

hostelpro

proyectos y proveedores de hostelería y restauración

ENTREVISTAS



Juan Serra
AYRE HOTELES



Carlos Martínez
PARADOR DE CORIAS



Pilar Pereda
COAM

PARADOR MONASTERIO DE CORIAS

ASTURIAS

Only You Hotel & Lounge

MADRID

REPORTAJES

Cocinas Industriales

Limpieza Industrial

Amenities



INNOVACIÓN EN TU INTERIOR
texturas que crean un ambiente intimista

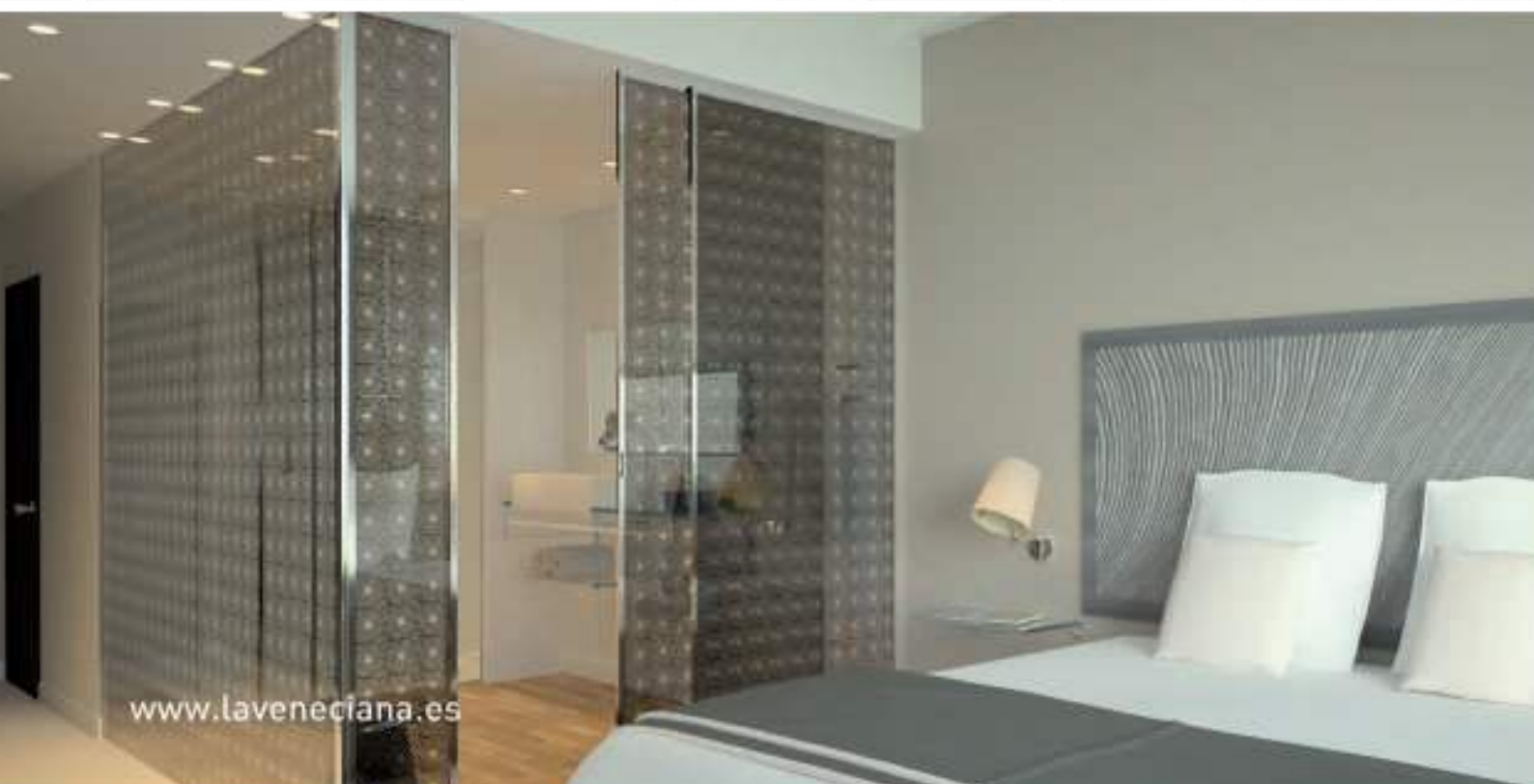




Foto: Hotel Only You

SUMARIO

página 04. Grandes
Proyectos

Paramount Park,
Alhama de Murcia

página 08. Proyecto Hotelero

Parador Monasterio
de Corias

página 16. Entrevista

Carlos Martínez
Director Parador
Monasterio de Corias

página 18. Reportaje

Cocinas Industriales

página 34. Entrevista

Juan Serra
Director General de
la Cadena Ayre Hoteles

página 36. Reportaje

Amenities

página 44. Entrevista

Pilar Pereda
Secretaria General
del Colegio Oficial de
Arquitectos de Madrid (COAM)

página 48. Reportaje

Limpieza Industrial

página 28. Proyecto Hotelero

Only You Hotel & Lounge Madrid

Secciones /

Actualidad. Grandes Proyectos 04

Equipamiento de Hotel 58

Novedades del Sector 62

Establecimientos del Canal 63

Proveedores del Canal 64

Agenda 66

Portada: Parador Monasterio de Corias | Fotografía: Paradores



Editorial Protiendas, S.L.

