columnas en piedra negra y una escultura clásica, como guiño a las termas romanas. Para asegurar la privacidad en la zona de tumbonas, encontramos celosías en madera. Además, Spada y Corbani han diseñado el gresite de la piscina en diferentes tonos azules, verdes y turquesas para conseguir un color y efecto típico de las calas mediterráneas.

En un segundo tramo se encuentran las salas de masajes, con cuatro cabinas individuales y dos cabinas para tratamientos en pareja, una sala de pilates, el acceso VIP y una recepción. Aquí se descubre el uso de tonos piedra y arena, y texturas onduladas en cerámica en las paredes y cornisas, que recuerdan de

nuevo al movimiento de las olas en la arena. En esta ocasión se utilizan maderas más oscuras y materiales como el alabastro para los mostradores. Destaca la presencia de panelados en cristal con láminas de bronce que busca crear una atmósfera sutil de relax.

Mientras tanto, las zonas exteriores y jardines son los grandes protagonistas de Barceló La Nucía Palms y uno de sus mayores reclamos, donde destaca la presencia de vegetación de inspiración caribeña y distintos espacios diseñados por ILMIODESIGN que proyectan un pequeño oasis de armonía dentro del hotel.

La parte del lago simula una playa con dos penínsulas, donde se encuentran una zona chill-out y un jacuzzi, a diferentes alturas. Se ha jugado con las líneas curvas dentro de una simetría para crear sinuosidad y una imagen envolvente que funde agua y vegetación.

En el gastrobar 'La Santamaría', en la zona de piscina, volvemos a encontrar gamas verdes y beiges de distintas intensidades y piezas de mobiliario de diseño exclusivo. Destaca un mosaico frontal en la zona de la barra elaborado con elementos cerámicos, muy mediterráneo, en tonos azules y blancos.

En el rooftop 'B-Heaven' se ha aportado un extra de estilo y, aprovechando la forma alargada del espacio, se ha proyectado un divertido juego visual en el suelo a través de una repetición



Foto: Eduardo M. Conde

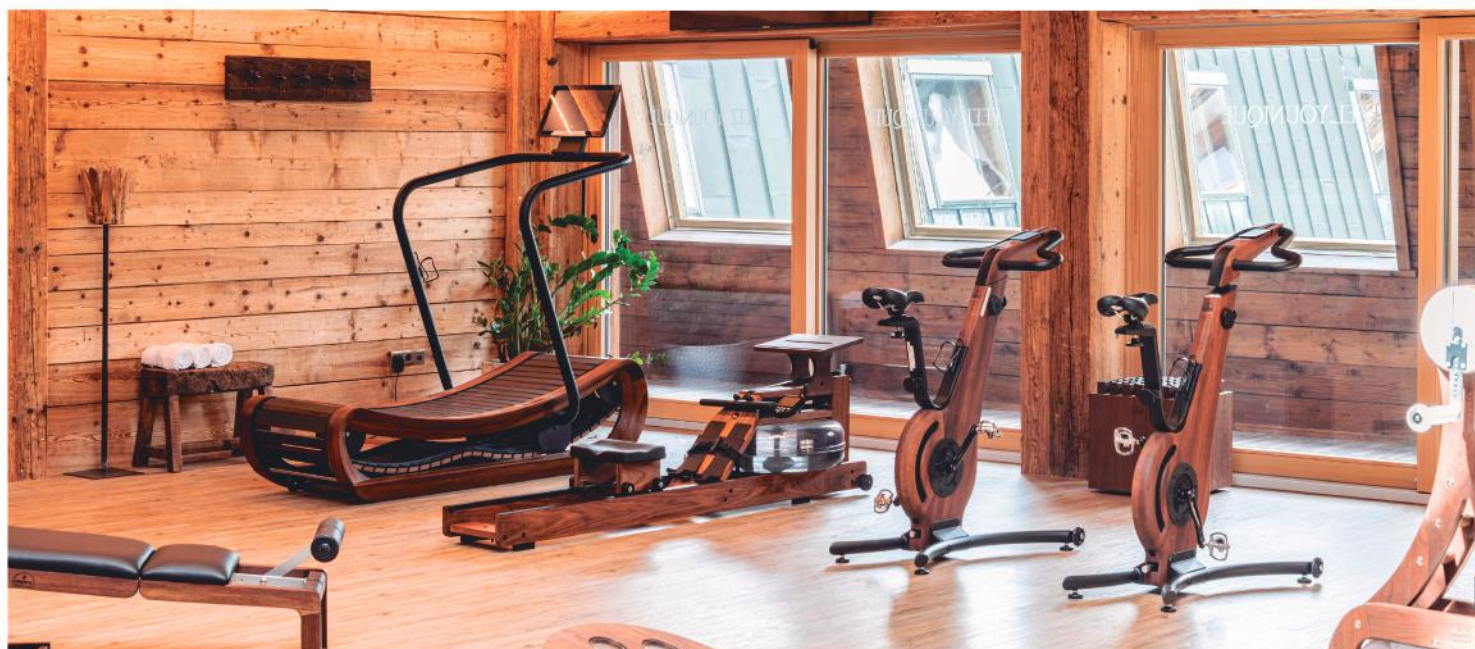
de líneas horizontales blancas y azules que suben hasta las paredes, y que funciona como elemento estético unificador y característico.



MYGYM

Soluciones
deportivas 360°

Creamos entornos deportivos
sostenibles para tu hotel.



916 407 004 info@mygym.es www.mygym.es



Andrea Spada y Michele Corbani (Fundadores de ILMIODESIGN).
Interioristas Barceló La Nucía Palms, Alicante

ILMIODESIGN

El Hotel La Nucía se sitúa Alicante, y pertenece al sector lujo hotelero. ¿Cómo ha influido esto en el interiorismo del nuevo hotel?

En ILMIODESIGN siempre nos adaptamos a las necesidades del cliente y a la propia idiosincrasia del proyecto. Por un lado, la fantástica ubicación del hotel se ha integrado en el diseño y ha influido a la hora de conceptualizarlo. Hemos querido reflejar guiños a la costa alicantina a través de una paleta cromática mediterránea, materiales autóctonos y elementos de diseño ad-hoc. Por otro, como no, la categoría del hotel también se ha tenido en cuenta

Foto: Eduardo M. Conde



para definir las bases del proyecto. En este caso partíamos de unas premisas claras: un hotel de cinco estrellas lujo dirigido a un público mayoritariamente nórdico, que pudiera albergar la esencia de un resort.

¿Cómo definiría el estilo que se ha seguido en el establecimiento? ¿En qué elementos podemos descubrirlo?

Para el Barceló La Nucía Palms nos hemos inspirado en un estilo nórdico, donde destaca el uso de maderas claras y tonos neutros, pero aportándole un toque clásico reinterpretado, que se descubre, por ejemplo, en las elegantes molduras y en piezas de mobiliario diseñado a medida, que dialogan, a su vez, con los colores y materiales más típicos del Mediterráneo, buscando así un interesante contraste.

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

Nuestro objetivo era conseguir dar forma a un resort, un complejo totalmente completo y dinámico, donde el cliente pudiera encontrar un oasis de relax y permitirse incluso no salir en toda su estancia del hotel; pero alejándonos del simple hotel de playa, sin perder de vista la exclusividad y la frescura que queríamos proyectar.

¿Cuáles de los diferentes espacios señalaría como los más interesantes desde el punto de vista de la decoración?

Todos los espacios cuentan con algún elemento diferenciador que lo hace único, pero si tuviéramos que señalar algunos en concreto, serían por ejemplo el rooftop 'B-Heaven' y la zona wellness. En el primero, se ha aportado un extra de estilo y se ha proyectado un divertido juego visual en el suelo a través de una repetición de líneas horizontales blancas y azules que suben hasta las paredes, y que funciona como elemento estético unificador y característico. Es la zona más divertida. En el segundo, hemos conseguido diseñar una zona pensada para que los huéspedes disfruten de la calma a través de la pureza, el relax y las emociones. Aquí destaca el techo envolvente en lamas de bambú, columnas en piedra negra y una escultura clásica, como guiño a las termas romanas.

Si nos centramos en las habitaciones, ¿cuáles son los aspectos más destacables de su diseño y decoración?

En los dormitorios, diferenciados en cuatro categorías, entre las que destacan sus exclusivas y amplias suites, los cabeceros son uno de los grandes protagonistas. Elaborados en madera, incluyen textiles que permiten indicar las categorías de las estancias y cuyo elemento gráfico también se ha impreso en las mesas auxiliares de las habitaciones, dialogando así con otros elementos de mobiliario y generando un interesante juego visual. Ambos elementos son los que dan color a la habitación.

Podemos observar una gran variedad de materiales, diferentes según el lugar donde nos encontremos en el hotel, pero... ¿hay



Foto: Eduardo M. Conde

algún elemento o material que sirva de hilo conductor en el conjunto del proyecto de interiorismo?

Hemos intentado que los estilos trabajados dialoguen siempre con la esencia del emplazamiento, utilizando colores y materiales típicos del Mediterráneo. Por ejemplo, la cerámica está muy presente en distintos elementos y piezas del hotel.

¿Qué tipo de mobiliario ha sido el escogido para este alojamiento? ¿Cuáles son los tonos y materiales empleados y por qué?

En este caso, buscando siempre la máxima exclusividad, desde ILMIODESIGN hemos diseñado y producido en edición limitada para Barceló la mayoría de los elementos y piezas de mobiliario. En cuanto a los tonos, según hemos comentado, nos hemos basado en una paleta cromática característica del Mediterráneo, donde se observa un recurrente uso de colores verdes, azules y turquesas que recuerdan a los múltiples matices del color del mar, todo ello combinado con la presencia de dorados y latones a través de elementos de decoración y arquitectónicos que otorgan fuerza visual.

En cuanto a la iluminación, ¿qué papel juegan tanto las luminarias como la luz natural en el hotel?

Para la parte de iluminación hemos apostado por trabajar con sumo detalle una luz cuidada, cálida y regulable a través de sofisticados sistemas domóticos con el objetivo de crear diferentes ambientes en función de la necesidad sensorial del espacio.

En lo relacionado con los jardines y zonas verdes, ¿de qué manera ha influido esto en la decoración interior?

Las zonas exteriores y jardines son los grandes protagonistas de Barceló La Nucía Palms y uno de sus mayores reclamos, donde destaca la presencia de vegetación de inspiración caribeña y distintos espacios que proyectan un pequeño oasis

de armonía dentro del hotel. Esta presencia vegetal también la hemos querido trasladar a los espacios indoor, como se refleja por ejemplo en la zona de buffet y las comunes.

Centrándonos en los tejidos, tanto de las habitaciones como de las zonas comunes, ¿qué ha sido lo más determinante en la selección?

El alma de la habitación es el cabecero y para diferenciar las habitaciones entre sí, se han elegido cinco tejidos diferentes para realizarlo. Queríamos buscar una gran diferenciación y por esto propusimos colores tan contrastados como turquesas, azules, verdes, naranjas y beige.

Como, además, el hotel es un encuentro del estilo nórdico con el mediterráneo, nos parecía adecuado recurrir para los tejidos a la marca Kvadrat y Shaco con sus texturas y patrones nórdicos.

En los espacios comunes hemos utilizado tejidos lisos, pero de colores muy llamativos dentro de la aleta de los verdes y turquesas, que son los colores del Mediterráneo.

Para finalizar y para poder valorar el éxito del proyecto, ¿se han cumplido las expectativas que se fijaron en sus inicios?

Sí, pensamos que hemos cubierto plenamente las expectativas. A nivel de interiorismo hemos conseguido proyectar un alojamiento elegante, sofisticado y exclusivo, pero al mismo tiempo desenfadado y fresco, que emule la esencia de un resort de lujo, teniendo en cuenta la ubicación del hotel.

Foto: Eduardo M. Conde

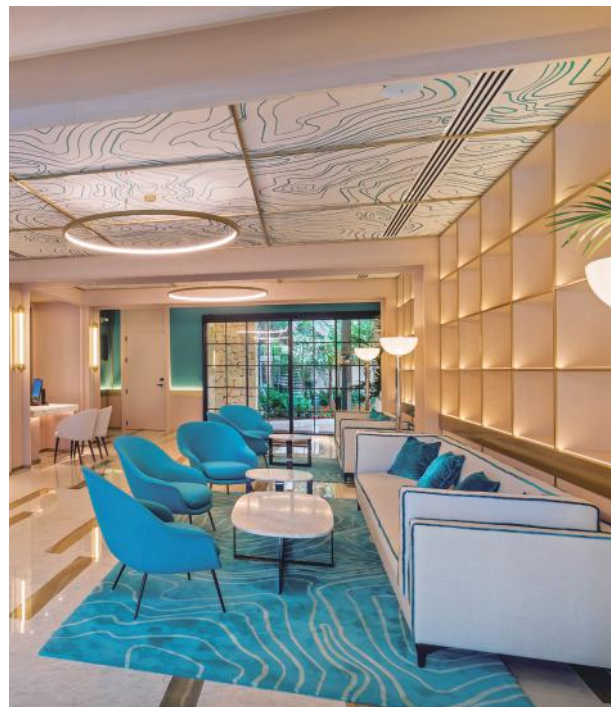




Foto: Salvador Sendra

Salvador Sendra

CHEF BARCELÓ LA NUCÍA PALMS

El Hotel La Nucía se encuentra ubicado en un lugar privilegiado en Alicante. ¿Cómo ha influenciado su ubicación en su oferta culinaria?

La Nucía está ubicada en la comarca La Marina Baja, concretamente en el valle de los frutales. La gastronomía mediterránea es reconocida internacionalmente y nuestra ubicación nos permite poder potenciar el uso de productos de proximidad determinados por la agricultura y el clima mediterráneo, que dan lugar a la degustación de sabores reconocidos del territorio donde nos encontramos. Siempre tratando de fusionarlo con las últimas tendencias gastronómicas, como es el caso de nuestro restaurante La Santa María, donde fusionamos comida mediterránea con gastronomía Latinoamericana.

¿Para qué tipo de público está pensado este espacio gastronómico?

Está pensado para un público que considere la experiencia gastronómica como una de las motivaciones para viajar y disfrutar.

Con la variedad gastronómica que ambos hoteles aportan, buscamos que los huéspedes puedan tener una experiencia gastronómica de calidad y diferente.

¿Qué acogida ha tenido entre los comensales que ya han acudido?

Empezamos en julio del pasado año, hemos ido cambiando y mejorando nuestra oferta según la temporada en la que nos encontrábamos, adaptando productos locales de temporada a la carta y concluimos que la aceptación ha sido buena. El feedback de los clientes nos anima a seguir creciendo y atreviéndonos a probar nuevas combinaciones de sabores.

Centrándonos en la oferta gastronómica que se ofrece, ¿cómo la definiría? ¿Qué destaca de ella? Y, sobre todo, ¿qué ha buscado con ella?

La definiría como una oferta actual, fresca y destacaría la combinación de diferentes gastronomías entre platos. Buscamos tener una oferta singular, fresca y con sabores muy marcados.

¿Con cuántos espacios gastronómicos cuenta el hotel?

De cara a la temporada vamos a poder ofrecer cinco espacios gastronómicos diferentes.

En Barceló La Nucía Palms contamos con el restaurante La Santa María donde fusionamos Latino-América y un restaurante buffet que opera tanto en desayuno como en la cena.

Por las mañanas nuestra oferta de desayunos es una apuesta por lo saludable, ecológico y producto autóctono de la mayor calidad. Siempre teniendo el más clásico de los desayunos, el reconocible por todo el mundo, donde tenemos croissant de mantequilla ecológica hasta una espectacular estación de Pan cake.

En la cena tenemos tematizada nuestra oferta donde representamos diferentes gastronomías de varios continentes y culturas.

Foto: Eduardo M. Conde



Aprovechamos las distintas experiencias laborales de nuestro equipo para dar una oferta realista de una gran variedad de países.

Estamos trabajando en nuevos conceptos gastronómicos para aumentar la oferta, tenemos pendiente la apertura de un restaurante italiano "La Dolce Vita", un nuevo concepto de Barceló, cuyo piloto se va a desarrollar en Barceló La Nucía Hills. Aquí trabajaremos la pasta con mucho cariño y con salsas auténticas italianas.

Además, a partir del 01 de abril del presente año, se ha desarrollado el concepto Breeze en el pool bar de Barceló La Nucía Hills. Este concepto trata sobre la fusión de la cocina autóctona de la zona con la estandarización de snacks clásicos, elevando el concepto del tradicional snack bar a un Gastro Pool Bar.

¿Para qué tipo de público está pensado cada uno de ellos?

Todos los puntos de venta están pensados para que los clientes que se alojen en cualquiera de los dos hoteles tengan a su elección una variedad gastronómica durante su estancia. La experiencia gastronómica es fundamental y uno de los motivos por los que decidimos viajar a determinados destinos. Además, el cliente local también puede acceder a los puntos de venta en momentos de baja ocupación.

¿Podría identificar los platos estrellas de cada uno de ellos?

Tenemos el ceviche de camarones con salsa roja servido con plátano macho frito, la ensaladilla de gambitas y ventresca, también el pan Bao con calamar a la andaluza y all i oli valenciano. Todo esto sin olvidarnos de nuestras bravas con Nanami togarashi.

¿Considera que la gastronomía y el diseño de los espacios se encuentran en sintonía?



Foto: Eduardo M. Conde

Sí, por supuesto. Tenemos unos espacios nuevos y elegantes, donde la decoración y la iluminación son protagonistas y forman un entorno cómodo y agradable. El comensal percibe cierta seguridad y comodidad en cuanto ve el cualquiera de nuestros espacios.

Por ello, la gastronomía ha de ir en el mismo sentido y todos nuestros esfuerzos se centran en ofrecer al cliente un producto sabroso y de calidad.

Por último, ¿qué esperan de cara al futuro?

De cara al futuro esperamos, como he mencionado anteriormente, desarrollar dos nuevos conceptos gastronómicos. La Dolce Vita, restaurante italiano donde respetaremos mucho la cultura de la pasta y sus recetas originales.

Por otro lado, Breeze, cuyo concepto es estilo Pool Bar donde incluiremos los clásicos de siempre compartiendo espacio con platos muy autóctonos y reconocidos en nuestra ubicación.

Foto: Eduardo M. Conde







PROYECTO DE RESTAURACIÓN

Tejada Mar, Barcelona

UN OASIS GASTRONÓMICO

Romain Fornell, chef con gran trayectoria y prestigio internacional, reabre Tejada Mar, la versión marítima del original Casa Tejada del Turó Park. En plena Barceloneta, bajo el Hotel W, este restaurante se convierte en un oasis donde poder disfrutar del skyline de la ciudad desde un lugar privilegiado. Este cocinero de Toulouse ha sabido crear un punto de encuentro donde comer bien y disfrutar de unos cócteles en un ambiente relajado y paradisíaco.

Foto: Albert Font



Foto: Albert Font

Este establecimiento sufrió en primera línea el golpe que la pandemia proporcionó a la hostelería, ya que con tan solo 2 meses desde su apertura tuvo que cerrar como el resto del sector. Pero esto no supuso un impedimento, pues Romain Fornell, chef de reconocido prestigio, aprovechó este impase de tiempo para llevar a cabo una reforma completa, abriendo finalmente sus puertas el pasado verano para ofrecer al público un espacio inimaginable.