Avda. Juan Carlos I, nº 13 - 6º A
Edificio "Torre Garena"
28806 Alcalá de Henares (Madrid)
Tel. 91 802 41 20 / Fax. 91 802 01 32
www.promateriales.com
www.editorialprotiendas.com
redaccion@editorialprotiendas.com

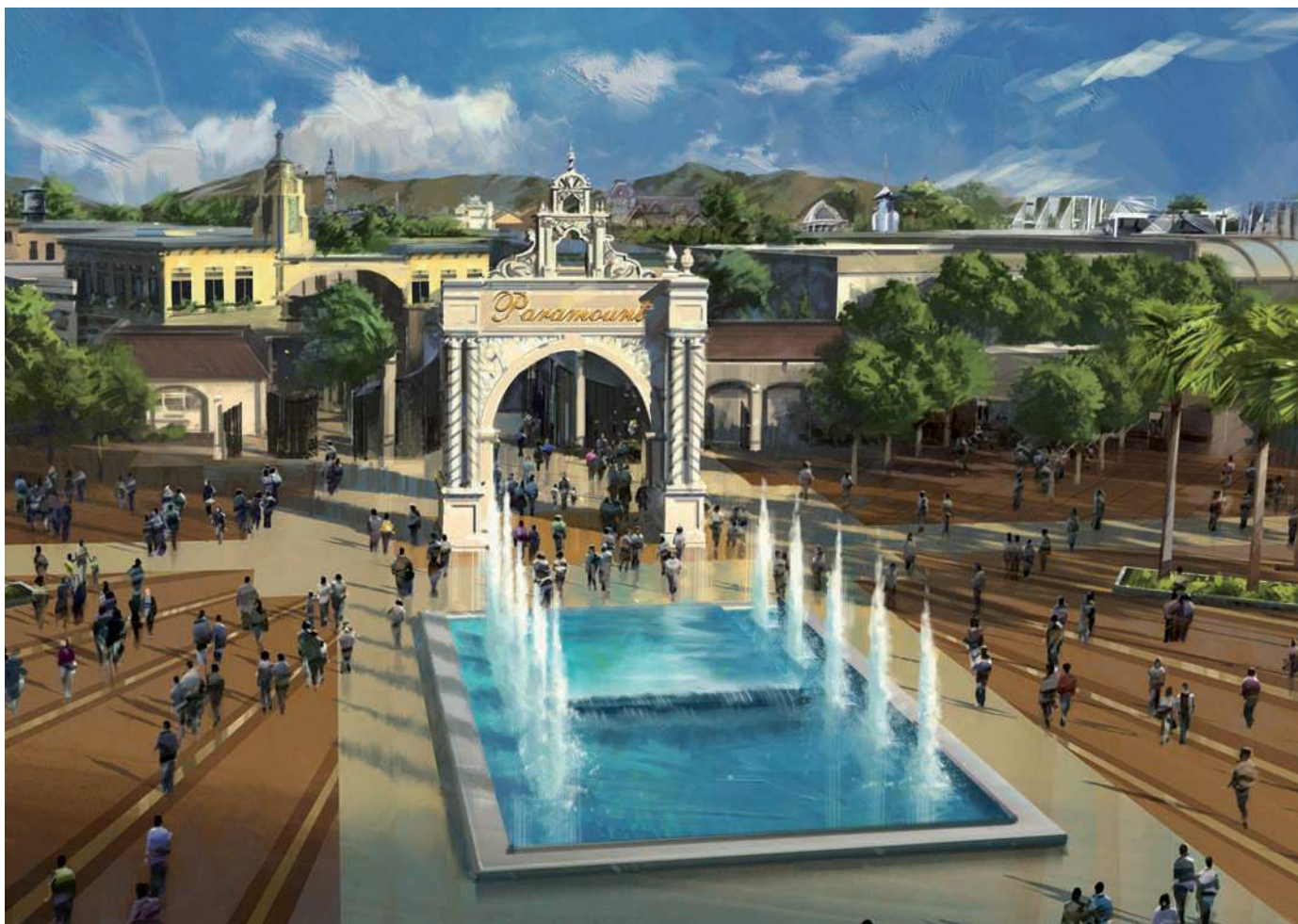
STAFF

Editor / Director / Martín Aleñar
Socia / Editora / Pilar Romero
Directora de Contenidos
y Maquetación / Marisol Navalón
Redactores y Colaboradores /
Laura García Cervera, Marta Fdez. Cobo,
Victoria Serena, Juan M. Miranda,

Susana Cremades, y Patricia Pari
Departamento Comercial /
Carmen Sánchez, María Moratilla,
Irene Alonso y Laura González
Suscripciones / Departamento propio
Soporte Informático / Telemáticos
Soporte Web / Cibeles Group

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

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



Infografía: Paramount Park

Paramount Park, Alhama de Murcia

La ficción que será una realidad



La ciudad de Alhama, ubicada en la región de Murcia, ha sido el lugar elegido para la futura implantación del Paramount Park, un “Parque de Destino”, caracterizado por el uso de la marca Paramount y de las últimas tecnologías en la interacción con el visitante que gira en torno a la historia de los míticos estudios de cine del mismo nombre y su amplísima producción. El Parque girará en torno a las películas más taquilleras de estos estudios “Misión Imposible”, “Grease”, “Rango”, “Las Crónicas de Spiderwick”, “Sleepy Hollow”, “Star Trek” o “La Guerra de los Mundos”, entre otras.

Infografía: Paramount Park

La privilegiada Región de Murcia, y más concretamente la espectacular zona de Alhama, ha sido el lugar elegido por Premursa para la creación del Paramount Park en España, gracias a su excelente ubicación y su clima mediterráneo. Aspira a convertirse en un espacio emblemático que girará en torno a la historia y las producciones de los míticos estudios de cine Paramount.

La Sociedad Proyectos Emblemáticos Murcianos (Premursa), en la actualidad denominada Premursa Theme Park S.A., junto con su filial Premursa Lifestyle S.A., es



la promotora encargada de llevar a cabo el ambicioso proyecto y el conjunto hotelero, de ocio y restauración denominado Lifestyle Center en la localidad de Alhama de Murcia.

El objetivo de este gran proyecto es la generación de un impacto positivo a nivel económico y social para la Región de Murcia, potenciando a la vez su posicionamiento internacional y generando un nuevo destino turístico a escala global. De esta forma, se prevé que el Proyecto Paramount Park y LifeStyle Center reciba anualmente más de tres millones de visitantes nacionales e internacionales.

El proyecto se ubica sobre un territorio con una superficie bruta de 133 hectáreas, dividido en dos áreas diferenciadas: el Paramount Park (superficie bruta de 55 hectáreas) y el LifeStyle Center (superficie bruta de 78 hectáreas).

Se estima que el proyecto generará casi 23.000 puestos de trabajo entre empleos directos e indirectos, y que acogerá a más de 3 millones de turistas anuales, tanto nacionales como internacionales.

Las grandes infraestructuras del Paramount Park se diseñan de manera que su recorrido sea sencillo y adecuado a todo tipo de visitantes. Las instalaciones contarán con un acceso y zona de parking para hacer que la estancia en el recinto sea, desde el primer momento, inmejorable. Contará con 2 hoteles tematizados, además de zonas comerciales y de restauración (17 tiendas y 14 restaurantes), repartidos en las distintas zonas del Parque, completarán la oferta para toda la familia.

La gran característica de este parque consiste en su alta tematización, un importante valor añadido frente al resto de parques de ocio existentes en España, que permitirá al visitante sumergirse en las películas más conocidas de Paramount así como por el uso de las nuevas tecnologías, principalmente en comunicaciones y en la interacción con el visitante. La sostenibilidad del medio ambiente se garantiza gracias al uso de energías limpias. Asimismo, el parque contará con un gran número de atracciones singulares o "E-tickets" que serán por sí mismas un reclamo para todos los segmentos de población (familias, niños, parejas, etc.).

Una impresionante entrada, que refleja el carácter legendario del parque, hará que los



Infografía: Paramount Park

visitantes se vean cautivados por un universo único nada más franquearla. La imaginación y la fantasía serán el hilo conductor de la visita. El Paseo Paramount recorrerá el espacio por su eje central, dividiéndolo en dos y conectando entre sí todas las zonas y actividades que en el mismo tendrán lugar. A lo largo de esta vía se desplegarán zonas comerciales y una amplia oferta gastronómica para que toda la familia pueda disfrutar comiendo en su lugar preferido, así como un hotel tematizado del mismo nombre y una calle principal caracterizada como la de un parque temático tradicional, que será la que comunicará los distintos escenarios entre sí.

Las fachadas de los edificios estarán inspiradas en los estilos Mediterráneo, Barroco, Románico, Rococó y Morisco, combinados con insinuaciones de estilo contemporáneo.

En este paseo se desarrollarán algunos espectáculos como "Paramount Live! - School of Rock", música en vivo en la arteria principal en la que se invitará a los visitantes a bailar el Rock and Roll de las películas Paramount, o "Festival del Paseo Paramount", un desfile de los principales personajes de Paramount que por la noche se convierte en un espectáculo de luces.

El Parque estará dividido en cuatro zonas temáticas, distintas entre sí, que nos transportarán a los mejores escenarios de las películas de Paramount. Un universo

Infografía: Paseo Hub, Paramount Park





Infografía: Paseo Hotel, Paramount Park

compuesto de acción, fantasía, aventura y ciencia ficción que no dejará indiferente a nadie.

Por un lado se encuentra la Ciudad de la Aventura, un área tematizada como una ciudad occidental tradicional que combina estilos de Nueva York, Chicago y Los Ángeles. Los amantes de la acción podrán vivir en primera persona las escenas más trepidantes de las películas más aventureras de Paramount. El Rango's West, con el lejano oeste como protagonista. The Enchanted Forest, formará un área de fantasía destinado a los niños, cuyos elementos arquitectónicos están basados en la naturaleza y en personajes mágicos como hadas y gnomos, y que, además, dispone de un hotel tematizado con el mismo nombre.