Este cocinero de Toulouse, afincado en Barcelona, está al frente del Grupo Gôut Rouge, que reúne 12 espacios, entre los que se encuentra Tejada Mar. Situado en la Barceloneta, bajo la falda del Hotel W, el restaurante es la versión marinera de Casa Tejada, otro de sus establecimientos situado al lado del Turó Park. El restaurante se ha convertido en un espacio donde dis-

frutar de privilegiadas vistas del sky line de la ciudad y disfrutar de agradables atardeceres acompañados de una copa de vino o de un cóctel. Un punto de encuentro abierto al exterior donde comer bien y tomar unos cócteles en un ambiente relajado, ideal para los amantes del marisco y los arroces de calidad.

El restaurante Tejada Mar, situado en pleno paseo marítimo, cuenta con un comedor interior acristalado y una terraza, sombreada gracias a la pérgola de madera que la cubre, donde contemplar el mar durante todo el año.

En su atractiva decoración sobresale especialmente la madera junto con un toque de color rojo, un gran pulpo de 3 metros de altura, que preside la sala, obra del artista Joao Parrinha. Estos tonos rojos, iluminan y le dan energía al local.

Foto: Albert Font



Foto: Arduino Vannucchi





Foto: Arduino Vannucchi

Las maderas y fibras naturales se encuentran en el mobiliario, así como mesas de madera de castaño. También destacan las 21 pantallas de mimbre trenzado y botellas de plástico recuperadas que cubren el techo de colores luminosos, combinando perfectamente con las lámparas de cerámica y paja que iluminan el interior del restaurante.

Foto: Albert Font



Foto: Albert Font

Por otro lado, la paleta de colores rememora los diferentes azules del mar, tanto en las paredes como en el techo, una mezcla

Foto: Arduino Vannucchi



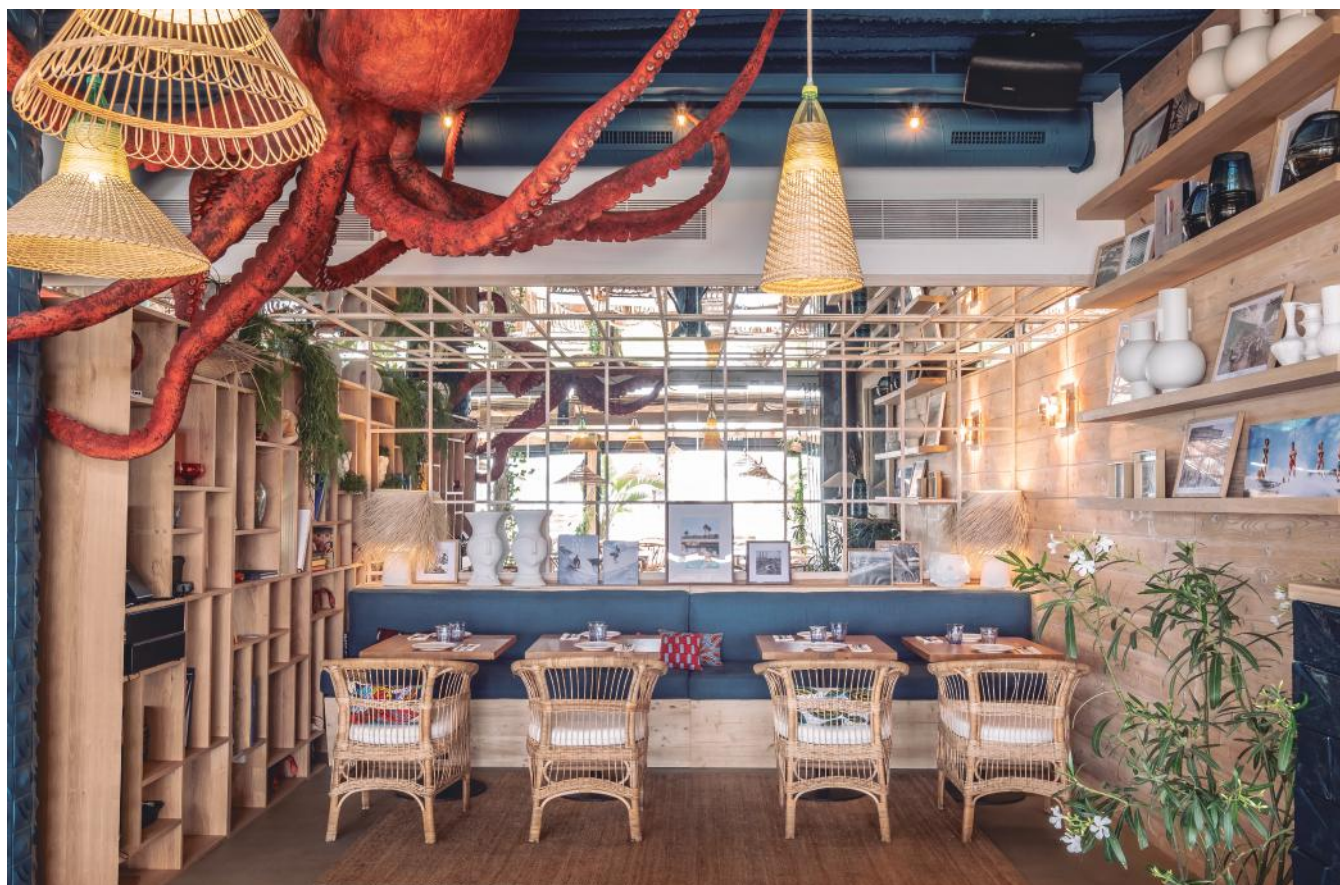


Foto: Albert Font

de azulejos con formas y dibujos variados hacen que nos reedemos de una alegoría a las olas y el fondo del mar.

Su terraza de 90 metros cuadrados bajo una pérgola de cañizo promete ser una de las más cotizadas de la temporada.

La propuesta gastronómica de este espacio se basa en el tapeo, el marisco y las paellas. En el restaurante se sirve una

cocina sin artificios en la que prima la calidad de los ingredientes y la mínima manipulación del producto. Recetas frescas y apetecibles con alguna influencia francesa.

Como indican, la carta se divide en diferentes apartados: para picar; ensaladas y fríos; pasta y arroz; Oyster bar y más; su brasa...; y un surtido de postres caseros elaborados por el equipo de pastelería.

De la carta destacan los platos donde el chef ensalza las materias primas. Propuestas como las ostras especial Sorlut con mignonette, el cangrejo real de Alaska con mayonesa de wasabi y el bogavante azul al ajillo. Mientras tanto, la carne cobra, también, protagonismo a través de propuestas tales como el entrecôte al corte japonés Txogitxu.

La oferta se complementa con una fórmula -para mínimo dos personas y para mesa entera- que incluye cuatro entrantes para compartir, una paella y postre.

Pero no todo es comida en Tejada Mar, pues cuenta con una amplia selección de cócteles -con opciones sin alcohol- y una completa carta de vinos y espumosos, con unas 40 referencias, entre las que predominan elaboradores nacionales y franceses.

No faltan los clásicos (daiquiri, mojito, margarita, piña colada...), pero tampoco los especiales tropical swing (maracuyá, lima-limón, haba tonka, cachaça) y apple psycho sour (pisco, manzana, lima-limón, azúcar, clara de huevo).



Foto: Arduino Vannucchi

“La propuesta gastronómica de este espacio se basa en el tapeo, el marisco y las paellas...”

Romain Fornell nacido en Toulouse en 1976, ha realizado su aprendizaje en reconocidos restaurantes franceses y ha trabajado con los chefs Michel Sarran y Alain Ducasse. A lo largo de su trayectoria, Romain ha logrado numerosos reconocimientos y premios y ha participado en los mejores eventos gastronómicos del mundo. Fue el chef más joven en conseguir una estrella Michelin por el restaurante La Chaldette en 2001.

En 2004 abrió Caelis (en el hotel El Palace) en Barcelona, que un año después fue galardonado con una estrella Michelin, lo que supuso que Fornell lograra ser el único cocinero francés con una estrella en Francia y otra en España.

Desde 2015 es el chef director del Hostal de La Gavina de S'Agaró (5* GL).

A principios de 2017, y coincidiendo con el traslado de Caelis al hotel Ohla Barcelona, Fornell pasó a gestionar todos los espacios de restauración de este hotel.

Además de los dos Tejada, en Barcelona el grupo Goût Rouge explota, entre otros, los restaurantes Café Turó, Épicerie y Cae-



Foto: Arduino Vannucchi

lis (en el Hotel Ohla). Además, Romain Fornell es el chef director del Hostal La Gavina de S'Agaró, que acoge el restaurante Candlelight. Entre sus próximos proyectos destaca la gestión del restaurante que habrá en la espectacular torre de viviendas de lujo Antares, ubicado en la zona del Forum/Diagonal Mar y diseñado por la arquitecta francesa Odile Decq.



La diversión hecha proyecto.

ISABA.



Foto: Romain Fornell. Arduino Vannucchi

Romain Fornell

CHEF TEJADA MAR BARCELONA



El Restaurante Tejada Mar se ubica en plena playa de la Barceloneta, desde donde se puede disfrutar del skyline de la ciudad, que tras una reforma integral ha reabierto sus puertas. ¿Por qué se decantaron por este entorno?

Con las reformas queríamos trasladar lo que era nuestra idea de un lugar divertido y cálido. Tejada Mar es la versión "playa non-stop" de nuestro restaurante Casa Tejada, ubicado al lado del Turó Park, con una propuesta similar, pero que refleja más el lugar donde está ubicado.

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

El diseño y la oferta gastronómica están basadas en el tema "Mediterráneo". Ofrecemos una gastronomía basada en productos del mar, como marisco, ostras, pescado y sin olvidar los platos de carnes. Hemos desarrollado esta propuesta añadiendo platos de arroz, como paellas, y revisitando recetas clásicas, para seguir ese tema de "playa".

El diseño recuerda también ese estilo Mediterráneo, tanto en la terraza frente al mar como en el interior. En el interior con tonos azules diferentes, toque de colores en el local desde las lámparas

en el techo hasta las alfombras en el suelo, y también con nuestro pulpo gigante de 3,5 metros que se balancea en el techo.

Con esta reforma, ¿qué se ha buscado?

Con esta reforma queríamos ofrecer un lugar singular, cálido, divertido y de calidad, inspirado en un "chiringuito", donde la propuesta culinaria y el diseño resuenan con ese ambiente de playa.

Tanto para los servicios de comida, como para tomar una copa frente al mar en nuestro espacio "lounge" de nuestra terraza, con también una amplia selección de cócteles y vinos.

¿Para qué tipo de público está pensado este espacio gastronómico?

Para los amantes de la cocina. Tenemos recetas clásicas del Mediterráneo, pero revisitadas. Está pensado para un público que le gusta ser sorprendido y que busca un lugar único para cada ocasión, no solo para comer, sino para disfrutar de una copa frente al mar.

¿Qué acogida ha tenido entre los comensales que ya han acudido?

Los clientes que han conocido Tejada Mar antes y después han quedado muy sorprendidos. El restaurante es más acogedor, se aprecia en los detalles del espacio, pero también en la propuesta culinaria, con platos para compartir y el servicio ofrecido.

Centrándonos en la oferta gastronómica que se ofrece, ¿cómo la definiría? ¿Qué destaca de ella? Y, sobre todo, ¿qué ha buscado con ella?

La oferta gastronómica de Tejada Mar está basada en la cocina Mediterránea. La propuesta culinaria de Tejada Mar ofrece platos de tapeo, mariscos, ostras, productos de mar y carnes, todo con productos frescos y de alta calidad.

¿Cuáles son los platos estrella?

¡Nuestro arroz de calamares y mejillones! También nuestros platos de mariscos, con ostras y King Crab, calamares a la andaluza, cigalitas Robuchon, y clásicos como nuestros millojas de patatas bravas, así como nuestro postre estrella, el cheesecake Salvador Dalí.

Además de la oferta gastronómica, también cuenta con una propuesta coctelera muy diversa, ¿cuáles son los cócteles más demandados por los clientes?

Foto: Albert Font



Foto: Arduino Vannucchi

Tenemos una gran variedad y los cócteles más solicitados son los daiquiris y mojitos de frutas, y nuestras spicy margaritas.

¿Considera que la gastronomía y el diseño de los espacios se encuentran en sintonía?

Sí, es lo que hemos buscado con la renovación del espacio. Que tanto el espacio como la propuesta culinaria reflejen el ambiente Mediterráneo.

Por último, ¿qué esperan de cara al futuro?

Esperamos que el restaurante Tejada Mar sea un lugar de referencia en la playa de Barcelona.

Foto: Albert Font

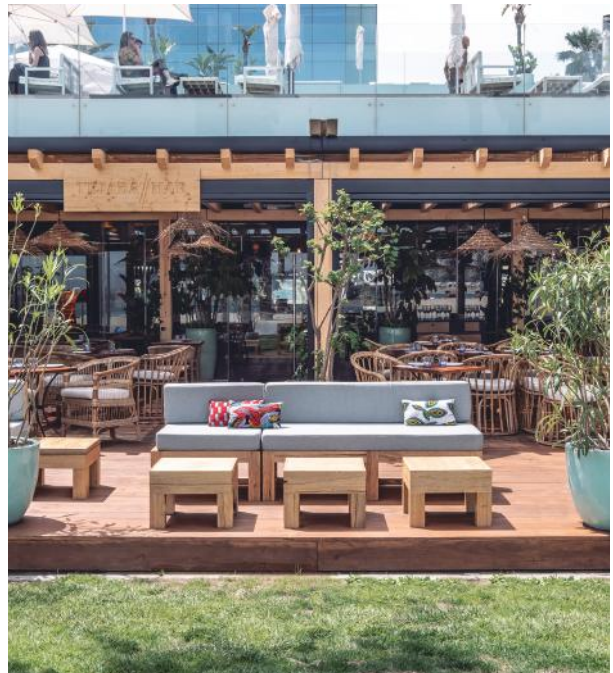




Foto: CEI Europe

Software de gestión hotelera

LA ERA DE LA DIGITALIZACIÓN

Con la aparición de la COVID-19 la digitalización del sector tuvo una gran aceleración para adaptarse y dar respuesta con ella a las nuevas conductas entre el establecimiento y el cliente para poder reabrir a la 'nueva normalidad'. En este sentido, el mercado del software de gestión ha sido un gran apoyo, pues gracias a su constante crecimiento, el cual no parece que vaya a detenerse, ha logrado facilitar las actividades diarias de los establecimientos y recuperar la normalidad que una vez perdieron.

Actualmente podemos encontrarnos con hoteles más o menos digitalizados, pero es una realidad que, tal y como indica Víctor Saona, Marketing Manager de CEI Europe, los dos drivers que actualmente lideran el sector hotelero son: digitalización y sostenibilidad.

En este sentido, es importante tener presente que el mercado en el sector de software de gestión hotelero es un mercado maduro, en constante evolución y que requiere un gran esfuerzo en innovación ya que el nivel de profesionalidad y exigencia ha crecido enormemente. "El sector se encuentra con ganas de reencontrar la normalidad y alcanzar en las ventas anteriores

a la pandemia de la COVID-19", detalla Frede Palmés, departamento atención cliente de Engissoft. En este punto, Víctor Saona añade que en los últimos dos años hemos podido ver un aumento de los procesos de digitalización hotelera. Además, la situación de la COVID-19 aceleró la necesidad de tener soluciones como check-in online.

Además, considera que se trata de un sector que ha sufrido mucho la pandemia, pero los inputs que tenemos este 2022 son muy positivos. "Tanto hoteles individuales como cadenas hoteleras tienen buenas sensaciones a lo que este año se refiere en número de reservas, ya que hay muchas ganas de via-

jar. Si bien el año pasado nuestro turismo nacional tuvo gran acogida, este año no solo se prevé que el turismo nacional la tenga sino también el internacional. Los que se verán más beneficiados serán las cadenas hoteleras". Y, por ello, un negocio digitalizado enfocado en el dato permite que se puedan tomar decisiones en tiempo real, "eso consigue 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", analiza Alberto Vera de Decker, Market leader Hospitality & Travel en INETUM. De esta manera, desde CEI Europe determinan que la transformación digital es una realidad que ayuda a optimizar todos los recursos de los hoteleros y además a potenciar la sostenibilidad, que tan importante es.

Asimismo, Ana Pérez, Ingeniera I+D, y Laura Balsa, Departamento Marketing y Comunicación de Landín Informática, destacan que el mercado se encuentra en constante cambio y, debido a la situación de la que venimos, la mayoría de las empresas se percataron de la necesaria transformación al mundo digital. "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". De este modo, una de las pocas cosas buenas que ha traído la pandemia ha sido el gran avance que se ha dado en materia de digitalización. "En un mercado cada vez más competitivo en este sentido, los hoteles han aprovechado el parón forzoso para armarse de tecnología y los proveedores para actualizar y mejorar sus soluciones. Un proceso que, con las ayudas del Kit Digital, probablemente va a prolongarse varios meses", especifica Daniel Romero Ugarte, director de comunicación Paraty Tech.

Cabe destacar que el sector hotelero y también de restauración ya venían desde hace algunos años probando los beneficios que da el proceso de transformación digital de sus negocios a través de los sistemas de software de gestión. Sin embargo, "en los últimos dos años hemos visto mucho más interés, demanda y hasta curiosidad por conocer y disfrutar de todos los beneficios que otorgan los sistemas de gestión", concreta Annie Santos, Técnica de Marketing de Noray. Algo que corrobora Jaime Guix, Consultor en Análisis funcional & Implantación y desarrollo de software para el sector de Hotelería y hostelería en Ibernyx, de BDP Software, "hemos comprobado cómo las dinámicas del mercado están cambiando debido mayoritariamente a los cambios del tipo de demanda que realizan los consumidores gracias a la innovación tecnológica que se puede aplicar en un establecimiento hotelero. La forma de comercializar y/o vender los sistemas de software también ha aportado un plus diferencial respecto a épocas anteriores. La crisis que el sector hotelero experimentó en 2019 - 2020 ha enseñado al sector un nuevo camino para adaptarse durante el 2021, aunque aún queda mucho camino por recorrer para alcanzar los niveles de recuperación anteriores a la pandemia".