Para finalizar, está el área Plaza Futura, zona temática del parque dedicada a la ciencia ficción, será un área caracterizada por el

uso de instalaciones con las últimas tecnologías de comunicación en la interacción con el visitante. Su campus constituirá una colección de agencias dedicadas a la exploración del espacio exterior y la vida alienígena.

Junto y vinculado al Paramount Park, aprovechando y complementando su atractivo turístico, se levantará un gran complejo de ocio, que incorporará al concepto de "Destino Turístico", hoteles, un casino, un "Street Mall" y espacios de ocio y restauración, en el que los visitantes del Parque y la Región de Murcia podrán disfrutar de un destino turístico de nivel internacional. En el complejo, denominado LifeStyle Center, se desarrollarán, a lo largo de todo el año y durante todo el día, todo tipo de actividades comerciales, culturales, y de ocio en general.

"El Parque estará dividido en cuatro zonas temáticas, distintas entre sí, que nos transportarán a los mejores escenarios de las películas de Paramount...."

El LifeStyle Center es el mejor complemento para que Paramount Park se convierta en uno de los más importantes destinos turísticos de España, así como en el centro de ocio integral más avanzado de Europa.

Se estima que habrá una inversión de 373 millones de euros. La participación de inversores en el proyecto se estructura mediante la entrada en el capital social de Premursa como sociedad promotora del proyecto y que contará con dos áreas básicas de negocio; el desarrollo, promoción y venta de parcelas de LifeStyle Center y el desarrollo, explotación y posterior desinversión de Paramount Park.

La sociedad Premursa Theme Park S.A. ha adjudicado a la compañía Ferrovial Agroman S.A. la 1ª Fase de las obras de construcción del Parque Temático. Asimismo, ha adjudicado las obras de mejora de accesos y urbanización de la zona hotelera, de ocio y comercial, denominada 'Lifestyle Center', a la compañía CHM Obras e Infraestructuras S.A.

En estos momentos ya se han iniciado los trabajos preparatorios del terreno al objeto de que el próximo mes de enero puedan comenzar las obras de accesos, urbanización y construcción del parque, previendo la finalización de las mismas en el último trimestre de 2015.



Infografía: Adventure City, Paramount Park



Infografía: Paseo Rooms, Paramount Park



Tecnología para el confort en su hotel



Buderus, líder europeo dedicado al desarrollo, fabricación y distribución de aparatos de calefacción, agua caliente sanitaria, geotermia, aerotermia y energía solar térmica, le ofrece soluciones integrales que garantizan el confort en las instalaciones de su hotel.

Sus productos, pioneros en condensación, baja temperatura y energías renovables, se adaptan a las necesidades de su negocio. Sin importar la estacionalidad, la superficie o los servicios que ofrece a sus clientes, Buderus siempre tiene una solución con beneficios directos para su hotel: confort, tecnología, eficiencia y rentabilidad.

Le ayudamos a mejorar la eficiencia energética; a reducir los costes de consumo contribuyendo además a la protección del medio ambiente.

Para más información consulte nuestra página web www.buderus.es o contáctenos en el 902 996 725

iTH
INSTITUTO
TECNOLÓGICO
HOTELERO

El calor es nuestro

Buderus
Grupo Bosch

PROYECTO HOTELERO

Parador Monasterio de Corias

LA HISTORIA, UN HUÉSPED MUY ESPECIAL



The image shows a large, modern restaurant interior. The ceiling is made of horizontal wooden planks, and the floor is composed of large, polished marble tiles in shades of brown and beige. Several round tables are set with white tablecloths, white plates, and glassware. The chairs are covered in light-colored fabric. The walls are a neutral tone, and there are several large, cylindrical columns. The lighting is warm and comes from wall-mounted fixtures and recessed ceiling lights. The overall atmosphere is elegant and sophisticated.

El Monasterio, declarado Monumento Histórico Artístico Nacional en 1982, es un enorme edificio neoclásico con robustos muros de piedra de más de un metro y medio de espesor y con claustros de pasillos de 4,5 metros de anchura. Dado su carácter simbólico, su importancia religiosa, sus enormes dimensiones y su historia hacen del Monasterio de San Juan de Corias un lugar especialmente atractivo para implantar un Parador Nacional de Turismo.

Foto: Paradores



Fotos: Paradores

El Parador Monasterio de Corias es un establecimiento hotelero de cuatro estrellas que se sitúa en el término municipal de Cangas del Narcea, en la pequeña localidad de Corias, al suroeste del Principado de Asturias.

Su fundación data del S. XI, cuando los condes Don Piñolo Jiménez y Doña

Aldonza Muñoz, cuyas propiedades abarcaban vastos territorios en el occidente asturiano y León, deciden fundar un monasterio al que donar sus cuantiosas posesiones al no contar con descendencia. La primera edificación se terminó hacia el año 1.043. La primitiva construcción derivó en obras de mayor fuste, consagrándose la nueva iglesia en

1.113. A finales del S. XVI los edificios van configurándose con el estilo herreriano, grandioso y parco en ornatos, pasando su obra por diversos avatares hasta su conclusión en 1.610.