En este sentido, en el sector actualmente nos podemos encontrar con una gama interesante de posibilidades al servicio de

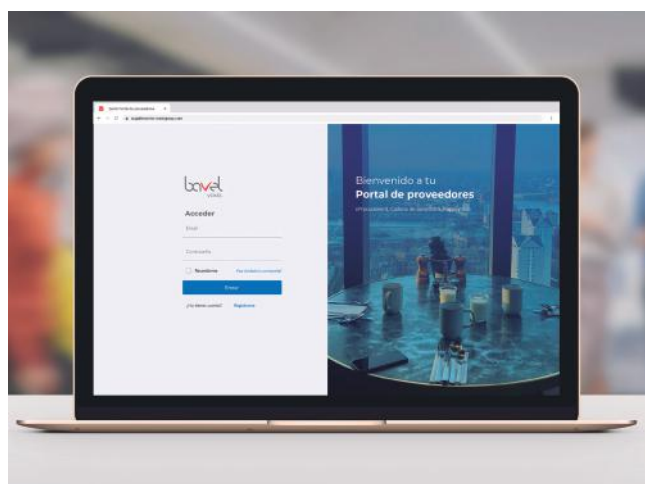


Foto: Galdón Software

la gestión hotelera y la restauración. Así, por ejemplo, "el uso de la nube en las soluciones de gestión es una de ellas, ya que permite al negocio estar conectado en tiempo real con cada uno de los movimientos o cambios que se realicen dentro del software. Esto garantiza una integración de todas las áreas de negocio en un 100% y además da tranquilidad al saber que los datos visualizados son fiables y no existirán duplicidades e incoherencias", explica Annie Santos. Como vemos, el manejo de datos se ha convertido en uno de los ejes centrales de cualquier sistema de gestión. Es por ello que, en su opinión, el uso de un buen sistema de Business Intelligence es clave para recopilar toda la información generada en el sistema de gestión y generar cuadros de mando y reports que aporten conclusiones de interés para tomar decisiones efectivas e inmediatas. "Incluso se pueden hacer predicciones mediante inteligencia artificial o dar explicación a incrementos o disminuciones de variables destacadas del negocio".

Con todo, se puede asegurar que, a día de hoy, es casi imposible encontrar negocios, tanto hoteleros como de restauración, que no dispongan de algún tipo de software de gestión, ya sea en su versión más sencilla o avanzada. "Los gestores, propietarios, responsables... se han percatado de la importancia del uso de estas herramientas para agilizar y mejorar la gestión de sus establecimientos y lo que implica en la productividad

Foto: Voxel



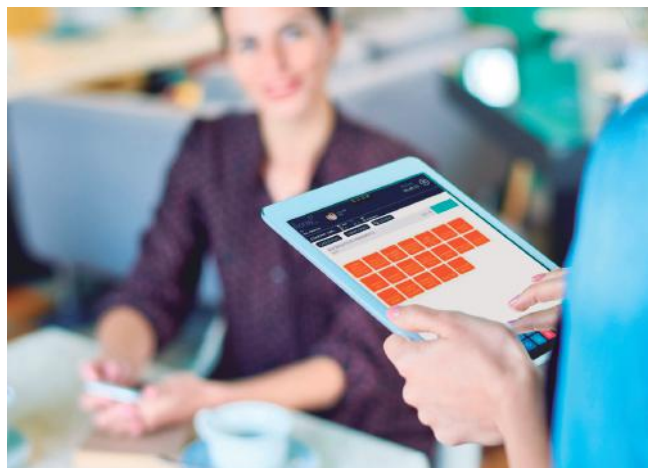


Foto: Noray

para ser competitivos”, define Marcos Rodríguez, CEO de Gre-
ensoftware.

En relación a esto, Alberto Vera de Decker considera que el software de gestión es un mercado con una evidente concentración de fabricantes en cuanto a las soluciones ERP, en el que 5 de ellos aglutinan más del 80%. “En otro punto encontramos los PMS y POS donde existe una gran diversidad de productos, con un gran proveedor mundial y muchísimos proveedores de nicho, la mayoría en una posición de proveedor de cercanía para sus clientes. El factor diferencial en estos momentos en los negocios del sector está entre los que han nacido en una arquitectura cloud y los que todavía tienen que hacer el proceso de transformación para disponer una solución cloud. No existe ningún hotel o cadena que no opere con un sistema de gestión ERP+PMS+POS, más o menos avanzado”.

En definitiva, el sector se ha dado cuenta que las empresas que hicieron inversiones tecnológicas de mejora en su establecimiento orientadas al huésped antes del 2019 ahora son 10 veces más rentables y han sido más resistentes en épocas difíciles que las que no invirtieron en tecnología. Al mismo tiempo, “se ha visto cómo los establecimientos hoteleros más pequeños han aguantado mejor y han salido más reforzados que los establecimientos hoteleros de mayor dimensión”, describen desde BDP Software.

Así pues, detallan que el sector hotelero sabe que una de las formas para mantener y aumentar beneficios pasa por el hecho de cambiar y progresar a expensas de sufrir o tener que cerrar y en este proceso de cambio, indican desde BDP Software, ha entrado con fuerza entre otros, varios paradigmas que el sector está siguiendo muy de cerca:

- 1.- La forma o el uso que haga el establecimiento de los recursos que aplica el mismo a través de Internet.
- 2.- Más autonomía y automatización de tareas que puede realizar por sí mismo el propio huésped.
- 3.- La gestión y control del nivel de eficiencia energética de que disponga el establecimiento.

4.- Formas de intentar reducir los costes fijos de cualquier establecimiento del sector.

5.- Repercusiones en el funcionamiento interno y cambio en la manera de vender el producto debido a la COVID-19.

Aparición de la COVID

Los efectos de la pandemia de la COVID-19 han impactado de forma intensa en la industria hotelera española. En el sector, se ha producido un descenso muy considerable de la demanda extranjera que tenía éste, debido mayoritariamente a las restricciones de movilidad, repercutiendo esto en una considerable reducción de la tasa de empleo en el sector. “El impacto del coronavirus en la rentabilidad del sector hotelero provocó que, en España, los ingresos por habitación disponible (RevPAR) se redujeron en más de un 40% con respecto al mismo mes de 2019. Durante los meses de verano, la caída fue de más del 48% siendo la del mes de agosto la menos dura, en definitiva, la reducción con respecto al año anterior fue de prácticamente de más del 68%”, analiza Jaume Guix. Del mismo modo, Marcos Rodríguez expone que como consecuencia de esta pandemia el sector hotelero se ha visto obligado a dar un giro importante en su relación con los clientes, intentando evitar el contacto humano en la medida de lo posible. “Para esto han empezado a usar herramientas, que, pese a que ya existían con anterioridad, se han visto potenciadas de manera exponencial, como son el check_in online, los kioscos de check_in automático, los sistemas de firma digital (incluso desde el propio móvil del cliente), etc.”.

De esta manera, “las cadenas y hoteles que disponían de un mayor músculo financiero han aprovechado para actualizar o cambiar soluciones, buscando las que puedan aportar mayor valor al negocio, que permiten conocer mejor al cliente, maximizar beneficios, automatizar procesos y mejorar la toma de

Foto: Informática3



decisiones. Los que no han podido aprovechar ese momento, una vez se retoma la 'normalidad' realizan esos cambios", especifica Alberto Vera de Decker. Algo que comparte Frede Palmés destacando que 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 con los huéspedes, pero aumentando la satisfacción del cliente.

Por otro lado, el mejor modo de combatir la incertidumbre son los datos. Disponer de un dato de calidad, ágil y fiable, ha contribuido, en alguna medida, a poder identificar tendencias y hacer previsiones, al menos en el corto plazo. Asimismo, "en la adecuación a todos los protocolos de seguridad impuestos por la pandemia ha potenciado el desarrollo de herramientas, como los sistemas de cobros para gestionar las extendidas tarifas flexibles y semiflexibles, los seguros de cancelación para transmitir confianza al huésped o el check-in online para evitar la interacción social. Sin tecnología todo hubiera sido todavía más complicado", analiza Daniel Romero Ugarte. En este sentido, desde Landín Informática corroboran que el uso de determinados sistemas ha sido vital. "Han hecho posible que millones de trabajadores hayan podido desempeñar su labor desde sus casas evitando así el cierre de muchos negocios que seguramente estarían abocados al fracaso. Han facilitado que la hostelería pudiese seguir ofreciendo muchos de sus servicios evitando o limitando el contacto humano en los peores momentos de la pandemia. Nos han permitido el acceso a todo tipo de productos desde nuestras casas. Y podríamos seguir enumerando beneficios sin parar".

En este sentido, la aparición de la COVID ha sido un antes y un después. Así lo considera Annie Santos exponiendo que el uso de sistemas de gestión integrados siempre ha sido un deseo que ha estado presente en la mente de gerentes o directivos,

Foto: Landín Informática

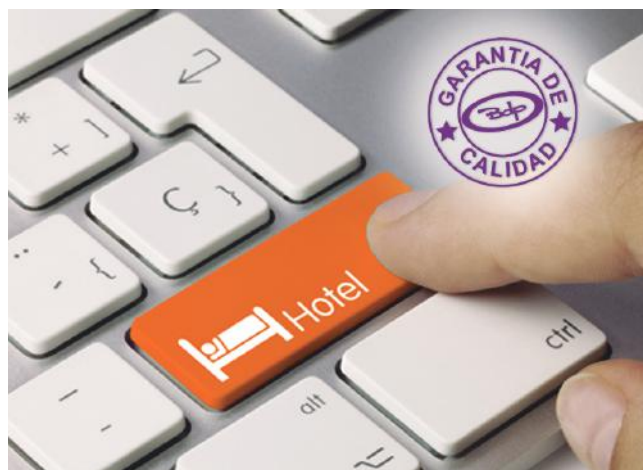
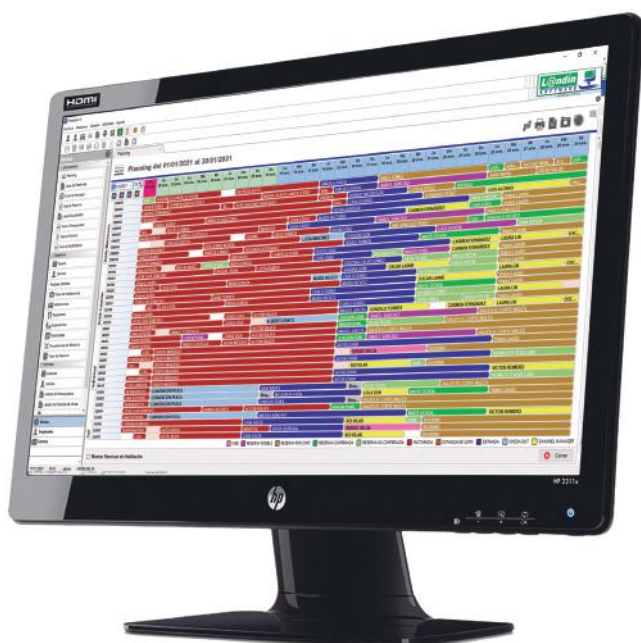


Foto: BDP Software

pero que se solían dejar para más adelante. Sin embargo, con la llegada del COVID-19, este deseo se ha convertido en una necesidad real y casi inmediata. "Soluciones como check-in y check-out online, gestión de las actividades del hotel de una forma online también han facilitado la interacción entre huésped y hotel. Además, el hotelero puede tener una visión 360 en tiempo real y desde cualquier dispositivo de su negocio hotelero y de las necesidades de sus clientes", analiza Víctor Saona.

De igual modo, desde Noray concretan que tras la crisis de la COVID-19, se ha puesto en valor la importancia de la transformación digital de todos los sectores, incluido el hotelero y de restauración. "El cumplimiento de protocolos implementados por el Estado (aforos, pasaporte COVID, entre otros), el poder subsanar las principales dudas y miedos de los clientes (sistemas contactless, check in online, aforos, limpieza) en todos estos aspectos y más, la tecnología ha tenido un papel indispensable para poder gestionar adecuadamente las necesidades que se iban presentando en el camino". Y, sobre todo, la Covid ha impulsado, sobre todo, la autogestión del cliente de hoteles y restaurantes. A través de la rápida innovación del software para adaptarse a la distancia social, se han logrado grandes innovaciones. Ahora, la gran pregunta que se hace Esther Zerbst, Gerente de Informática3, es si estos sistemas perdurarán. ¿El cliente seguirá aceptando ser su propio gestor cuando contrata los servicios de un hotel o restaurante?

Evolución

Los sistemas de gestión han tenido una evolución a lo largo del tiempo que ha pasado desde desarrollo de sistemas internos basados en desarrollos propios no integrados hasta nuevas generaciones de sistemas de gestión en los cuales se integran todos los departamentos mediante módulos, permitiendo así una integración al 100% de toda la información que se genera en la empresa. "Como últimos avances hemos tenido la incorporación de cuadros de mando integrales, Business Intelligence e Inteligencia Artificial para predecir comportamientos mediante datos del sistema", explican desde Noray.

A medida que los hoteles planifican un futuro mejor tras la pandemia, los hoteleros y propietarios accionistas de estos, se



Foto: Noray

plantean llevar a cabo la inversión en tecnología que llevaban posponiendo durante tiempo. Y muchos propietarios se están dando cuenta, de que es ahora el mejor momento para actualizar el sistema de gestión del hotel. Por ello, se están haciendo muchos presupuestos, pero la incertidumbre que aún está presente no ayuda a cerrar operaciones.

No obstante, la gestión eficaz de un hotel es el escaparate en el que se muestra su eficacia y organización. Por esta razón desde BDP Software consideran que el servicio del hotel comienza mucho antes del ingreso del huésped, por eso, poder gestionar de la mejor forma la actividad administrativa, comercial y gerencial de un hotel es vital. "Aunque vemos un aumento de los sistemas basados en la nube, mucha gente prefiere los sistemas tecnológicos independientes, y bastantes que habían apostado por trabajar en la nube, después de experimentarlo, están volviendo a los sistemas propietarios que pueden conectarse a servidores internos en lugar de estar en línea pues se ha comprobado que estos, son más fiables y no tienen cortes de inactividad. Es por eso por lo que la inversión en tecnología sigue siendo la mejor aliada y ayuda para el empresario hotelero, si se elige bien la herramienta a utilizar".

En este sentido, desde INETUM aseguran que en el último año se ha buscado publicar parte de las soluciones para que los propios clientes sean los que realicen parte de los procesos y se gestionen de forma desatendida, como pueden ser el check-in/out de un hotel, la comanda de una mesa de restaurante o la consulta y pago de factura. De modo que, en opinión de Víctor Saona la evolución se ha visto influenciado por tres factores: digitalización de procesos, sostenibilidad y uso de tecnologías como elemento clave.

"Fruto de estas influencias, funcionalidades que antes eran opciones ahora son imprescindibles. Opción para que los huéspedes puedan interactuar con el hotel, para realizar tareas como checkin online, reserva de actividades, consulta de cargos y facturas, etc., digitalizar departamentos como Pisos y Servicios Técnicos con herramientas móviles, Digitalización

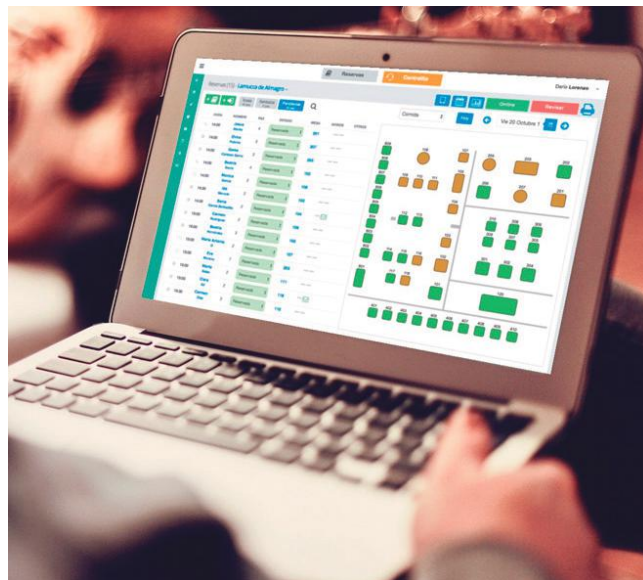
completa del proceso de compras, con gestión automatizada del proceso, envío pedidos, recepción de albaranes y facturas, etc."

De este modo, destaca que los sistemas de gestión hotelera han pasado de ser herramientas utilizadas a través de dispositivos fijos, ordenadores, a ser herramientas utilizadas por todos los empleados del hotel, incorporando al huésped como parte del proceso.

Tipos de sistemas

Hay tantas opciones como negocios, todo depende de las necesidades de cada cliente. "Se puede ir desde un sistema muy básico y sencillo orientado a establecimientos de poca capacidad a versiones mucho más completas orientadas a negocios de mayor tamaño", define Marcos Rodríguez. A lo que Laura María Huertas Cabello, Jefe de Proyecto de Galdón Software, añade que existen software generales que valdrían, más o me-

Foto: Crambo



nos, para cualquier tipo de empresa y software verticales que son específicos para un sector de actividad concreto. Además, “nos podemos encontrar con soluciones estándares o con soluciones a medida, que se pueden adaptar a las necesidades particulares de cada cliente”.

Podemos encontrar distintas opciones y al final el objetivo de tener un sistema de gestión es poder integrar al 100% todas las áreas del negocio. Entre los distintos tipos que existen podemos destacar los siguientes:

PMS: “para la gestión del día a día del hotel como check-in, check-out, asignación de habitaciones entre otros, servicios de clientes y la gestión de procesos clave como facturación, producción y reporting”, enumeran desde CEI Europe. A lo que desde Noray añaden que, este sistema, tiene un objetivo centrado en la gestión del front-office (recepción, reservas principalmente). “Se considera los sistemas tradicionales de gestión hotelera, y conviven con los sistemas modernos de PMS, los basados en un concepto ERP que incluyen muchos más departamentos y una gestión centralizada de los datos”. Existen dos tipos:

PMS locales: desde BDP Software opinan que son los ideales para establecimientos hoteleros catalogados como pequeños y medianos, se instalan en los equipos y servidores del hotel. Requieren de infraestructura tecnológica, y para actualizar el



Foto: Redforts

software es necesario la intervención de técnicos que periódicamente realicen trabajos de mantenimiento, normalmente cuentan con más recursos para sus desarrollos y suelen ser y estar más pulidos en su forma de trabajar. “Se adaptan y aprovechan mejor a diferentes tipos de hardware a la vez que consideramos que son más sencillos de adquirir, implementar y de utilizar y suelen ir mejor acompañados de una mejor asistencia

oscar
la tecnología del éxito

hotel software

Sistema de gestión
Channel manager
Motor de reserva
Check-in automático
Pasarela de pago
Puntos de venta
Portal del huésped

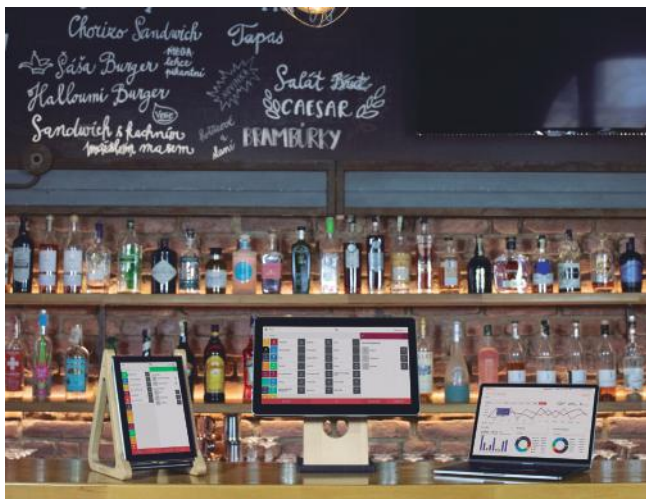


Foto: Storyous

de soporte suministrada normalmente por la propia empresa desarrolladora y/o distribuidora”.

PMS en la nube: igualmente desde BDP Software especifican que son los ideales para establecimientos hoteleros catalogados como medianos y grandes. Se suele pagar una tarifa mensual o anual y se trabaja a través de una estructura comercial modular. El software en la nube permite la mayoría de las funcionalidades y la operativa que una instalación local. “Cuenta con la ventaja de que puede operarse desde cualquier dispositivo digital con conexión a internet, pero tiene como gran inconveniencia, la gran dependencia que del sistema de la calidad de la conexión que se utilice para conectarse a través de internet, ya que, si esta cae, la mayoría de las veces, no es que el software deja de funcionar, sino que toda la empresa queda parada”.

Sistemas centrales de reservas (CRS): los grandes hoteles y las cadenas hoteleras a menudo utilizan sistemas centrales de reservas (CRS) para gestionar las reservas creadas a través de sus propios canales. “Los CRS permiten a varios agentes de reservas ver los precios y la disponibilidad en tiempo real y crear o cancelar las reservas mediante un sistema centralizado. Los CRS brindan el mayor beneficio a los hoteles con equipos de reservas o que forman parte de una cadena normalmente con delegaciones externas para la gestión de las reservas”, describe Jaume Guix.

Channel Managers: “gestión integrada de varios canales”, definen desde Engisoft. Desde BDP Software indican que el Channel Management System (CMS), aporta infinidad de ventajas pues se puede actualizar el inventario del hotel con todos los demás canales de distribución de ventas que utilice el establecimiento desde un solo lugar de trabajo, incluso si se gestionan diferentes sites web, OTA's y (CRS) de forma automática, siendo esto la mejor garantía de éxito para no realizar y gestionar de forma casi perfecta la tan odiada sobreventa (Overbooking).

Gestión de la estancia de huéspedes: “gestión de la estancia del cliente desde el check-in hasta el check-out”, detallan desde Engisoft.

Motor de reservas: se trata, tal y como indica Frede Palmés, del programa integrado a la web del hotel para venta de las habitaciones con revisión de disponibilidad y precios. A lo que desde Paraty Tech añaden que los motores de reservas han tenido que evolucionar para permitir gestionar mejor las cancelaciones, gestionar los cobros, reducir la interacción social y el contacto con las superficies, trabajar la fidelización del huésped, etc.

Ventas online: “esta área contribuye a que su negocio hotelero aproveche todas las posibilidades para comercializar habitaciones y servicios, concediendo una gran importancia al mundo online”, especifican desde CEI Europe.

CRM: “es importante contar con una herramienta para gestionar la relación con los clientes tanto antes como durante y después de haberse alojado. Tanto para acciones de Marketing Masivo como de Marketing Transaccional”, indica Víctor Sana. A lo que desde INETUM añaden que es la aplicación que permite al hotel/restaurante conocer a su cliente, se centra en tener el dato único del cliente con todas las interacciones, gustos/preferencias del cliente y en función de estos, aplicar una estrategia omnicanal de gestión de cliente.

ERP: para la gestión financiera y de compras. “Este sistema permite controlar los procesos comerciales y el flujo de información que se genera en todos los departamentos de la empresa, además de la relación con el cliente, desde la preventa hasta la posventa. Suelen estar integrados por diferentes módulos correspondientes a cada departamento”, analizan desde Noray.

BI: “sistemas que buscan gestionar y almacenar grandes cantidades de información orientadas a aportar soluciones integrales en la toma de decisiones de una empresa”, concreta Annie Santos.

App/WebApp: “permite al cliente realizar procesos de valor de primera mano, contratar servicios y gestionarlos”, describen desde Inetum.

Software TPV: “gracias a él se obtendrá el máximo rendimiento de las numerosas actividades y servicios comerciales dirigidos

Foto: Voxel



al huésped (o visitante) que desarrollan en sus instalaciones. Un ejemplo son los restaurantes, cafeterías o tiendas”, especifican desde CEI Europe.

Además, existen muchas otras soluciones como pueden ser: “gestión Contact Center, Channel Manager, Web y Motor de reservas, Mantenimiento y Housekeeping, lectores de documentos de identidad, gestión de la Cyberseguridad (antivirus, DNS, AntiBot...)”, enumera Alberto Vera de Decker.

Una correcta elección

La elección correcta del software nos permitirá obtener la información más adecuada en todo momento y, con ello, tomar la mejor decisión para intentar aumentar la productividad del hotel. “Saber que las herramientas de gestión de reservas que utiliza el establecimiento están preparadas para controlar sus particularidades ayuda a infundir un sentimiento de confianza durante el proceso de la reserva y crea lealtad a la marca”, define Jaume Guix. Además, es importante que la adquisición del software esté íntimamente ligada con la estrategia. “No debemos olvidar que la tecnología es el medio, no el fin, y que no todas las soluciones son necesarias ni resultan útiles para todos los establecimientos”, expone Daniel Romero Ugarte.

En este sentido, todo dependerá de las necesidades que tenga la empresa y los objetivos que quieran alcanzar. “Cada tipo de



Foto: thinkIN - The Company for Tourism

sistema de gestión tiene un objetivo claro y marcado. Incluso, puede pasar que no solo necesite un sistema de gestión, sino varios. En este caso es importante conseguir un proveedor único, a ser posible, que cubra todo el core principal del negocio. También es importante que tenga las suficientes integraciones como para suplir todas las necesidades secundarias, que no forman parte del core del negocio”, analiza Annie Santos. A lo que Daniel Romero Ugarte concreta que el hotelero debe prestar atención a sus estrategias de distribución, comercialización

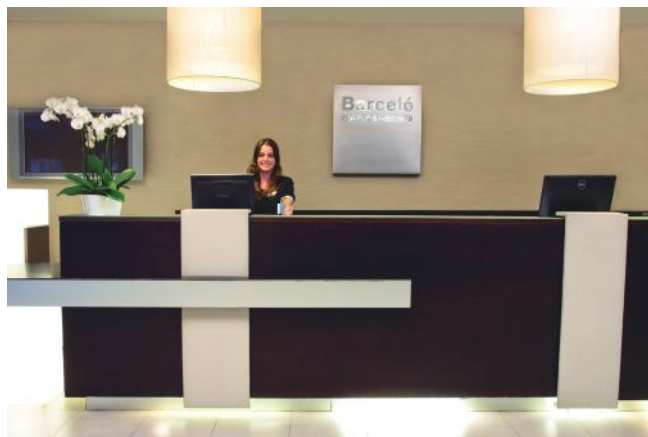


Foto: Barcelo Hotels&Resorts

y revenue, y decidir qué le hace falta para implementarlas y optimizarlas. Para unos, “un rate shopper o un channel manager resultará de gran utilidad, mientras que para otros quizá una plataforma de gestión de metabuscadores resulte imprescindible. La adquisición descontrolada de software puede disparar, por ejemplo, el coste de las reservas directas. El canal directo, sin duda, es el más rentable, pero es así cuando está bien gestionado y la tecnología tiene mucho que ver con este aspecto”, explica.

Por otro lado, Alberto Vera de Decker explica que ha habido un cambio importante en los procesos de búsqueda y decisión: antes la responsabilidad era de los equipos de TI y Financiero, ahora los equipos de negocio son quienes indican las casuísticas que requieren gestionar, los puntos imprescindibles y los que aportan un valor añadido. “A partir de ahí, junto con el departamento de TI, analizan las alternativas que le ofrece el mercado, el equipo de negocio analizará la parte funcional y TI, la tecnológica”.

De esta manera, el sector hotelero sabe que una de las formas para mantener y aumentar beneficios pasa por el hecho de cambiar y progresar a expensas de sufrir o tener que cerrar y en este proceso de cambio ha entrado con fuerza el concepto

Foto: BDP Software



de que el software debe de estar adaptado al tamaño del negocio. “Las necesidades generales de cualquier hotel son muy similares, pero a la hora de seleccionar un software para hotel, los hoteles más pequeños (con menos servicios e infraestructuras) necesitarán gestionar menos casuísticas y, en cambio, los hoteles de mayor tamaño (con más servicios, más personal, más departamentos...), necesitarán dar respuestas casuísticas mayores”, explica Jaume Guix. Otro aspecto que también considera que se deberá de tener en cuenta es el hecho de que el software debe de estar adaptado además a las necesidades funcionales de cada establecimiento. “No necesitan la misma funcionalidad el departamento de recepción (normalmente suele ser la cara del hotel), que el que necesita el departamento de Reservas o el departamento comercial, o el de administración o Food & Beverage o Housekeeping o incluso el departamento de mantenimiento, entre otros”.

Así pues, para lograr la mejor elección es importante realizar un proceso de consultoría para poder conocer de primera mano qué retos y necesidades necesita cubrir el hotelero en su negocio. De este modo, “podemos optimizar la solución que mejor se adecúe a cada escenario. Además, es importante contar con un partner que tenga una amplia experiencia en el sector, ya que esto facilitará la interacción entre hotelero y el desarrollador del sistema de gestión. Por último, es fundamental contrastar experiencias de éxito en situaciones similares”, analiza Víctor Saona.

En definitiva, lo que verdaderamente un software para hotel debe permitir, es poder gestionar de forma rápida y eficaz la información que manipule, eso sí, “orientada al huésped para, de esta forma, obtener los mejores resultados adaptado a las necesidades y tamaño del negocio, teniendo en cuenta que el servicio y conocimiento que ofrezca el proveedor que subministre el producto, es un elemento clave y/o esencial para garantizar el éxito requerido”, concluyen desde BDP Software.

Principales ventajas

Los softwares de gestión se focalizan en la optimización de recursos y en que la estancia del huésped en el hotel sea plenamente satisfactoria. “Pese a ello, los sistemas de gestión deben recopilar, analizar y gestionar un mayor número de datos que son necesarios para obtener información para la toma de decisiones estratégicas y así poder diferenciarse de la competencia”, explica Frede Palmés (Engisoft). Pero sobre todo, el uso de sistemas de gestión debe permitir abordar, tal y como especifica Víctor Saona (CEI Europe), los cinco grandes retos que tiene toda empresa:

La rentabilidad, centrada en cómo maximizar los ingresos a través de la comercialización, con estrategias de upselling y crossselling y fidelización de los clientes.

Control, sistemas de gestión que permitan gestionar el negocio, contando con la información en el momento proceso y de forma estructura. Además, debe estar accesible en cualquier momento y desde cualquier dispositivo.

Ahorro de costes, centrado en la optimización de procesos, el flujo de información entre departamentos del hotel, evitando tareas manuales y errores de traspaso de información.

Crecimiento, sistemas que permitan crecer, tanto en nuevos servicios en los hoteles, como añadiendo nuevos hoteles en el caso de las cadenas hoteleras.

Riego, por último, pero no menos importante, que el sistema permita abordar los riesgos de la adaptación a los cambios del entorno, tanto desde el punto de vista legal, como desde el punto de vista tecnológico y funcional. Y, por otro lado, entre las principales ventajas que aporta contar con estos sistemas destacan:

Automatización de tareas iterativas y administrativas, como, por ejemplo: facturación. "Esto permite ahorrar tiempo para dedicarlo a otras actividades que aporten valor a los clientes", detalla Annie Santos (Noray).

Ahorro de tiempo en las tareas administrativas: como consecuencia de lo anterior se puede conseguir un mayor ahorro de tiempo. "Un buen PMS reduce enormemente el tiempo que se dedica a tareas administrativas manuales, de esta forma el establecimiento puede dedicar tiempo a lo que, para él, es lo más importante, que sin duda es la atención a sus clientes", describe Jaume Guix (BDP Software).

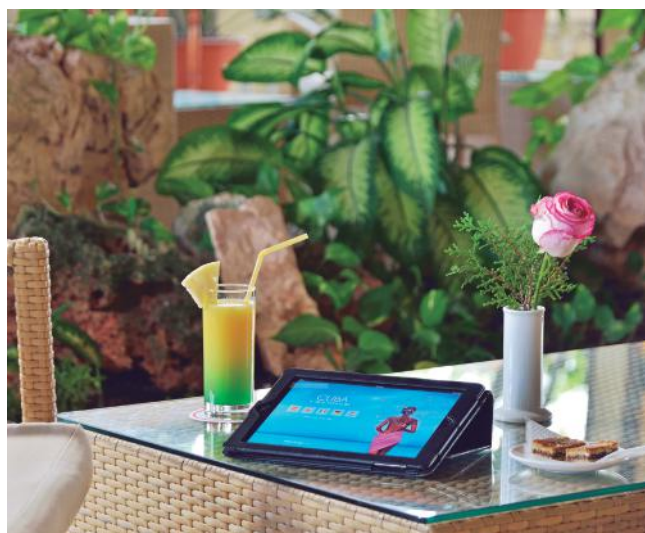


Foto: Meliá Hotels International

Reducción de errores humanos: la automatización de tareas también ayuda a prevenir errores cuando el personal de recepción gestiona información relevante del huésped, "esto significa una mejor experiencia para los huéspedes, pues se evitan situaciones incómodas como, por ejemplo, al preguntar de nuevo los datos al cliente, o cuando nos pregunta por la posibilidad de estar en la misma habitación que la vez anterior, dando de esta forma más tiempo al personal para que se centre en

LAVADORAS

GENIUS

La solución
de lavado profesional
para una nueva era

**450G MÁS POTENCIA,
MENOS ENERGÍA**
Mayor velocidad de centrifugado



GIRBAU
sapphire
Laundry Management & Connectivity

**MÁS EFICIENCIA, MENOR CONSUMO
MÁS CONTROL Y CONECTIVIDAD
MÁS FÁCIL DE USAR**

Control de agua y químicos

Plataforma **Sapphire IOT**

La mejor pantalla táctil con interfaz intuitiva

Iluminación **visión 360**

GIRBAU.COM



GIRBAU

BEYOND LAUNDRY



Foto: CEI Europe

las tareas más importantes de atención al cliente a la vez de obtener datos e informes comerciales más seguros y fiables”, especifican desde BDP Software.

Informes gráficos detallados: “no solamente atractivos visualmente sino necesarios para obtener información relevante para la toma de decisiones en tiempo real”, concretan desde Noray.

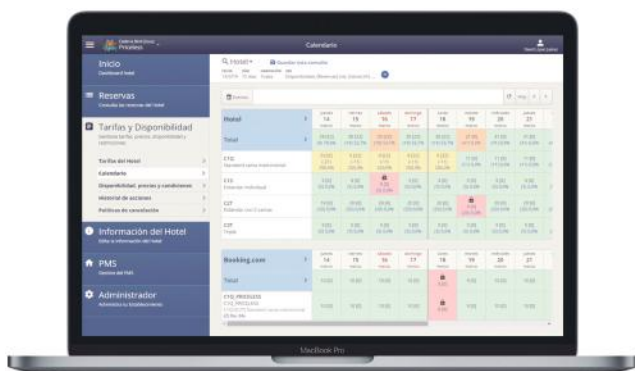
Ayuda a supervisar todas las actividades y procesos de la empresa: “con un sistema centralizado que garantiza un servicio de calidad para los clientes”, completa Annie Santos.

Simplificación de los procesos complejos de gestión: a través de los módulos de negocio programados para gestionar todas las áreas del negocio, permitiendo flexibilidad y crecimiento.

Sistema de Revenue más eficaz: la mayoría de los PMS incluyen herramientas de tarificación y otras funcionalidades que permiten optimizar ingresos. “Cada vez es menos usual ver el hecho de tener un solo precio para la temporada alta y otro para la temporada baja. El sector se ha dado cuenta cómo afecta la posibilidad de no modificar precios de forma circunstancial o disponer de varias temporadas a la vez”, completa Jaume Guix.

Aumento de la eficiencia: debido a la planificación y coordinación de la empresa de forma clara y sencilla.

Foto: Engisoft



Incrementa la rentabilidad de la empresa mediante el aumento del número de reservas: un PMS adecuado te permite optimizar y maximizar resultados. “Una buena política de Revenue más un motor de reservas directas, añadido a un buen PMS junto con una buena interpretación de los informes que éste ofrezca, es garantía segura que ayuda a incrementar el número de reservas a gestionar por el establecimiento”, expone el Consultor en Análisis funcional & Implantación y desarrollo de software para el sector de Hotelería y hostelería en Ibernayx de BDP Software.

Permite aprovechar más la base de datos de clientes: los directores de marketing pueden realizar un seguimiento de los diferentes tipos de clientes, con parámetros orientados a realizar propuestas comerciales, ofertas o campañas de captación de reservas. “La información que se dispone bien gestionada e interpretada permite tomar decisiones basadas en datos reales de la zona y del tipo de target de cliente que tenga el establecimiento, lo que ayuda a aplicar una política de marketing más correcta y aumentar ingresos a corto y largo plazo”, explican desde BDP Software.

Refuerza la fidelización y las relaciones con los clientes: “los clientes están más satisfechos si se simplifica el proceso de check-in y el check-out o pueden realizar la reserva a través de internet. Y esto hecho no es más que un pequeño grano de arena”, continúa explicando Jaume Guix.

Aumenta la visibilidad online: un factor determinante actualmente es la presencia online de cualquier establecimiento “Si estás en internet existes, si no, nadie sabe quién eres”. Además, según exponen desde BDP Software, es necesario tener en cuenta que el conocido “Sr. Google” valora y evalúa la experiencia del usuario en los sitios web, y aquéllos que ofrecen una mejor experiencia aportando una mayor facilidad en la navegación, obtienen una posición más alta en las búsquedas que realiza Google y, por ello, se consigue más visibilidad. “Disponer de un motor de reservas en la web del establecimiento que permita realizar reservas online aumenta la confianza de los clientes y hace que estos se sienten más seguros al realizar la reserva directamente, y, además, si a éste se le añade una política comercial adecuada, se está comprobando cómo el efecto de este hecho repercute de forma directa en el ahorro de los costes de las tan odiadas comisiones a intermediarios que utiliza cualquier hotel”.

Ayuda a transformar el negocio: indispensable en la actualidad. “Un Buen PMS, no tan solo ayuda a gestionar correctamente el negocio, sino que, además, aporta un cambio de mentalidad y transformación a la forma en que el hotel y los empleados de este gestionan y trabajan”, determinan desde BDP Software.

En resumen, los beneficios y ventajas son infinitos en todos los niveles: económico, pudiendo llegar a más clientes con menos costes. “También existe un beneficio laboral que permite optimizar el tiempo para poder ser más productivo”, indican desde Landín Informática. En este sentido, “la tecnología no

es solo algo que ayuda. Se ha convertido en el único modo de gestionar debidamente un establecimiento", determinan desde Paraty Tech.

Implantación

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 estas son correctos y de ayudar en dudas al siguiente grupo que sería el resto de los usuarios.

"Es importante realizar una "Gestión del Cambio" con un equipo que analice el donde se está, donde 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", completa el Market leader Hospitality & Travel en INETUM.

En este punto, el Consultor en Análisis funcional & Implantación y desarrollo de software para el sector de Hostelería y hostelería en Ibernyx, de BDP Software, opina que el proceso de



Foto: Galdón Software

implantación de un PMS en un hotel debe estar dividido en tres apartados significativos, que según detallan son:

1.- La Instalación: contempla la configuración, parametrización, instalación y traspaso de información en caso de migración al equipo y del software seleccionado para trabajar en el servidor del establecimiento.