A mediados del S. XVIII un incendio lo destruye, salvándose únicamente la iglesia, la sacristía y la biblioteca. De nuevo se reconstruye bajo planos del maestro titular del cabildo de Compostela, Miguel Ferro Caaveiro, el cual proyecta un monasterio de grandes dimensiones de estilo neoclásico, influenciado por el Escorial en su austeridad, lo que junto a sus dimensiones, lo han llevado a ser considerado como el Escorial asturiano.

Los materiales fueron extraídos de la zona; tanto la madera como los mármoles o la piedra. Se configura de planta rectangular con una crujía en el centro que separa dos claustros interiores sobre los cuales se organizan las dependencias.

La iglesia (perteneciente a la comunidad de los Padres Dominicos), es de planta de cruz latina con capillas adosadas a los



“El Parador, con categoría de 4 estrellas, cuenta con 86 habitaciones repartidas en tres plantas y distribuidas alrededor de los claustros de estilo neoclásico...”

laterales y nave de elevadas proporciones, se cubre con bóveda de cañón y se remata con cúpula semiesférica de piedra de sillería finalizada en una linterna.

Con la desamortización de 1.835 salió de sus claustros la comunidad benedictina que lo había ocupado desde su fundación, siendo sustituida en 1.859, años más tarde, por la comunidad de Padres Dominicos. Ha sido, además, sede de noviciado y de un centro de enseñanzas medias.

Siempre ha sido importante el esmero y el cuidado que la orden de los Padres Dominicos ha puesto en su conservación y mantenimiento, a pesar de la falta de efectivos humanos. Gracias a ellos, el estado de conservación general era bastante bueno, aunque existan diversas patologías que afectan al conjunto Monástico, en principio de escasa importancia (salvo en cubiertas) pero que se manifiestan de manera general.

El Parador, con categoría de 4 estrellas, cuenta con 86 habitaciones repartidas en



tres plantas y distribuidas alrededor de los claustros de estilo neoclásico.

Las obras de restauración y adecuación del Monasterio de San Juan de Corias para convertirlo en Parador comenzaron en 2006 y han sido dirigidas por el arquitecto José María Pérez González, “Peridis”.

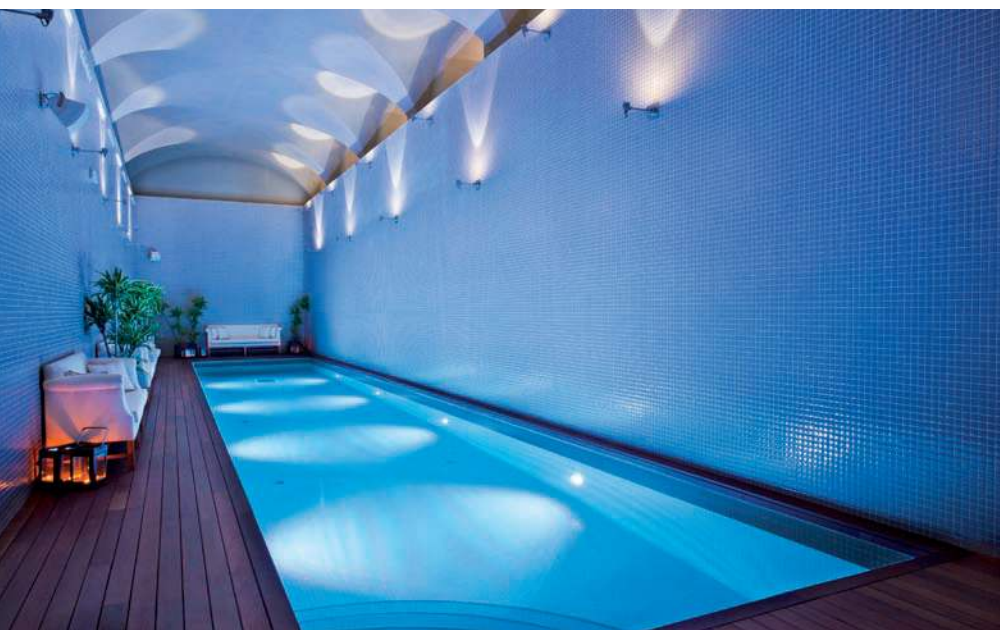
Una de las partes más complicada de restaurar han sido los restos de la iglesia fundacional, la cual se encontraba

destrozada al haber servido de cantera para las obras de las ampliaciones posteriores al incendio. En esta zona, tras una minuciosa excavación quedó libre la planta a nivel de cimientos, pudiendo recorrerse los restos que se conservan desde el interior.

Uno de los espacios más sugestivos del nuevo espacio es la iglesia monástica, un ejemplo de arquitectura renacentista y regida actualmente por los Padres Dominicos que habitan en el recinto

Fotos: Paradores





Fotos: Paradores



contiguo. Destaca, también, las perfectas proporciones de los dos patios y el claustro procesional, donde resalta una gran araucaria traída de las américas por los dominicos.

El Parador Nacional de Turismo ocupa todas las dependencias monásticas excepto Iglesia, Sacristía y antesacristía, Zona de la Comunidad de Padres Dominicos, y la bodega. Tiene dos entradas principales en la nueva plaza de acceso de la fachada de levante, la más próxima a las cocinas que es la entrada a los restaurantes y la de la fachada principal, situada a poniente de la carretera, que es la entrada propiamente del Hotel.