MenuL@n®

SOFTWARE PARA HOSTELERÍA



OrderL@n®
TELECOMANDAS

L@ndín®
SOFTWARE

Fidelización
Reservas online
Módulo Delivery
Monitor de Cocina

Enlazado con:



SIEMPRE SEGUROS:

La ciberseguridad se ha convertido en una preocupación para la industria hotelera. El sector está expuesto a intentos de hackeos, debido a lo atractivo que son los datos que se manipulan. "Los hoteles disponen de datos confidenciales, y esto es una atracción para los ciberdelincuentes. Un ciberataque puede tener consecuencias nefastas para el hotel. Si se sufre, de bien seguro que afectará a la reputación del propio establecimiento, repercutiendo de forma directa a un descenso de sus visitas, con la consecuente pérdida que conlleva esto respecto a la confianza que transmita el establecimiento", explica Jaume Guix, Consultor en Análisis funcional & Implantación y desarrollo de software para el sector de Hotelería y hostelería en Ibernyx, de BDP Software. Además, se le deberá añadir los daños económicos debido a esta pérdida de confianza provocando una bajada en la reputación online y offline del hotel, pudiendo incluso llegar a peligrar su subsistencia.

De esta manera, 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 se requiere 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", expone Alberto Vera de Decker, Market leader Hospitality & Travel en INETUM.

Así, "al optar por el uso de sistemas de gestión es imprescindible saber que debe existir un protocolo adecuado para la protección de todos los datos, bien sea en clientes que deseen trabajar con sus servidores propios o clientes que prefieren trabajar en la nube", explica Annie Santos, Técnica de Marketing de Noray.

Por todo ello, "identificar riesgos y vulnerabilidades o lo que es lo mismo, realizar una auditoría para evaluar los potenciales riesgos a los que se pueda estar sometido, pasa a ser un elemento de vital importancia para tener en cuenta a realizar en algún momento por cualquier establecimiento del sector", detalla Jaume Guix. A lo que reco-

miendan encarecidamente que esta auditoria contemple como mínimo los siguientes apartados:

- 1.- Herramientas adecuadas para la detección de malware.
- 2.- Sistema de control de acceso a los puertos de la red del establecimiento.
- 3.- Mecanismos de protección de los navegadores que se utilicen, así como los gestores de correo electrónico.
- 4.- Configuraciones y sistemas de protección correctos para firewalls, switches y routers.
- 5.- Sistemas de control de uso para el acceso a las redes wifi del establecimiento.
- 6.- Análisis de mejora en los sistemas de control y protección de los sistemas de seguridad física.
- 7.- Potenciación de los equipos de sistemas de backup del establecimiento, para la recuperación de datos en caso de ataque.
- 8.- Formación del personal del hotel referente a los puntos críticos del establecimiento.

Para muchos fabricantes la nube es la opción más adecuada, "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". Mientras que Ana Pérez, Ingeniera I+D, y Laura Balsa, Departamento Marketing y Comunicación de Landín Informática, detallan que las dos mayores ventajas de la nube son: el acceso desde cualquier sitio y con varios dispositivos y el ahorro tanto en software y hardware como en mantenimiento técnico. Por ello, es importante invertir en ciberseguridad, no solamente con un antivirus que controle toda nuestra actividad en la red, sino también a través de la incorporación a las empresas sistemas fiables.

En resumen, hoy en día, estamos muy expuestos a todo tipo de ataques, hay que ser extremadamente cuidadosos con nuestras acciones en la red. Además de eso, "tenemos que ser conscientes de la existencia de proveedores de servicios de ciberseguridad que realizan estudios para controlar y corregir cualquier comportamiento extraño en la red", concluyen desde Landín Informática.

2.- La Capacitación y/o Registración: una vez realizada la indispensable formación a los usuarios del establecimiento, es de vital importancia el hecho de tener en cuenta que esta formación debe incluir, como mínimo, la solución de las casuísticas más repetitivas del trabajo diario del establecimiento por departamentos, aunque se tendrá que ir con cuidado, por lo que recomendamos ser muy cautos al respecto, al hecho de que existe el peligro de que esta formación, muchas veces se convierta más en un asesoramiento gratuito o camuflado, que

en una adquisición y/o ampliación de conocimientos. A partir de aquí, se inicia lo que se considera como un segundo proceso de capacitación diaria del personal del hotel, sobre todo en lo referente a la manipulación del PMS y en este proceso, es cuando se suele aprovechar, para empezar ya a registrar información real.

3.- El Seguimiento: esta fase, el consultor suele y debe acompañar al usuario del PMS en todo el proceso de formación y

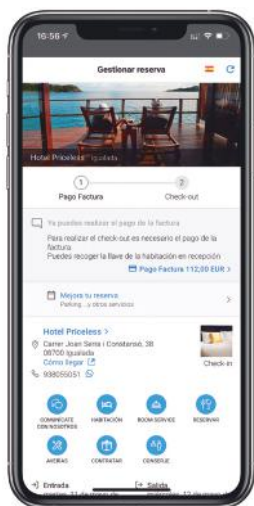


Foto: Engisoft

puesta en marcha, incluso una vez finalizada ésta. Además, es cuando realmente se solucionan las dudas que se tenga y si hace falta se puede aprovechar para orientar al usuario según las necesidades y/o requerimientos del establecimiento.

No obstante, no debemos olvidarnos que para lograr una implantación adecuada, la formación en esencia, pero no tiene por qué ser compleja. "Puede consistir en un protocolo guiado vía vídeo o contando con un consultor que lo ponga en marcha", expone la Técnica de Marketing de Noray.

Es más, desde BDP Software concretan que podemos contar con herramientas que nos facilitan el aprendizaje, el concepto de mobile learning ha realizado un giro sustancial gracias, en gran medida, a la implantación de la tecnología. Hoy en día, "en España el 85% de la población dispone de dispositivos móviles, los indicadores están demostrando que ya utilizamos más los dispositivos móviles que los ordenadores. Por eso, en un momento en que nuestros potenciales usuarios interaccionan una media de 45 veces al día entre ellos con su smartphone, actualmente disponemos de las herramientas y el escenario ideal para fomentar el aprendizaje a través de estos dispositivos".

Además, añaden que la implantación de estos tipos de sistemas debe estar apoyada, no tan solo por la formación técnica de la herramienta, sino además de videos tutoriales, manuales y/o sesiones virtuales de formación para el personal. La mayoría de estas herramientas de soporte y formación, junto con una buena metodología de implantación, normalmente suministrada por la propia marca, nos garantiza un proceso formativo diferente a las tradicionales clases presenciales a las que un profesional puede no tener tiempo para asistir. "Para nosotros el concepto de mobile learning tiene muchas ventajas pues fomenta la comunicación e interacción del trabajo cooperativo y colaborativo y permite actualizar contenidos con más facilidad y rapidez", concluyen.

Evolución futura

Los sistemas evolucionan, en opinión de Alberto Vera de Decer, a plataformas que se consumen en modo servicio alojadas en cloud, en las que el cliente tiene la capacidad de aumentar o disminuir las necesidades en función de la demanda del cliente. En este sentido, estos sistemas están evolucionando en los siguientes aspectos:

Inteligencia Artificial que analiza tendencias y permite anticipar para la toma de decisiones.

Automatización de todos los procesos que no son de valor añadido.

APIficación, que permite integrarse de forma sencilla con otros sistemas.

Publicación al cliente de todos aquellos procesos que el cliente pueda realizar a través de una web.

Business Intelligence, el dato en el centro, "análisis de datos para predecir tendencias, ventas por ubicación, controlar tiempos de cada recurso, etc.", especifica Annie Santos.

Movilidad, acceso a todas las áreas y funcionalidades desde cualquier dispositivo sin ninguna limitación.

Integraciones, en la unión está la fuerza, "un sistema de gestión debe ser capaz de trabajar con diferentes aplicaciones para complementar las necesidades de cada empresa, esto de manera integrada y sin que se pierdan datos en el camino", exponen desde Noray.

En la nube, migrar las soluciones a una nube segura garantiza agilidad, actualización y accesibilidad. Cualquier miembro del equipo podrá acceder a la información de su empresa sin importar dónde se encuentre. En este aspecto, desde Engisoft explican que los sistemas de gestión están evolucionando hacia la nube y con mayor integración entre ellos. Cada vez son más indispensables para poder planificar, gestionar el día a día y analizar los resultados. "Con la pandemia de la COVID-19, han aparecido nuevas formas de interactuar con el cliente que, aunque inicialmente se debían a motivos de seguridad, en la actualidad han venido para quedarse por las ventajas que comportan para el hotelero y para el huésped".

En resumen, en el sector turístico la innovación es una de las claves del éxito. Y es que, en un sector tan competido como es éste, se hace imprescindible contar siempre con las mejores herramientas existentes en el mercado. "La evolución natural de este tipo de sistemas ha provocado que se haya pasado de un modelo de pago por adquisición a otro de pago por uso o servicio, tanto en aplicaciones cloud como en aplicaciones propietarias. Aunque, si algo destaca dentro del concepto innovador que suponen las nuevas tecnologías en el sector hotelero, es la importancia de obtener cada vez más información acerca de las preferencias de los huéspedes y así poder mejorar cualitativamente las ofertas de servicios que pueda necesitar cada tipo de establecimiento", analizan desde BDP Software.

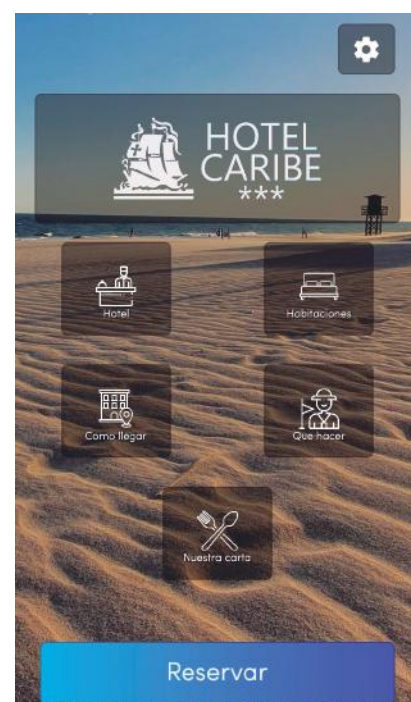


Foto: Millenium Soft



Foto: Resuinsa

Servicio de mesa

ARMONÍA Y PULCRITUD

La presentación de la mesa influye de forma clara y rotunda en la experiencia del cliente que se dispone a degustar una comida. Se trata de algo absolutamente evidente. Contar con una mesa con un mantel limpio, a la última, una cristalería, una vajilla y unos buenos cubiertos hacen que la actitud del comensal, junto con su valoración, tenga una calificación positiva. De esta manera, la famosa frase “comer con los ojos” se hace cada vez más real.

Si buscamos qué significa alta cocina nos encontramos con que es un estilo de cocina que se caracteriza por un alto refinamiento en sus preparaciones, por el uso de productos alimentarios de calidad y por la profesionalidad de los cocineros. “Tiene su origen en el siglo XIX en París y actualmente es, sobre todo, practicada en los grandes hoteles y restaurantes del mundo occidental. Se caracteriza por el empleo de los productos de extrema calidad, por las presentaciones más cuidadas

y artísticas, por las elaboraciones más complejas y refinadas”, analiza Arturo Hernández, director general de Vayoil Textil.

En este punto, los hosteleros cada vez son más conscientes de que comer en un restaurante es una experiencia que se palpa por los 5 sentidos. Además, “el impacto de las redes sociales incita a buscar una perfección en la mise en place que llame el interés del cliente. Todos los comensales de un restaurante

Necesidad de mantener la cadena de suministro en el sector hotelero



FÉLIX MARTÍ, DIRECTOR GENERAL DE RESUINSA

El pasado mes de octubre el mundo vivió un desajuste de aprovisionamiento de materias primas, afectando globalmente a todos los sectores económicos que dependían de materiales para sus procesos de producción. Tras dos años de pandemia y comenzar a levantar cabeza, el **sector hotelero se enfrenta actualmente a las consecuencias de un conflicto bélico** cuyas repercusiones quizá estemos sólo empezando a visualizar y que asesta un nuevo golpe a las cadenas de suministros con importantes problemas de desabastecimiento.

Comienzan a detectarse tensiones provocadas por la guerra en sectores muy concretos: alimentación, tecnología, energía... Esta última en Europa ya la llevamos padeciendo hace tiempo y ha hecho que muchas empresas estén replanificando cadenas de suministros para que la logística no se rompa. A diario vemos ejemplos de cómo este conflicto está retrasando la llegada de envíos, incrementando los costes de la industria e incluso poniendo en riesgo la disponibilidad de algunos bienes.

Félix Martí, Director general de **Resuinsa** expresa los grandes esfuerzos que está haciendo la Compañía para mitigar la situación, optimizando al máximo sus procesos productivos, buscando vías de suministro de materias primas alternativas y mejorando su eficiencia. Aun así, están sufriendo también las consecuencias de estas circunstancias extraordinarias debido a que toda la industria está interconectada.

"Ahora más que nunca es muy importante tener una base sólida en la hostelería contando con unos **colaboradores fuertes** que aseguren el abastecimiento. Un hotelero se ha de dedicar a su negocio y no a solucionar problemas de sus proveedores. Es en estos momentos cuando hay que estar más seguro y confiar en los que realmente llevamos años de forma ininterrumpida dando servicio" ha explicado Martí.

Queremos transmitir a todos los hoteleros que **de la mano de Resuinsa podrán dormir tranquilos** porque nuestro compromiso con ellos sigue siendo firme como el primer día. Afortunadamente **fuimos previsores** y viendo la evolución de la pandemia, el alivio de las restricciones y las ganas de viajar que tenía la gente, **pusimos nuestra maquinaria a funcionar al 100%** para ser capaces de llegar al mes de marzo con toda una gran previsión de stock fabricado. De este modo podemos dar servicio no sólo a todos nuestros clientes sino también a los que nos llaman desesperados porque abren los hoteles para la Semana Santa y su proveedor habitual está desabastecido."

De hecho, subraya que vienen tiempos difíciles por la situación internacional pero también una oportunidad que el sector turístico lleva esperando 2 años y debe aprovecharla.



Foto: Tork

son potenciales embajadores, ya que pueden compartir imágenes en las redes sociales”, describe Mamen Pérez, de Carmela Martí. En este entorno, Arturo Hernández especifica que “la haute cuisine” es un arte llevado a la mesa. “La iluminación del local, los materiales, los textiles, y la creatividad de cada rincón deben sumar en esta experiencia del cliente que van más allá de la mesa. Con estas premisas, los restaurantes de referencia se acercan a empresas como nosotros con el objetivo de crear espacios que generen emociones y armonicen con las creaciones comestibles de los chefs”.

En este sentido, “la primera impresión entra siempre por los ojos en el momento de entrar y sentarte en un comedor. La

Foto: Vayoil Textil



primera impresión es siempre la que condiciona luego el resto”, comenta Manuel Arbaiza Vilallonga, director de Arbaiza Vilallonga. De este modo, una presentación cuidada, con detalles, limpia e higiénica es muy importante cuando un comensal se sienta en la mesa. “Habitualmente vamos a restaurantes, hoteles, cafeterías..., a disfrutar de un rato agradable, no solo para comer o beber algo, sino para relajarnos y pasar un buen rato. Una mesa con buena presencia ayuda a que la experiencia del comensal sea aún mejor”, analiza Miriam Fernández Medel, responsable de comunicación del Grupo Gomà-Camps. En este sentido, “siempre será mucho más agradable estar en un sitio donde haya un ambiente y una buena decoración y que vaya acompañada por una buena presentación que haga las delicias del cliente. El cliente lo que busca es la excelencia y para llegar ahí la presentación es uno de los primeros pasos que tiene que dar el hostelero”, precisa Juan Serra Bertán, director general de Racrisa.

En Carmela Martí consideran que una mantelería bien cuidada es un elemento imprescindible para una correcta ‘mise en place’. “Cuando una persona elige un establecimiento está influido por muchos factores. Se busca disfrutar, saborear, meterte en el ambiente y concepto de restaurante y llevarte un recuerdo que te lo haga inolvidable. Esto se consigue añadiendo a lo principal, que es la comida, un conjunto de sensaciones donde el elemento textil es cada vez más importante”. A lo que Félix Martí, director general de Resuinsa, añade que un buen servicio de mesa puede llegar a condicionar una velada y convertirla en irreplicable. “La comodidad, el diseño y la textura de las mantelerías influyen favorablemente a la hora de convertir una comida en un momento único. ¿A quién no le gusta disfrutar de una experiencia gastronómica apoyando brazos y cubiertos sobre un buen mantel de tela?”.

¿Cómo ofrecer un buen servicio de mesa?

Así pues, para dar un buen servicio de mesa, hay que cuidar todos los detalles. “Los elementos de la mesa tienen que tener una sintonía entre ellos y al mismo tiempo con la decoración del establecimiento”, definen desde Carmela Martí. A lo que desde Resuinsa añaden que lo importante es cuidar lo que se denomina la mise en place, que no es otra cosa que la disposición con la que coloca cada elemento de la sala, desde la cubertería y la cristalería hasta la mantelería y el mobiliario, para optimizar el tiempo y conseguir en el cliente un disfrute total que le impida olvidar la experiencia.

Por ejemplo, en la mesa hay varios componentes que pueden marcar la diferencia; la vajilla, la decoración, las servilletas y mantelería. “Vestir la mesa con manteles y servilletas de papel tisú, no solo es más higiénico y sostenible al ser de un solo uso, sino que además es un componente de diseño que ayuda a diferenciarse del resto a través de la creatividad y las tendencias”, opinan desde el Grupo Gomà-Camps.

Por otro lado, Mamen Pérez destaca que la situación actual que estamos viviendo ha provocado un gran crecimiento del delivery o comida para llevar. “Esto plantea un reto a los restaurantes, ya que deben de ofrecer una experiencia completa y

BOOKING THE PLANET'S FUTURE



vayoil

Pensando en el futuro, queremos dejar un planeta mejor, sumando innovación y concienciación.

Desarrollamos proyectos textiles para el sector hotelero, cada vez más preocupado, como nosotros, por la sostenibilidad y el medio ambiente.



Foto: Gomà-Camps

enriquecedora para que al comensal le merezca la pena acudir al establecimiento. Para ello el cliente se debe sentir mimado y es necesario cuidar todos los detalles". Así, "la iluminación, los materiales, los textiles, el arte y la creatividad de cada rincón de un restaurante deben aportar experiencias que van más allá de la mesa. Todo el conjunto debe ser armónico y perfecto. Una experiencia sensorial, gustativa para el cliente que quede por siempre en su recuerdo", especifican desde Vayoil Textil.

En este sentido, Félix Martí considera que la mantelería es crucial para ofrecer un buen servicio de mesa. "Es el maridaje perfecto entre diseño, innovación, higiene y calidad. Una armonía que hace que el cliente se sienta especial. Para ello, el servicio debe hablar el mismo lenguaje que el establecimiento y, por eso los manteles y servilletas se han convertido en unos referentes de elegancia y pulcritud, consiguiendo una coherencia perfecta en cada rincón del restaurante". A lo que, desde Carmela Martí, añaden que las mantelerías deben vestir bien la mesa en consonancia con el tipo de establecimiento y la identidad que se quiera transmitir. "Una mantelería transmite mimo, calidad, atención al detalle..., para que el comensal se sienta a gusto".

Foto: Carmela Martí



Para Gomà-Camps lo más importante es la calidad. "Un buen servicio en la mesa pasa por tener productos de alta calidad, en cuanto a materiales y también en el diseño". Mientras tanto, bajo el criterio de Juan Serra Bertán, un buen servicio de mesa consiste en adaptar la presentación al momento de que te lo presenten, "no es lo mismo un desayuno que una comida o cena".

La idea es lograr la satisfacción total del cliente. "El éxito es conseguir que el cliente desconecte de los posibles problemas externos y que viva intensamente el momento placentero que es deleitarse con un buen servicio de mesa, ya sea estando solo o acompañado", continúan exponiendo desde Racrisa. Lo que corroboran desde Resuinsa exponiendo que el principal objetivo es conseguir que el cliente se encuentre a gusto, "disfrutando no solo de la comida, sino también del espacio en el que se encuentra, así como de los materiales que están en contacto con su piel".

Diseños

Hoy en día el diseño de la mesa es una fuente de creatividad. Cada mise en place es única y se adapta completamente al servicio que se va a dar, a la decoración del establecimiento...

Muchos son los elementos que conforman la mesa del restaurante, pero es necesario identificar cuáles son los que le dan el verdadero éxito al servicio de mesa:

Lencería: "la mantelería es sinónimo de distinción y ayuda a destacar el resto de elementos, como la decoración del espacio, la cubertería o la vajilla", analiza Félix Martí. La mantelería es uno de los principales elementos con los que jugar a la hora de poner la mesa para crear diferentes impresiones. Es por ello, que están claramente marcadas por las tendencias a nivel global.

Por ejemplo, "el lino es una fibra natural, que no contamina en su deshecho, y el que nosotros ofrecemos es de origen europeo como certifica la etiqueta 'Masters of Linen', de países cercanos con el consiguiente beneficio de menor emisión de CO₂ en su transporte dentro del compromiso de sostenibilidad de Vayoil Textil", describe Arturo Hernández. Además, destaca que este lino puede ir mezclado con poliéster, por su aporte de brillo y facilidad de planchado, (que reduce los tiempos de secado y planchado con su consiguiente ahorro de energía y reducción de emisiones) y dicho poliéster puede ser reciclado, es decir, procedente del reciclado y reutilización de botellas PET.

Por otro lado, desde Vayoil Textil concretan que, en la zona de restauración, los condicionantes del hotelero o restaurador son similares en cuanto a calidad del producto, no hay que olvidar a qué condiciones extremas se someten las mantelerías. Por lo tanto, "es necesario que sean duraderas, con poder de secado, con presencia, es decir, que tengan caída, solidez de colores y fácil planchado".

Igualmente, en su opinión, es también muy importante, la construcción de los tejidos, que, en restaurantes de esta categoría,

marca la diferencia, ya que les dará mayor o menor durabilidad a las prendas en las mejores condiciones. "En la construcción de los tejidos interviene el grosor del hilo, la cantidad de hilos y de pasadas. Una vez construido el tejido, este se transforma en las prendas demandas, a través del acabado y la confección". Este proceso es el que determinará el aspecto de la prenda terminada. Interviene el tamaño del dobladillo, el tipo de esquina (montada o inglesa), las aplicaciones o personalizaciones que se le quiera dar, es decir, vainica, bordado, festón y muchas más opciones que hacen que la mantelería quede integrada totalmente en el ambiente y decoración del restaurante o salón al que visten.

En cuanto a estética se refiere, Juan Serra Bertrán destaca que las mantelerías blancas son las más adecuadas para espacios elegantes, que sean de tela, esto luego tiene un mantenimiento óptimo cuando tienes un servicio de limpieza utilizando productos no agresivos para el cuidado del mantel de algodón. "Las de colores ya es algo más personal y dependerá del establecimiento". De esta manera, por ejemplo, "si se quiere dar un aire informal a la mesa, generalmente utilizamos manteles individuales o caminos de mesa, mientras que si queremos transmitir más calidez y confort pondríamos una mesa más vestida", explica Mamen Pérez. En este sentido, indica que la mesa transmite un conjunto de sensaciones capaces de crear diferentes ambientes. Por tanto, a la hora de escoger el diseño hay que tener muy claro lo que se quiere transmitir. Por ejem-



Foto: Vayoil Textil

plo, un establecimiento que ofrezca una mesa con una mantelería estilo lino, denota elegancia y detalles cuidados incluso antes de probar la comida. Sin embargo, una mesa más casual



heleo

Grupo

UNA GRAN EMPRESA
QUE RESPONDE A SUS NECESIDADES

SERVICIO INTEGRAL DE PRODUCTOS Y SISTEMAS
DE LIMPIEZA E HIGIENE PROFESIONAL

info@grupohelo.com
www.grupohelo.com

Plza. José Moreno Villa, 2, 1º C- 28008-Madrid
Tel. (+34) 91 447 20 56 – Fax: (+34) 91 594 53 22



Foto: Tork

con manteles individuales o caminos de mesa denotara un ambiente más distendido.

Además, continúa explicando que el tipo de mantelería no depende tanto del servicio que se ofrezca sino de la sensación que queramos transmitir. Las mesas no tienen por qué ser homogéneas, se juega con los colores complementarios o combinando diferentes estampados en un mismo tono. "Las mantelerías lisas abren paso a nuevos diseños con motivos geométricos".

Por el contrario, Miriam Fernández Medel considera que los diseños atemporales suelen ser los que más aceptación tienen. Los colores básicos, como blanco, negro o rojo, siempre triunfa. "Depende del servicio, pueden cambiar los formatos en servilletas de 40 x 40, 20 x 20 o kanguros, así como el diseño que puede ser más o menos festivo, colorido o neutro. Igual pasa con la mantelería; pueden ser mantelitos individuales, caminos de mesa o mantel completo. Variedad y diseño para cada hora del día". Lo ideal es tener en cuenta el local, la sala, el establecimiento para que todo esté en concordancia de estilos.

Por otro lado, el director general de Resuinsa expone que las mantelerías temáticas se están abriendo paso en este sector. "En Resuinsa hemos desarrollado un ambicioso catálogo que recogen la esencia de las principales culturas gastronómicas del mundo y que recorre los diferentes continentes para vestir las mesas con propuestas innovadoras. Así, con nuestros textiles diseñados para la ocasión, conseguimos que el comensal emprenda un viaje por la cocina japonesa, mexicana, americana, francesa, italiana y española, entre otras, con diseños que aúnan actualidad y tradición".

No obstante, la responsable de comunicación del Grupo Gomà-Camps indica que las tendencias más actuales responden a un minimalismo cálido, colores que construyan ambientes naturales, incluso ecológico, de respeto por el entorno. "En cuanto a materiales, también se lleva lo que recuerde a piedras naturales, yeso, maderas suaves... Para el diseño funciona muy bien los pequeños patrones geométricos...". En este sentido, los motivos naturales son claves para las mantelerías, ya sea

combinados con servilletas del mismo estampado o lisas en las tonalidades de la mantelería. "Los estampados florales y románticos son ideales para crear un ambiente victoriano. Otra de las tendencias para poner la mesa es el 'Mix and Match', combinar diferentes manteles, ya sea una mantelería que cubra toda la mesa con manteles individuales, o diferentes manteles individuales entre sí. Otra tendencia al alza son los cuadros de vichy, tanto en negro como en otros tonos más atrevidos, incluso combinando diferentes colores", analizan desde Carmela Martí.

Otro elemento muy a tener en cuenta a la hora de seleccionar una mantelería en este tipo de establecimiento es la medida de las mesas. "Existen en el mercado muchos modelos de mesas: cuadradas, ovaladas, rectangulares, redondas, e incluso con otras formas geométricas, sin contar además con las diferentes alturas de las mesas. Por eso, es imprescindible estudiar cada prenda para que se adapte a las mesas y a las necesidades del cliente, en cuanto a largos de los manteles, si queremos que las caídas lleguen o no a suelo", expone el director general de Vayoil Textil. En este sentido, "lo importante es que el estilo de la mantelería esté hermanado con el mobiliario, desde el tipo de mesa hasta las sillas. Por ejemplo, en mesas orientales el minimalismo manda, en colecciones de línea americana, la madera busca su sitio", concreta el director general de Resuinsa.

Este año también está marcado por la sostenibilidad que pasa de ser una tendencia a una necesidad que ha llegado para que-

Foto: Carmela Martí



darse. En esa línea, en Carmela Martí han desarrollado una línea de tejidos sostenibles que incluye textiles decorativos para todas las estancias del hotel, incluida la mantelería. “Estos tejidos están realizados a partir de fibras recicladas de envases de plástico recogidos en mares y océanos y fibras de algodón también reciclado. Se trata de una colección de textiles decorativos sostenibles que permitan cerrar el círculo de consumo, sin perder un ápice de diseño ni funcionalidad”.

Por último, la calidad y el diseño del textil adaptado a la imagen del establecimiento son fundamentales. “Una mantelería que no respete el espíritu del restaurante crearía una ruptura entre el comensal y el establecimiento, convirtiéndolos en extraños. Y una mantelería que no tenga la calidad deseada por el comensal daría una imagen inadecuada del establecimiento difícil de recuperar”, expone Félix Martí. “La calidad la garantiza una buena materia prima y una buena confección y acabado del producto. Solo empresas profesionales que controlan todo el proceso de producción pueden ofrecerlo”, concreta Arturo Hernández.

Vajilla: tradicionalmente las vajillas de la mayoría de establecimientos se ha identificado por ser de porcelana. En lo referente a los artículos de los que debemos disponer destacan al menos platos planos, hondos y de panecillo. Aunque se trata de una clasificación muy sencilla, para todo el tipo y tamaño de platos pueden emplearse según el protocolo. Una vajilla vulgar y unos cubiertos con mal aspecto y cada uno de modelos

Foto: Resuinsa



Foto: Gomà-Camps

distintos y demás, harán que la “experiencia del cliente” pase absolutamente desapercibida.

Cristalería: “una buena elección de copa es clave para saborear un determinado caldo. Principalmente, estamos hablando del cristal y del vidrio. El cristal por sus virtudes como su naturaleza, su transparencia y su brillantez le hacen un elemento perfecto para las ocasiones”, analizan desde Racrisa. En este sentido, lo primordial es tener diferenciadas las copas de vino, pues no son las mismas si se trata de vino tinto o vino blanco. También debemos disponer de copa de agua y de zumo, esta última para los desayunos. Es cierto que en numerosos restaurantes tanto las copas de agua como las de zumo son sustituidas por vasos de refresco. Todos ellos, como bien puede suponerse, son de cristal. No obstante, en los restaurantes de cadenas de comida rápida o autoservicio y buffet es reconocido el uso de elementos de un solo uso, en cuyo caso la cristalería no es de cristal y es de materiales blandos como el plástico (que va a la baja) o bien cartón. Los estilos vienen dados por las tendencias de moda que pueda haber.

Cubertería: “los cubiertos fundamentales son las siete piezas clásicas, cuchara, tenedor y cuchillo grandes, igual con el postre y las dos piezas de pescado. A partir de aquí, si se quiere dar más importancia al servicio, se puede poner más cubiertos especiales dependiendo de la comanda que se sirva. Por ejemplo, cuchara salsera, cucharitas de helado, cuchara redonda para cremas...”, enumera Manuel Arbaiza Vilallonga. El estilo de éstos va a depender del propio estilo que el establecimiento quiera dar a su local. Podemos encontrar con ambientes de estilo más clásico hasta establecimientos con diseños más cosmopolitas o urbanos.

Nuevos productos por la COVID-19

La pandemia de la COVID-19 ha generado nuevas actitudes y comportamientos entre la población, cambiando radicalmente su percepción en torno a la higiene en espacios públicos. En este punto, desde Carmela Martí aseguran que las mantelerías siempre han sido un elemento muy importante a nivel estético, pero con la llegada de la COVID-19 y la necesidad de garantizar



Foto: Gomà-Camps

una higiene y desinfección en la mesa, éstas han ganado peso. "Los tejidos se lavan a 60°, lo que garantiza su total desinfección, cosa que es difícil de conseguir con una bayeta húmeda sobre la superficie de la mesa". A lo que desde Resuinsa añaden que, como indicó el Ministerio de Sanidad en plena pandemia, las mantelerías al ser lavadas industrialmente quedan 100% higienizadas. "La importancia de contar con los textiles no solo se debe a una cuestión estética, debe ser también de calidad y por supuesto de higiene, siempre lo ha sido, pero tras la pandemia que ha azotado al mundo con más motivo todavía. A estas tres cualidades debemos añadir una cuarta que está

Foto: Resuinsa



ahora pisando fuerte y es el valor añadido que supone el respeto al medioambiente y la sostenibilidad".

Con todo, está demostrado que la mantelería juega un papel muy importante para mantener la mesa libre de gérmenes, ya que "como señala un informe del Instituto Tecnológico Textil (AITEX) comer sin mantel multiplica hasta 37 veces la presencia de bacterias en la mesa. Esto se explica porque las mantelerías textiles se lavan a 60° lo que garantiza la desaparición total de gérmenes y bacterias", analiza Mamen Pérez.

No obstante, para el Grupo Gomà-Camps, sería interesante "priorizar la utilización de mantelería de un solo uso".

En resumen, antes de la aparición de la COVID-19, cuando íbamos a comer a un restaurante nos satisfacía el "comer bien" y un buen servicio, disfrutar de una experiencia. Hoy prima el "sentirse seguro". El hostelero lo sabe y por ello ha intentado adaptarse para fortalecer la higiene en sus establecimientos instalando equipos de ozono o ultravioletas en salas y cocina, dispensadores de gel hidroalcohólico en entradas y puntos críticos, aumentando la frecuencia de limpieza y desinfección en cocinas y baños con el uso de desinfectantes homologados con garantías, etc. En definitiva, asegurar lo máximo posible la seguridad y además que sea visible el esfuerzo para que los clientes recobren la confianza.

Higiene y desinfección

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

Además, el impacto de la COVID-19 ha generado un nuevo estándar de higiene que supone un camino hacia adelante y ha demostrado que existe una importante conexión entre un buen nivel de limpieza profesional y el bienestar de las personas, las empresas y la sociedad. "Ahora ya no podemos retroceder, sino seguir avanzando hacia la nueva normalidad en la que mantener unas prácticas de higiene seguras ha pasado de ser algo secundario a un factor crítico, en todos los sectores, pero en hostelería, de forma más evidente, por su exposición permanente al público. Esta nueva realidad significa que las exigencias de higiene en las instalaciones, equipos y mantenimiento, desde la entrada principal hasta los aseos, incluido el servicio de mesa, son ahora más estrictas que nunca", especifica Samy Ben Jazia, Marketing/Brand Communication Manager South Europe Essity Professionnal Hygiene de Tork.

En este punto, los hosteleros han tenido que adaptarse y redefinirse después de múltiples cierres y protocolos a seguir. Demostrando de sobra que es un sector flexible y adaptable a las nuevas reglas postpandemia. Y no solo por eso, "sino que los clientes demandan sentirse seguros cuando comparten un momento de ocio en restaurantes, hoteles, etc.", concreta



Foto: Resuinsa

Miriam Fernández Medel (Grupo Gomà-Camps). Algo que comparte Juan Serra Bertán (Racrisa) detallando que los hosteleros han entendido a la perfección la importancia de poner al alcance de sus clientes todos los medios para tener sus espacios bien desinfectados. "Para ellos el cliente es lo más valioso y un buen concepto de ellos en este aspecto es fundamental".

En pocos negocios la higiene tiene un impacto tan directo como en el resultado final de los restaurantes y las cafeterías. "Mantener un buen nivel de higiene en el sector de servicios alimentarios es fundamental en todas las áreas del negocio, incluidos la cocina, el comedor, los aseos, así como durante la preparación de la comanda. Los hosteleros son conocedores de esta realidad porque quieren ofrecer la mejor experiencia con la mayor seguridad posible para los clientes y empleados", determinan desde Tork.

Hay que ser conscientes que los microorganismos pueden detectarse en cualquier hábitat y sobrevivir en condiciones muy extremas. "En 2017, participamos en el estudio realizado por AITEX - Instituto Tecnológico Textil- sobre la carga biológica de las mesas con o sin mantel, también llamada BIOBURDEN. El análisis de las superficies se llevó a cabo por contacto directo con lamino-cultivos que proporcionaron unos resultados aterradores. En las mesas sin mantel se encontraron 304 ufc/dm² (unidades formadoras de colonias por dm²) por lo que es inviable comer sobre ellas, pues desinfectar estas superficies con una bayeta no es suficiente para eliminar todos los microorganismos", detalla Félix Martí (Resuinsa).

Así, destacan que este trabajo de investigación que pone el foco en la higiene, contrasta con la moda que se ha venido dando en los últimos años en España de servir las mesas en restaurantes sin mantel. "Se trata de una situación, que no se ha producido en otros países de larga tradición culinaria, como

Italia o Francia. La pregunta es ¿vale la pena seguir ciertas tendencias sabiendo que podemos llegar a estar facilitando el aumento de virus y bacterias en la mesa de nuestro establecimiento? Nosotros apostamos firmemente por el uso de manteles textiles como símbolo de higiene y de calidad, además de que aportan confort y diseño al establecimiento. Ahora, más que nunca, es necesario poner mantelería textil en las mesas".

Por otro lado, la limpieza frecuente de superficies es fundamental para ofrecer un entorno agradable a los clientes y el personal, además de ayudar a prevenir la contaminación cru-

Foto: Vayoil Textil



CONSEJOS PARA VESTIR LA MESA

Como estamos viendo a lo largo del reportaje, en los últimos años el delivery ha ganado terreno a las comidas o cenas presenciales en los establecimientos, por lo que es imperante que éstos ofrezcan una experiencia inolvidable para que el comensal quiera repetir. En este sentido, encontrarse con un buen servicio de mesa será indispensable. Ahora enumeraremos algunos consejos para ofrecer la mejor experiencia:

1.- Decoración de la mesa: es importante que la mesa debe estar en armonía con el resto del restaurante, estética y decoración. Por ejemplo, si en el establecimiento nos decantamos por colores pastel, rompería demasiado si decoramos la mesa con colores muy vivos o extravagantes. También habrá que tener en cuenta la combinación de todos los elementos para crear una decoración perfecta, la cual dependerá de las sensaciones que queramos transmitir a los comensales.

2.- Iluminación de la mesa: una adecuada iluminación puede favorecer la comida o estropearla. Si nos deslumbra, si está muy oscura y no podemos apreciar los colores, exceso de sombras... Además, es importante tener en cuenta que la iluminación cálida y de ambiente ofrecen una imagen más elegante, por lo que favorecerá el número de clientes. En ocasiones algunos establecimientos utilizan velas, o linternas antiguas en el centro de la mesa, para ofrecer esa sensación de intimidad y a la vez la iluminación adecuada.