Este Parador tiene seis especialidades o funciones principales:

Hotel de cinco estrellas. Con una capacidad total de 86 habitaciones de grandes dimensiones, de las cuales 6 son suites y el resto habitaciones dobles, con espacio para tener ámbito de dormitorio y salón.

Zona de Balneario o aguas termales que ocupa en planta baja la crujía entre claustros.

Zona de Restaurantes situado en los refectorios y comedores del ala Norte, incluso la parte baja de la antigua sala capitular.

Zona de servicios (cocina, almacenes y servicios) que se resuelve mediante una construcción en planta baja de cubierta ajardinada que ocupa el espacio que hay entre la montaña y la fachada Norte del edificio.

Zona de salones y congresos, que ocupa espacios principales de la planta baja, las plantas superiores sobre cocina y refectorio principal y zonas seleccionadas del bajo cubierta.

En su área de influencia permanece la zona de bodega que, siendo una tradición viticultora y bodeguera de los monasterios benedictinos, sigue ocupando el lugar que históricamente ha utilizado desde tiempos remotos hasta la actualidad.

En el sótano se encuentran el aparcamiento, la piscina cubierta recreativa y el spa, que está equipado con piscina de hidroterapia, cabina duo bañera California, cabina piscina Royal, dos cabinas de masajes, sauna, baño turco, sala de relax e infrarrojos, duchas (esencias, blue y jet), fuente de hielo y tumbonas térmicas y de relax. También se ubica, en esta zona, un pequeño museo sobre la arqueología y la historia del edificio, que alberga los vestigios de la iglesia fundacional del siglo XI, descubiertos durante las obras de adaptación del Monasterio a su actual función, y las maquetas.





URSA AIR Conductos en hoteles. Calidad de aire garantizada.



Miles de m2 de conductos URSA AIR instalados en centros de negocio, ocio y complejos turísticos avalan nuestra marca.

Síguenos en



www.ursa.es



La antigua biblioteca del Monasterio es una de las estancias más singulares de todo el Parador. Las grandes editoriales españolas han donado cientos de ejemplares para llenar sus estanterías. En este empeño han colaborado Ediciones Siruela, Tusquets Editores, MC Ediciones, Seix Barral, Editorial Anagrama, Random House Mondadori y Lunwerg Editores. Además, cuenta con la exposición de la obra del artista portugués Rui Macedo, titulada "Paisaje: una mirada estética sobre la naturaleza". Se trata de 41 lienzos pintados al óleo que hacen alusión a obras relevantes del género paisajístico producidas a lo largo de la historia del arte. Esta acción se enmarca dentro del convenio suscrito con Ars Fundum, encargada de promocionar y poner en valor la obra de artistas emergentes con fuerte presencia en el panorama artístico actual.



Fotos: Paradores

Especialmente importancia tiene la decoración, realizada en base a las experiencias descritas por cinco "descubridores", cinco periodistas internacionales que tras un viaje por el Principado de Asturias, descubrieron diferentes rutas de la Comunidad, que describieron en varios reportajes. Estas narraciones han sido utilizadas por los decoradores como documentación y apuntes en sus trabajos de decoración.

Los prestigiosos interioristas Luis Galliussi, Erico Navazo y Pepe Leal han sido los encargados de "vestir" las zonas comunes y las tres suites, una cada uno. Se han incorporado numerosas piezas que han servido para plasmar el ambiente asturiano de la zona. También

en las terrazas se puede apreciar este guiño hacia la cultura asturiana. Allí se han plantado poumaradas y carbayadas en vagonetas de las antiguas minas y en barriles de sidra respectivamente.

Doce habitaciones han sido decoradas por las hermanas asturianas Covadonga y María Teresa Clavería, del estudio "El 30 de Campoamor" de Oviedo.

Todas las estancias del parador reflejan distintos lugares y ambientes de la cultura asturiana, es el caso de las habitaciones que se denominan con nombre de reyes, iglesias de ciudades importantes, personajes ilustres, arquitectura típica, cuevas y villas marineras. Las zonas comunes también siguen esta pauta, con la que Paradores ha querido

reconocer el esfuerzo y la continua implicación del Principado de Asturias y del Ayuntamiento de Cangas del Narcea en esta apertura. Así, la biblioteca se denomina "La Regenta", el comedor y la terraza de desayunos "Lagares" y "Poumaradas", el restaurante "Refectorio de San Juan Bautista", las salas de reuniones "Redes" y "Somiedo", el salón de banquetes "Río Narcea", salón de clientes alojados "Muniellos", el comedor privado "Taramundi", el salón de grupos "Los Oscos" y la cafetería "Bocamina".

El nuevo establecimiento de la Red de Paradores influirá en el crecimiento económico del Principado de Asturias y de la comarca de Cangas del Narcea. Un hecho que contribuirá a la recuperación social y económica de esta comarca.





HOREQ

SOLUCIONES PARA LA HOTELERÍA,
RESTAURACIÓN Y COLECTIVIDADES

20-22
NOVIEMBRE
2013
MADRID - ESPAÑA

ORGANIZA



¿VENDES A HORECA?