3.- Caminos de mesa: en caso de no querer quitar protagonismo a la mesa, por su diseño o su material, una buena opción es utilizar este elemento, ya que no ocultan en su totalidad el mobiliario. Gracias a ellos rompemos el am-

biente uniforme que puede tener una mesa completamente desnuda, y le ofrece un toque más distinguido.

4.- Manteles individuales: son la opción ideal para no disminuir el impacto del mueble. Son ideales para la decoración de los restaurantes, ya que cuentan con la medida exacta para poder colocar sobre ellos el plato, cubiertos, servilletas y vasos..., cubriendo el mínimo espacio posible y dejando la mesa visible.

5.- Manteles: son los más solicitados en casi todos los establecimientos españoles ya que ofrecen un plus de calidad y distinción. Además, ofrecen seguridad e higiene ya que es más seguro tener una mesa cubierta que no, pues en una mesa desnuda se acumulan infinidad de bacterias. Además, existen infinidad de modelos y colores para adaptarse a cada establecimiento. Podemos elegirlos de tela o de papel, pero lo que es indispensable es que se vean limpios y sin roturas.

6.- Cubiertos: estos deben ser de buena calidad pues estarán en permanente contacto con el comensal. Deben adaptarse a cada plato y es importante que no se vean desgastados y estropeados, porque darán sensación de dejadez.

7.- Cristalería: es necesario que se adapte al estilo del restaurante, por ejemplo, no es lo mismo un restaurante tradicional que uno de comida rápida, y dentro de los tradicionales también los habrá que se decanten por copas o simplemente por vasos de cristal. Lo que sí es importante es que estén limpios y no se vean desgastados.

Con estas pautas estamos preparados para recibir a los comensales como verdaderamente se merecen.

Foto: Vayoil Textil



zada, los accidentes y las infracciones del código sanitario. En Tork cuentan con una guía de limpieza de superficies que indica cómo, cuándo y dónde es necesario limpiar. Además, “contamos con soluciones de gran calidad profesional para una limpieza de mesas eficaz, que asegura un estricto cumplimiento de los protocolos de limpieza impuestos por el nuevo estándar de higiene”. Por ejemplo, desde Carmela Martí indican que para mantener impolutos los tejidos lo mejor es lavar los manteles a 60°, ya que esto garantiza una total desinfección. De hecho, como se ha indicado, “la mantelería juega un papel muy importante para mantener la mesa libre de gérmenes, ya que como señala un informe del Instituto Tecnológico Textil (AITEX) comer sin mantel multiplica hasta 37 veces la presencia de bacterias en la mesa”.

No obstante, algunas de las recomendaciones o protocolos iniciales del Ministerio de Salud o del de Industria, Comercio y Turismo para hostelería se quedarán y otras no. “Creemos que estamos en un momento postpandemia que ha comportado que las formas de consumo habituales se hayan modificado. Ahora los consumidores tienen un perfil de cliente más exigente con la seguridad alimentaria. Es por este motivo que habrá que intensificar la limpieza y la higiene, y cumplir con las medidas preventivas, como la utilización de productos de un solo uso, como nuestras servilletas o manteles, para la mesa o secado de manos con secamanos o toalla de mano en otros espacios como baños o cocina. La sostenibilidad también es importante”, argumentan desde el Grupo Gomà-Camps.

La sostenibilidad el futuro

La sostenibilidad es el camino. El carácter multifuncional de la actividad turística permite desarrollar un extraordinario abanico de iniciativas que permitan luchar contra el cambio climático sin perder la calidad y el confort de las prendas. “Tecnología y medioambiente serán las coordenadas del sector para los próximos años. Sin lugar a dudas”, opinan desde Resuinsa. Además, expone que han finalizado recientemente un proyecto CDTI para que los productos textiles hoteleros entren dentro



Foto: Carmela Martí

del proceso de Economía Circular, consiguiendo proteger el medioambiente y ofrecer alternativas “verdes” al sector que genera al año toneladas de residuos textiles y que tiene muchas oportunidades de adaptarse a las nuevas necesidades marcadas por Naciones Unidas.

Además, detalla que, en 2020, Resuinsa se integró en el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, la mayor iniciativa de sostenibilidad corporativa del mundo con presencia en más de 160 países basada en los principios universales sobre derechos humanos, trabajo, medioambiente y anticorrupción, cuya meta es alcanzar los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) que marcarán la agenda 2030.

Por otro lado, desde el Grupo Gomà-Camps apuestan por las materias 100% sostenibles, por la optimización de los recursos como energía o agua y por el cuidado de las personas. “Queremos contribuir al reto colectivo de mejorar el mundo innovando y ofreciendo soluciones de higiene cotidianas que cuidan a las personas y al planeta y nos adherimos a los ODS 6,8 y 12”. En esta línea, asegura que trabajan a nivel interno en diferentes proyectos para minimizar nuestro impacto ecológico, como en el proyecto ecodiseño, que a cierre de 2021 han conseguido reducir en un 54,6% el plástico virgen de sus embalajes.

Foto: Vayoil Textil



Foto: Tork





Foto: Zennio

Tecnología y eficiencia

CONTROL Y SUPERVISIÓN EN LA PALMA DE LA MANO

La apuesta por la tecnología es un factor estratégico, tanto desde el punto de vista general de empresa, como más particularmente para el sector hotelero. Por esta razón es tan importante que los hoteles se acerquen a la tecnología, teniendo siempre en cuenta las particularidades de cada establecimiento. De esta manera, la irrupción de la domótica junto con la automatización de procesos dentro de este tipo de establecimientos se ha convertido en un tema en el que todos los directivos están inmersos.

En la actualidad es cada vez más habitual que la tecnología en los destinos turísticos sea un valor diferencial que aborda las necesidades tanto del cliente como del establecimiento. Además, "los usuarios del canal Horeca están cada vez más habituados a compartir sus experiencias en la red. La inmediatez es una característica esencial para comunicarse en foros y redes sociales", analiza Fernando Martín, Desarrollo de Negocio HABITAT en Legrand.

En este aspecto, "las telecomunicaciones y la conectividad juegan un papel primordial en todo lo relativo a la transformación digital en este sector. Es imposible hablar de nuevas tecnologías sin tener en cuenta la capa de conectividad", detalla Juan Manuel Martín, director de marketing de Cibersuite y WiFi.PRO. Así, continúa explicando que serán indispensables todas las

tecnologías que permitan mejorar la experiencia de los usuarios, así como poder disponer de información que ayude a optimizar todo lo necesario para ofrecer mejores servicios. Por ello, "estamos en el punto en que toda tecnología depende, en menor o mayor medida, de la conectividad y de redes de última generación que soporten gran carga de dispositivos conectados; pantallas digitales, smart TV, sensores y medidores de todo tipo, lot, etc." Además, destaca que estas redes, deben permitir ofrecer información sobre el uso, consumos, y todo el dato posible que permita a los destinos comprender mejor a sus visitantes para ofrecerles el mejor servicio.

En este sentido, Fernando Martín precisa que disponer de un TPV también es fundamental. Con una penetración del 86%, esta tecnología permite pagar con tarjetas de crédito/débito,

así como con teléfonos móviles y relojes inteligentes. Al igual que, “gestionar la publicidad online y los sistemas de reservas mediante APP propias o de operadores digitales específicos es importantísimo para mantener una comunicación adecuada con los clientes, así como para facilitar el acceso y la información a los mismos”.

La pandemia, además, ha dado un fuerte empuje al desarrollo de soluciones más tecnológicas enfocadas a higienizar los ambientes y limitar el contacto entre personas. “Un ejemplo de ello son las cerraduras electrónicas con opción de apertura vía Bluetooth, muy demandadas en la actualidad”, describe Isabel de Lorenzo, directora comercial de la división de hotel BTV. A lo que desde Quality Espresso añaden que la necesidad de controlar las máquinas de forma remota ha pasado de ser una opción a una necesidad.

Por otro lado, desde la perspectiva de la domótica, el sector hotelero contará con varios caminos tecnológicos interesantes que pueden apoyar su salida de la pandemia. “Destacamos el Remote en forma de aplicaciones y controles de acceso, así como los detectores de presencia que permiten saber si la habitación (o estancia) está o no ocupada para así actuar de manera lógica, ahorrando energía y dinero si está vacía, y dando el control al huésped en caso de que esté ocupada. Todo esto con el fin de aumentar el ahorro energético y económico, y el control de las habitaciones a través de pantallas vinculadas a aplicaciones o a asistentes virtuales integrados, para mejorar el confort de los huéspedes”, analiza Miguel del Castillo, Ingeniero de Prescripción Zennio.

Ventajas y beneficios

La inversión en tecnología dentro del sector de la hostelería reporta beneficios y esto lo saben los principales agentes del sector. Por esta razón, a la hora de enfrentarse a la posibilidad de la inversión en tecnología, lo que más preocupa es, como ocurre en cualquier otro negocio, el coste de dicha inversión y la rapidez de reembolso. No obstante, la clave para que una empresa crezca, es invertir en tecnología pues permite desarrollarse en el mercado reduciendo costes frente a la competencia con herramientas tecnológicas en todas sus áreas operativas, financieras y de servicio.

Así, Isabel de Lorenzo (BTV) destaca las grandes ventajas que ofrece contar con este tipo de sistemas, “lo cual se traduce en la optimización de los recursos del hotel y en la mejora de la experiencia del huésped. La mejora de la tecnología está íntimamente relacionada con la mejora del diseño, elemento que cobra cada vez más importancia en el canal Horeca”.

Por otro lado, “las ventajas de la inversión tecnológica en Horeca deben ser consideradas en función de sus características ‘smart’ y sus beneficios están en la mejora de la calidad y la accesibilidad al servicio”, expone Juan Manuel Martín (Cibersuite y WiFi.PRO). A lo que Miguel del Castillo añade que los beneficios más importantes se centran en el ahorro energético y económico, pero también destaca la sostenibilidad como uno de los drivers que cada vez más clientes reclaman a la



Foto: Quality Espresso

hora de elegir dónde alojarse. “Las empresas del futuro, incluyendo aquellas englobadas en el canal Horeca, deben basar su inversión tecnológica en estos aspectos si quieren sobrevivir y evolucionar acorde a los tiempos que corren”.

La tecnología ha supuesto importantes mejoras en el canal Horeca. “Desde la mejora en el rendimiento de las máquinas de café hasta el control remoto de las máquinas, pasando por las alertas de mantenimiento para alargar la vida útil, son múltiples mejoras e innovaciones que han aportado importantes beneficios al sector”, exponen desde Quality Espresso.

Tipos de sistemas

Todas las gamas de productos se han modernizado de alguna manera en este último tiempo, incluso las gamas más tradicionales. “Lógicamente la pandemia ha acelerado la adaptación a ciertos sistemas y procesos que hace unos años solo acepta-

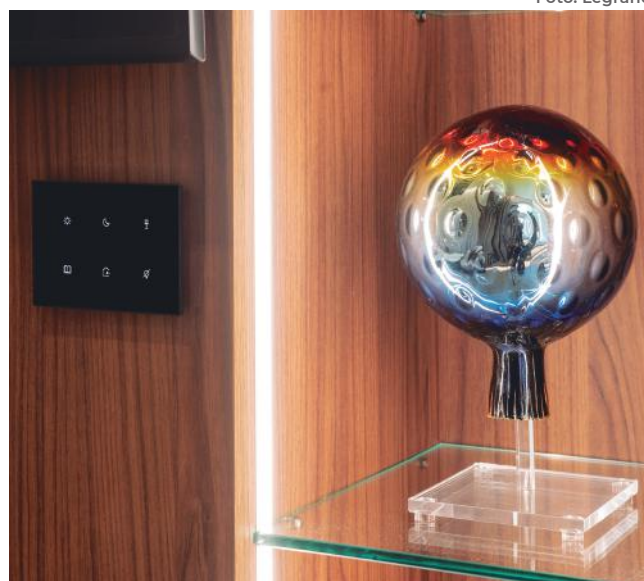


Foto: Legrand



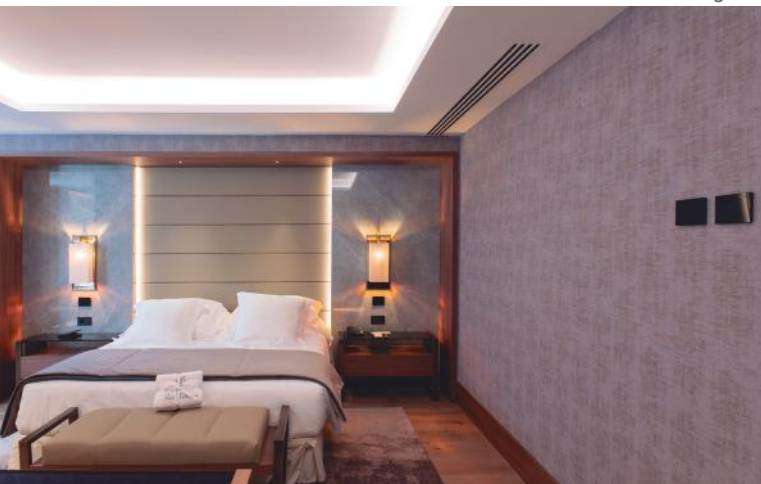
Foto: BTV

ban las grandes cadenas hoteleras centradas en el lujo o la tecnología como su núcleo pero, actualmente, existe una rápida transformación digital que abarca desde el Check In Digital, el Control de Accesos a través de bluetooth o similar (smartphones o tarjetas contactless), el control de la habitación a través de dispositivos móviles...", especifican desde Zennio. En su opinión, estamos viviendo una era de cambio tecnológico acelerado, y que tan solo acaba de empezar.

Además, desde Quality Espresso puntualizan que la pandemia ha impulsado los proyectos tecnológicos orientados a ofrecer experiencias de usuario sin contacto. Algo que comparten desde Ciphersuite y WiFi.PRO detallando que además de cambiar la forma de relacionarnos mediante el uso de tecnologías de la comunicación, han aparecido en escena soluciones basadas en el "contactless". Por poner un ejemplo, "una de nuestras herramientas permite generar claves de acceso al servicio WiFi, y enviarla al dispositivo del usuario, sin necesidad de imprimir un papel o dar ningún documento en mano, todo esto integrado y automatizado en el servicio del 'Check in'".

Así pues, la pandemia, sin duda, nos ha cambiado a todos en nuestra forma de relacionarnos y la tecnología nos ha ayudado

Foto: Legrand



a mantenernos conectados. "Las videollamadas, por ejemplo, se han convertido en algo muy habitual en nuestras vidas debido a esa falta de contacto con nuestros seres más queridos", describen desde Legrand. Añadiendo que ellos consideran que la comunicación con sistemas inteligentes mediante la voz es ya una realidad y será indispensable en el futuro inmediato.

Por otro lado, la tecnología de automatización de estancias (enfocada a hoteles) aporta un valor añadido único y atractivo que mejora la percepción del cliente y, por tanto, ayuda a captar nuevos huéspedes. Además, "como se ha comentado anteriormente, la integración del control de habitaciones en las propias aplicaciones de los hoteles, ayuda tanto a la captación como a la fidelización de los clientes", expone el ingeniero de prescripción de Zennio.

Mientras tanto, el director de marketing de Ciphersuite y WiFi.PRO observa que lo más demandado y valorado por los usuarios finales, son las infraestructuras de redes que permiten mantener conectados tanto a clientes y empleados, como a todo el ecosistema de dispositivos del establecimiento; TPVs y comanderos, Smart tv, cámaras, centralitas, impresoras, ordenadores, teléfonos y tablets, etc. "Estas redes deben poseer las características necesarias para garantizar la estabilidad, calidad y legalidad del servicio".

No obstante, es importante conocer bien qué nos ofrece el mercado tecnológico antes de poder escoger los elementos que más se adapten a nuestro tipo de negocio. Algunos de los sistemas más característicos en los que podemos introducir la tecnología son:

Sistemas de control de accesos: unir la tecnología con los controles de accesos es una gran ventaja pues nos ayuda a mejorar el control de las instalaciones, empleados, visitas..., mediante la autorización/restricción de los accesos. Además de la máxima seguridad y comodidad. De esta manera se hace más agradable el proceso de registro y salida del hotel para el huésped y facilita el trabajo del personal del hotel. En definitiva, es un elemento que cada vez está más automatizado, existiendo hoteles que ya lo han implementado al 100%, lo que facilita al visitante la llegada, entrega de llaves, la cual ya no será física sino un código en el teléfono móvil y su movilidad dentro del hotel.

Sistemas de climatización: con la tecnología podemos mejorar y adecuarse a los gustos individuales de cada cliente y, además, podremos ahorrar energía, lo que nos ayudará a economizar. Se trata de un elemento imprescindible para la comodidad del usuario. En este aspecto, el Internet de las Cosas (IoT) supone un gran paso en este entorno, y va avanzando a pasos de gigante, donde la climatización y otros aspectos como la iluminación se prestan de manera totalmente automatizada y desde nuestros dispositivos para personalizar su uso en la habitación/apartamento del hotel. El futuro se encamina hacia su gestión vía voz.

Sistemas de iluminación: contar con una buena iluminación hará que se realcen las instalaciones y nos ayude a crear am-

KREA



ESPRESSO

NECTA

DESIGN ESPRESSO

Es fácil dejarse conquistar por Krea Touch. Será por sus líneas suaves y modernas, por su perfil con un diseño refinado, o por su gran pantalla táctil sencilla e intuitiva creada para ofrecer café espresso y bebidas calientes en la perfecta tradición italiana. Vivirás una nueva experiencia gustativa: en Necta lo sabemos porque siempre nos ha gustado regalar momentos únicos y nuevas emociones.

Escanea el código QR con tu smartphone para descubrir todas las funciones de Krea Touch.



NECTA

necta.evocagroup.com

f in



Foto: Ciphersuite

bientes muy diversos, lo que ayuda a aprovechar las instalaciones según en el horario y público, con el máximo rendimiento y eficiencia. Además, para facilitar el movimiento y el ahorro de coste, se incorporarán sensores de presencia, compartidos con el sistema de climatización, integrados con preferencias de usuario con sistemas inteligentes de control (smartphone, voz...).

Sistemas de audio: junto a la anterior, es interesante disponer de música con sonido de alta calidad, genera armonía durante la estancia del cliente favoreciendo el descanso y la desconexión. Se está yendo hacia una conectividad completa con los sistemas de entretenimiento del establecimiento, con los dispositivos tecnológicos del huésped y reconocimiento automático.

Sistemas de seguridad: las soluciones de videovigilancia nos ayudan a la seguridad del recinto a la vez que nos pueden proporcionar información interesante a la hora de saber cuáles son los lugares donde se concentra un mayor número de personas o su seguimiento a través del análisis de vídeo con sus mapas de calor, etc. Además, las necesidades de uso de la videovigilancia también ha cambiado, pasando de ser un simple sistema en el que la función de la cámara era superficial y no se sacaba el máximo partido posible, a un sistema más complejo del que se extrae gran cantidad de funciones, no solo a nivel de seguridad sino también a nivel operacional, pudiendo ayudar a la gestión del hotel, gracias al análisis inteligente de video embebido en las cámaras, pudiendo avisar de colas en recepción, bloqueos de puertas o aglomeraciones, que son puntos de conflicto, ruido y molestia en el hotel, y que en este

Foto: BTV



caso las cámaras pueden ayudarnos a gestionar, dando un paso más allá de la seguridad.