SÉ UNO DE LOS 120 PROVEEDORES DE SOLUCIONES PARA EL CANAL HORECA

- TECHNOREQ
- AREA CONFORT
- KNOWHOW
- MENAJEHOREQ
- BUILDING
- CLEANHOREQ
- MAQUINÁREA
- FOOD&DRINKS



En coincidencia con:

VENDIBÉRICA
Feria Internacional del Vending

FERIARTE
Feria de arte y antiques

www.horeq.ifema.es

LINEA IFEMA

INFOIFEMA 902 22 15 15
LLAMADAS INTERNACIONALES (34) 91 722 30 00
FAX (34) 91 722 58 03

horeq@ifema.es

[facebook.com/Horeq](https://www.facebook.com/Horeq) @horeq

Carlos Martínez

Director del Parador Monasterio de Corias



Carlos Martínez, Director del Parador Monasterio de Corias

Podría resumirnos su trayectoria profesional hasta la dirección del Parador Monasterio de Corias. ¿Qué reto supone para usted dirigir esta nueva apuesta de la Red de Paradores?

Mi trayectoria en Paradores se inició en el Hostal San Marcos de León, donde realicé mis prácticas correspondientes al Master en Dirección Hotelera que estaba realizando, pasando por los Paradores de Baiona, Lorca, Arties, Viella y finalmente Corias.

Profesionalmente supone un gran desafío ya que es mi primer Parador como Director

“La percepción no debe ser otra que la un lugar ideal para descansar y disfrutar de unos días en familia ó amigos...”

y que por supuesto, lo afronto con mucho entusiasmo y motivación, sintiéndome un afortunado al poder dirigir un establecimiento de nueva apertura y de esta magnitud.

¿Qué objetivos se ha marcado Paradores con el nuevo hotel a corto y medio plazo? Considerando la coyuntura actual, ¿se va a seguir alguna estrategia? (promociones, organización de eventos...)

La intención es que el Parador de Corias se convierta en un establecimiento de referencia en la zona y lograr uno de nuestros principales objetivos, que no es otro que servir de herramienta para dinamizar el occidente asturiano y darlo a conocer, aún más si cabe.

Teniendo en cuenta en el momento que se encuentra la economía y en especial el sector, en una apertura, nuestra estrategia va orientada, como no puede ser de otra manera, a conseguir una máxima difusión, en definitiva, darnos a conocer para que así, tanto empresas como particulares, cuenten con el Parador de Corias para sus viajes, eventos, reuniones, bodas, congresos, etc. ya que por suerte, disponemos de diversidad

de espacios para abarcar cualquier tipo de evento

Una vez finalizada esta impresionante rehabilitación, ¿qué principales magnitudes tiene el Parador Monasterio de Corias? (superficie, número de habitaciones, empleados, zonas comunes...)

El Parador cuenta con 43 habitaciones a la venta, parking, restaurante, cafetería, SPA, piscina cubierta y 5 salones para eventos, además de contar con 2 maravillosos claustros, donde en uno de ellos se ubica la terraza de la cafetería.

También contamos con los restos arqueológicos de la antigua iglesia del S. XI encontrada durante las obras de rehabilitación del Monasterio, y que son visitables por nuestros clientes.

¿Qué aspectos destacaría de la arquitectura llevada a cabo por José María Pérez González, “Peridis”? Y, ¿de la decoración interior?

“Peridis” ha realizado un magnífico trabajo, creo que ha conservado a la perfección el carácter del antiguo Monasterio consiguiendo un confort y una funcionalidad acordes a los tiempos que corren.

Creo que de la decoración interior cabe destacar los diferentes ambientes logrados para los diversos espacios con los que cuenta el Parador logrando calidez para el huésped a la vez de la sobriedad que demanda el propio edificio.

¿Qué elementos hacen que el Parador contribuya al confort de los huéspedes? (Domótica y nuevas tecnologías) ¿Existen o están previstas zonas para el relax de los usuarios? (zonas comunes, zonas wellness, jardines...)

Como he comentado, es un edificio con mucha historia pero que está equipado con las mayores comodidades para el confort y disfrute de nuestros clientes. Todas nuestras

Foto: Paradores



habitaciones están equipadas con domótica para controlar la luminaria y orientado al relax de nuestros huéspedes disponemos de SPA, piscina cubierta, zona de masajes y gimnasio, todo esto a la disposición del clientes para lograr una estancia inolvidable.

El Parador Monasterio de Corias, cuenta con un gran valor histórico, ¿qué salas o zonas del Monasterio tienen especial relevancia?

Creo que es un edificio en el resulta difícil destacar un espacio por encima del resto pero quizá, en este apartado, cabe hacer especial mención a la magnífica rehabilitación que se ha realizado a la antigua Biblioteca del Monasterio y que hoy, hace las veces zona de estar y lectura para nuestros clientes.

Y, por último, ¿qué percepción debe llevarse el visitante del nuevo Parador?, ¿por qué debe regresar?

La percepción no debe ser otra que la un lugar ideal para descansar y disfrutar de unos días



Foto: Paradores

en familia ó amigos, tanto por los servicios que ofrecemos en el Parador como con las infinitas opciones gastronómicas, culturales y de naturaleza que ofrece la zona, ya que, al igual que hemos destacado el edificio, no podemos pasar por alto el privilegiado enclave natural

en el que se encuentra el Monasterio de Corias. Con la dificultad que supone explicar las bonanzas del occidente asturiano en unas poca líneas, para hacerse una idea real del conjunto, considero que lo mejor es que vengan a visitarnos.