Sistemas sanitarios: por seguridad es importante contar con sistemas de cardioprotección en los espacios para poder actuar con la mayor celeridad en caso de paro cardíaco.

Sistemas eléctricos: importantísimo en la época en la que vivimos, ya que, en lo referente a la recarga del móvil, la inversión en tecnología debe ir encaminada a implementar soluciones en las habitaciones con bases de enchufe que incorporen tomas USB y carga inalámbrica.

Fidelización

La llamada satisfacción, en la actualidad experiencia del cliente, deriva en la fidelización. Gracias a la tecnología podemos conocer y anticiparnos a la demanda del cliente, ofreciendo un entorno en el que se sienten a gusto. A día de hoy, con las redes sociales, esa experiencia del cliente se hace pública de manera casi instantánea y se viraliza, por lo que, para los hoteles, es más importante que nunca estar al día en cuanto a soluciones tecnológicas que contribuyan a que el huésped se marche encantado y esté dispuesto a dar una buena calificación, realizar un comentario positivo o recomendar nuestro establecimiento.

De esta manera, "la mejor manera de fidelizar al cliente es ofreciendo la combinación de un producto y un servicio de la máxima calidad. Y la tecnología es una herramienta muy útil y valiosa para lograrlo, al mismo tiempo que mejoramos la eficiencia y la productividad", indican desde Quality Espresso.

Los clientes son animales tecnológicos que buscan el confort por encima de todo. "La tecnología, en nuestro caso domótica KNX, ayuda a fomentar la comodidad de los huéspedes. Un huésped satisfecho o sorprendido con las posibilidades que le brinda el hotel o restaurante en el que se haya, tendrá más posibilidades de convertirse en un cliente fiel", describe Miguel del Castillo (Zennio). Asimismo, exponen que promueven la integración del control de la habitación en las aplicaciones de los hoteles. Dicho control le da al cliente un incentivo de peso para descargar la app del hotel, y una vez que lo ha hecho se convierte en un cliente fidelizado, y a su vez el hotelero puede incrementar sus ingresos ofreciendo todos los servicios del hotel.

Sin duda, "contar con un sistema de gestión de relaciones entre el establecimiento y sus clientes (CRM) les aportará poder facilitar ofertas personalizadas a los mismos. Esto provocará que las relaciones entre ambos se profundicen y sean más duraderas", especifica Fernando Martín (Legrand).

En definitiva, "tecnología es sinónimo de mejores prestaciones y ahorro de tiempo, uno de los elementos más valiosos para todos", puntualiza Isabel de Lorenzo. Además, el uso de la tecnología permite la transformación digital, y dentro de esta están; "la optimización de los procesos productivos, la posibilidad de creación de nuevos productos y facilitar la comunicación con

los clientes y usuarios. En esta última consideración, la fidelización es una de las consecuencias de una buena relación, basada en el uso de nuevas tecnologías", describe Juan Manuel Martín (Cibersuite).

¿Cómo elegirlos?

Juan Manuel Martín adelanta que para escoger adecuadamente qué elementos tecnológicos son los que debemos instalar en nuestro establecimiento es importante tener en cuenta la usabilidad real que tendrá la solución tecnológica, sabiendo que no debe suponer un "handicap" para los empleados. Crear brechas tecnológicas puede suponer un problema en lugar de una solución. Por ejemplo, indica que, en el desarrollo de la Plataforma de gestión de redes WiFi.PRO, "siempre hemos apostado por una democratización de la tecnología, de manera que nuestra solución sea intuitiva y fácil de usar, no por ello dejan de ser herramientas de última generación y potentes. Si desarrollamos soluciones tecnológicas solo para técnicos, no llegaremos al usuario real que necesita usar tecnología".

Así pues, debemos tener en cuenta, sobre todo, el bienestar y el confort del usuario, pero también el ahorro energético. Y esto, "no solo desde el punto de vista de lo que supone económicamente para el propietario de un hotel o restaurante el ahorro energético con soluciones que reducen el consumo, sino también porque el usuario final cada vez es más responsable



Foto: Legrand

en términos de sostenibilidad y demanda servicios que también lo sean", analiza Fernando Martín.

En definitiva, las soluciones que se incluyan deben ser útiles, "fáciles de gestionar por el personal del hotel y conlleven beneficios en el ámbito económico y en la experiencia del usuario", describe Isabel Lorenzo. Además, lo ejemplifica con los minibares, dependiendo de nuestras necesidades y del modelo que elijamos podemos ahorrar mucho consumo energético y esto se traduce en un ahorro anual importante para el hotel.

STREAMING EXPERIENCE

DISFRUTA DE LOS CONTENIDOS DEL MÓVIL EN LA TV DEL HOTEL

EL CLIENTE SE SENTIRÁ COMO EN SU CASA



Más de 1000 apps disponibles

(chromecast.com/apps.)

Solución Casting STAYCAST™ powered by Chromecast

Compatible con Android, iOS y ChromeOS



Televes

TECNOLOGÍA Y LIMPIEZA

El uso de la tecnología en todos los sectores ya es un hecho. Esta nueva era ha hecho que los hosteleros se sientan en la obligación de evolucionar, modernizarse y adaptarse a esta situación. "Las últimas innovaciones en control remoto y monitorización, impulsadas por el fuerte crecimiento del Internet of Things (IoT), han contribuido a desarrollar soluciones de conectividad que, a través de las opciones de BLE y wifi, permiten monitorizar los ciclos de lavado, el estado de las máquinas, detectar incidencias o controlar los equipos a distancia", precisan desde Girbau España. En su opinión, son muchas las ventajas que la conectividad ha traído al mundo de la lavandería como, por ejemplo, el hecho de que un cliente puede olvidarse de la supervisión in situ y del funcionamiento de las máquinas, gracias al sistema de alertas; o la posibilidad, también a través de sistemas de alertas y monitorización, de poder detectar y reportar incidencias de forma rápida y en tiempo real, reduciendo así los tiempos de inactividad de un equipo.

Además, detalla que, gracias a la investigación y a los últimos avances, se pueden crear tecnologías específicas como HeiQ Viroblock NPJ03, una de las primeras tecnologías textiles del mundo antiviral y antimicrobiana que ha demostrado su eficacia contra el SARS-CoV-2 (el virus causante de la COVID-19), y que gracias a una alianza con la

compañía suiza HeiQ, ofrecemos a nuestros clientes. "Esta tecnología, pensada para los servicios de lavandería industrial de los sectores sanitario, hostelero y alimentario, permite, con un solo lavado, obtener una protección frente a la contaminación por gérmenes y microbios que se mantiene tras sucesivos lavados convencionales, hasta un total de 30, momento en el que es necesario aplicar el tratamiento de nuevo para recuperar la protección antimicrobiana en el tejido".

Por otro lado, según indica Isabel de Lorenzo, directora comercial de BTV de la división de hotel, han cobrado gran importancia los cañones de ozono para desinfectar las habitaciones y zonas comunes.

Mientras tanto, desde Girbau España indican que se trabaja desde hace años en esta línea desarrollando máquinas que incorporan las tecnologías más avanzadas. Asimismo, añade que las aplicaciones móviles son una muy buena herramienta, ya que a través de sistemas de conectividad permiten llevar a cabo un exhaustivo control de los procesos de lavado, detectar incidencias, etc. No podemos decir que el futuro esté en las aplicaciones móviles, pero sí que, desde luego, éstas tendrán un peso aún más importante en un futuro.

Foto: Quality Espresso



¿Es asequible?

La inversión en tecnología nunca es barata, pero siempre compensa. No hay que verlo como un gasto, sino como una inversión. "Pensemos en el ahorro económico que conlleva, la inversión que se haga hoy, repercutirá en un ahorro económico (y energético) que perdurará en el tiempo y aumentará paulatinamente los beneficios. Además, es una tendencia en auge, adoptada cada vez más por los establecimientos, por tanto, aquellos que no opten por la tecnología quedarán paulatinamente obsoletos con el tiempo", determinan desde Zennio.

Hoy en día es muy sencillo y barato poder controlar las principales funciones de los dispositivos que nos rodean con IoT (luz, persianas, temperatura...). Además, como mencionaron anteriormente desde Legrand, son tecnologías escalables, es decir, se pueden ir ampliando funciones a lo largo del tiempo partiendo de un sistema de control común.

"Creo que, poco a poco, hay que ir invirtiendo en tecnología, porque el no hacerlo sí que va a costar muy caro en el futuro", determinan desde BTV.

Novedades y evolución

En el caso del sector hotelero, evoluciona hacia la mejora del confort del huésped. Quieren que se sienta cómodo y seguro,

que todo esté al alcance de su mano (o su voz en caso del control por voz o los asistentes virtuales), "que tenga todas las herramientas necesarias para desconectar o disfrutar de la forma en la que prefiera, y sienta que el establecimiento mantiene la premisa del desarrollo sostenible", define Fernando Martín.

Quien añade que todos estos sistemas están evolucionando para situar a la persona como la protagonista de sus principales espacios donde vive y se desarrolla: su hogar, su lugar de trabajo, su ocio... "Es la persona la que tiene el control y decide sus niveles de confort y comodidad a través de las experiencias que programa".

Por otro lado, existe una propensión inevitable hacia la vinculación de los sistemas antes mencionados con la domótica, "dado que ésta aporta el control completo de la habitación o las instalaciones, y cede al huésped dicho control. Asimismo, ayuda a los propietarios o responsables a tener más control y supervisión de lo que acontece en cada parte de las instalaciones", especifica Miguel del Castillo.

En resumen, la importancia de los sistemas inteligentes es absoluta. "Son la herramienta imprescindible para poder modificar las emociones que puedes sentir en un mismo espacio. Modificando el sistema audiovisual del entorno, cambiamos las emociones del individuo que se encuentra en su interior", describe Fernando Martín. Existe una propensión inevitable

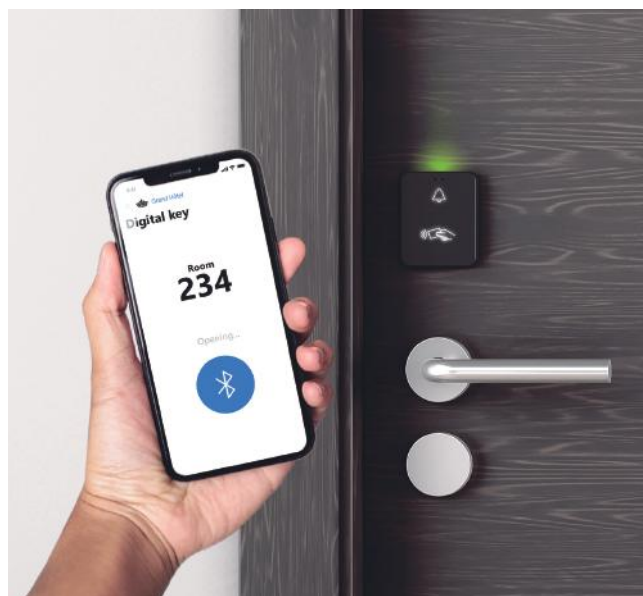


Foto: Zennio

hacia la vinculación de los sistemas antes mencionados con la domótica, dado que ésta aporta el control completo de la habitación o las instalaciones, y cede al huésped dicho control. Asimismo, "ayuda a los propietarios o responsables a tener más control y supervisión de lo que acontece en cada parte de las instalaciones".

Di hola al futuro de la restauración

Caja registradora
Back office
Live
Reservas
Click & collect



EPSON
EXCEED YOUR VISION

l'addition

INTARCON apuesta por la alta eficiencia energética

INTARCON



INTARCON cuenta ya con numerosos equipos compactos industriales de la serie superblock R290 en instalaciones repartidas por España y Latinoamérica, proporcionando una alta eficiencia energética, en grandes almacenes frigoríficos y salas de trabajo. Esta nueva serie de equipos lanzada recientemente es ejemplo de la apuesta continua por ofrecer la solución más fiable, eficiente y sostenible para las instalaciones de refrigeración.

La serie superblock R290 está disponible en 4 modelos para aplicaciones de alta temperatura para cámaras de conservación, salas de trabajo, precámaras y muelles de carga refrigerados en un rango de 24 a 62 kW de potencia frigorífica; 4 modelos para aplicaciones de media temperatura para cámaras frigoríficas para conservación de producto genérico en un rango de 17 a 45 kW de potencia fri-

gorífica; 4 modelos para baja temperatura dimensionados para cámaras conservación de productos congelados en un rango de 11 a 30 kW de potencia frigorífica.

Los equipos compactos de refrigeración industrial están fabricados en estructura y carrocería de acero galvanizado con pintura poliéster termoendurecible, están diseñados para instalación en intemperie sobre la pared de la cámara frigorífica, con fácil acceso de mantenimiento a través de paneles abatibles.

La serie superblock R290 monta un compresor semihermético de Frascold de alta fiabilidad. Estos compresores se caracterizan por su gran robustez y fiabilidad de funcionamiento, y al estar refrigerados exclusivamente por el gas refrigerante, permiten una eficaz insonorización.

¿Por qué elegir una solución ecológica para tus instalaciones de refrigeración?

La tecnología en refrigeración con R290 cuenta con las siguientes ventajas:

Eficiencia energética. Gracias a las propiedades termodinámicas y el alto rendimiento, su consumo eléctrico será menor y, por tanto, habrá una reducción en costes eléctricos.

Adaptabilidad climática. Se ha demostrado que el gas R290 se adapta mejor a los climas cálidos que los HFCs.

Rendimiento. Sus compresores de menos desplazamiento incrementan aún más la eficiencia en equipos industriales, aunque su rendimiento en equipos comerciales es también elevado.

Amplio rango de aplicación. El refrigerante R290 es totalmente válido en equipos y sistemas de carácter tanto comercial como industrial.

Buena compatibilidad con otros componentes.

Carga reducida de refrigerante R290, con el que se obtiene el mismo rendimiento que el de otros refrigerantes, con solo un 40%.

Alternativa ecológica a largo plazo. Aunque exista una regulación vigente, se trata de un gas natural, el cual ha tenido buena acogida en el mercado de los refrigerantes.

Límite de carga de R290

Los equipos superblock R290 contienen una reducida carga de refrigerante inflamable, clase A3. De acuerdo con el Reglamento de Seguridad de Instalaciones frigoríficas de aplicación en España (RD 552/2019) y la norma europea EN 378, los equipos superblock R290 son aptos para locales industriales de acceso restringido, debiendo respetar en cada equipo el límite práctico de carga de refrigerante de 8 g de R290 por m³ de volumen de local.

En caso necesario, para fraccionar la carga de refrigerante, puede proyectarse la instalación de múltiples equipos en un mismo local. En caso de sobrepasar la carga de refrigerante en un equipo, el proyectista deberá realizar el correspondiente estudio de evaluación de riesgos y adoptar las medidas de protección adecuadas.



Möwee te ayuda a poner a punto la terraza de tu establecimiento



Möwee, firma española de mobiliario exterior de diseño, cuenta con varias colecciones que convertirán la zona exterior de tu establecimiento en todo un oasis de estilo.

La colección Classe, ideada por Yonoh Studio, es perfecta para cafeterías, bares y restaurantes. Estas sillas de una sola pieza, apilables, realizadas en polipropileno, son resistentes y duraderas, ideales para vivir al aire libre. Están disponibles en diferentes formas y tonalidades. Puedes escoger entre blanco, crema, gris, burdeos, chocolate y negro, además de con o sin reposabrazos y con o sin slats. Esta colección, además, incluye también dos modelos de barra: recto y curvo, para crear un diseño completo en total armonía.

Si lo que tu espacio exterior necesita es una colección todoterreno, esa es Xaloc. Diseñada por Héctor Serrano, se trata de una colección elegante y versátil y, sobre todo, muy completa. En el portfolio de Xaloc podrás encontrar sofás, sillones, pufs, mesas, tumbonas... Con ella podrás diseñar la zona de descanso al lado de la piscina, espacios chill-out, etcétera. También dispone de una amplia gama

de colores, acolchados y acabados para adaptarse a las necesidades de los clientes y del proyecto.

Uni, también de Héctor Serrano, aportará ese plus de confort y flexibilidad para todos los públicos. Se trata de mesas sencillas con estructura de aluminio de colores, materiales y formas diferentes que cuen-

tan con características extras como la posibilidad de plegar la tabla verticalmente o de regular la altura de las patas, un asa para transportarla fácilmente, o un gancho para colgar bolsos o chaquetas. Uni significa un sinfín de posibilidades para todos los gustos.

Si buscas un mobiliario exterior único, orgánico, ergonómico y con personalidad, ¿no hace falta que busques más! Apuesta por Lace, de Yonoh Studio. Esta colección tiene todo lo que tu terraza necesita en cuanto a funcionalidad y diseño. Butacas, taburetes, una impresionante daybed que se ilumina, ¡e incluso maceteros y lámparas autónomas de luz ambiente para crear esa atmosfera idílica para tus clientes!

Si dispones de un espacio abierto y quieres diferenciar zonas, Brez será tu máxima aliada. Totalmente personalizable, se trata de unas estructuras modulares en aluminio con diferentes acabados, colores, dimensiones, iluminación y muchos otros complementos que pueden elegirse a demanda. La firma ha desarrollado un configurador totalmente intuitivo para poder diseñar una pérgola Brez desde cero y a tiempo real.



HOSPITALITY
INNOVATION PLANET
DEL 06 AL 08 DE MARZO 2023
EN MADRID
www.ifema.es

The image displays three magazine covers. On the left is the cover of 'PROTIENDAS', featuring a dark, futuristic design with a glowing circular object and the text 'CONGA 2290 ULTRA HOME'. In the center is the cover of 'HOSTELPRO', which has a dark background with the title in white. On the right is the cover of 'PROARQUITECTURA', showing a photograph of three tall, modern skyscrapers under a blue sky.

La Respuesta del Líder para Tus Necesidades de Redes Empresariales

Hostelería | Restauración | Educación | Oficinas | y Mucho más



Gestión de Cobros,
TPVs y Comandas



Portal Cautivo



Wi-Fi para
Clientes



IPTV, Televisión
a la Carta o Audio

Todo Tu Negocio Conectado
de Forma Inteligente
con Omada



Gestión de Dispositivos
Domóticos



Cámaras de Seguridad
y Control de Acceso

Omada

Gestión de la Nube 100% Centralizada



Mayor Eficiencia



Mayor Seguridad



Mayor Confiabilidad

SYSTEM PUSH

ENVASE CAUTIVO-EXCLUSIVO-ANTIGOTEO



Jabón Espuma
Gel de manos Cosmético
Gel Champú Cosmético
Gel White sin color ni perfume
(Industria Alimentaria)
Gel Hidroalcohólico antiséptico (OMS)
Gel Hidroalcohólico (AEMPS)

Cuidamos tu piel

PRODUCTOS QUIMICOS G2 GREEN * www.g2green.es

SANYHIGIEN

(+34) 91 817 17 10