“Espacios que seducen
tus sentidos”

mobhotel
mobiliario y equipamiento integral de hoteles



“añadimos valor a cada proyecto”

MOINSA

C/ Granada, 50 - 28935 Móstoles - Madrid (España)
Tel.: 91 664 88 21 / 00* - Fax: 91 664 89 10

E-mail: mobhotel@moinsa.es - www.moinsa.es

www.moinsa.es



Foto: Flores Valles

Cocinas Industriales

El éxito de un buen diseño

En la actualidad, las cocinas han pasado de estar en un segundo plano a convertirse en el centro neurálgico de cada establecimiento hotelero. Por esta razón, los distintos fabricantes sacan al mercado una amplia variedad de posibilidades y productos para adaptar cada recinto a las nuevas tendencias que surgen. Con las cocinas industriales se profesionaliza el sector alcanzando la calidad deseada y la excelencia en el servicio.

A la hora de decidirse a proyectar la cocina, tanto de un restaurante como de un hotel, surgen numerosos elementos a tener en cuenta. Independientemente del tipo de establecimiento, uno de los primeros puntos que ha de determinarse son

los sectores en los que debe dividirse, necesarios cada uno de ellos para garantizar las diferentes etapas, recepción, almacenamiento, preparación de los alimentos, la cocción, el servicio y el lavado, para ello, lo más cómodo es agrupar las operaciones y los métodos de

trabajo similares en un mismo espacio, de esta manera se consigue que se disminuyan los desplazamientos de los empleados y los cruces entre zonas.

Pero, aunque se plantee una distribución por sectores, no se debe olvidar las ventajas que aporta el disponer de una cocina flexible y adaptable a las posibles futuras necesidades; en este sentido se pueden plantear varios espacios y sectores en reserva para futuros sistemas en la cocina.

Las cocinas industriales se pueden configurar mediante diferentes tipos de mobiliario: modulares, a medida, suspendidas... cada uno de ellos con distintos elementos a favor y en contra. Sin embargo, en estos momentos, las cocinas modulares se están convirtiendo en las más demandadas, gracias a la

posibilidad de personalizar cada proyecto, de ampliar la equipación en función de las necesidades y evolución del negocio, así como su facilidad de sustitución de elementos estropeados.

La innovación, el rasgo que diferencia y caracteriza estos productos, se encuentra en alza, ningún establecimiento puede quedar obsoleto; motivado por las diferentes y exigentes normativas en lo referente a seguridad alimentaria, la apuesta por la incorporación de nuevas tecnologías, la necesidad de rentabilizar costes... ha llevado a que cada instalación se decida por la incorporación de cocinas bien diseñadas, en las que el trabajo se pueda realizar de manera cómoda y sencilla.

Por otra parte, la elección de las máquinas será la clave para un buen proyecto de cocina industrial. Los elementos de la cocina, como fuegos, bloques de cocción, plancha... y también otros, como las cámaras frigoríficas o mobiliario neutro, han de ser capaces de evolucionar de la mano del establecimiento.

Elección del equipamiento

Cuando llega el momento de seleccionar el equipamiento de cocina, hay que tener en cuenta muchos valores, sin embargo, no existe un factor que se priorice por encima de otro, ya que dependerá del tipo de cocina y de las distintas tareas que se van a llevar a cabo en ella. "Influye el espacio disponible y la inversión que se desee hacer. Después es cuando se empiezan a tener en cuenta factores como el ahorro energético, el diseño y estética de los equipos y la facilidad de mantener un buen nivel de higiene, a lo que se aporta cada día más valor", analiza Alberto Salazar, Director Nacional de Ventas en la División de Refrigeración y Hostelería de Frigicoll.

Por otro lado, Domingo López, Responsable de Altro para el Sur de Europa y Benelux, opina que "ante todo, lo que más importa en una cocina es la seguridad y la higiene. Los suelos anti-deslizantes Altro evitan resbalones, amortiguan los ruidos al tiempo que proporcionan una cómoda sensación al caminar y reducen la fatiga de los empleados, facilitando así la labor diaria



Foto: Santos Grupo

de los profesionales en un entorno en el que se trabaja a contrarreloj". Sin lugar a duda, la higiene y la eficiencia son dos de los aspectos que los principales fabricantes y los hoteleros consideran más resaltable. "La seguridad alimentaria es un reto en la cocina que debe comenzar en el diseño y equipamiento de la misma, de lo contrario hacer un diseño o equipamiento deficiente en este aspecto pondrá en riesgo la seguridad de nuestros alimentos durante todos los años de vida de esta instalación", expresa Ricardo Santos, Director Comercial de Santos Grupo. Del mismo modo piensa

Julio César Martínez, Responsable Comercial de Angelo Po Grandi Cucine en España, a través de CEM, "siempre hemos apostado por tener a la higiene como una de nuestras premisa a la hora de fabricar, por eso nuestras cocinas han conseguido el certificado CSQA que garantiza que la higiene en la limpieza y mantenimiento diario de los elementos se ha tenido en cuenta a la hora de diseñar el aparato".

Para conseguir todo esto y que, además, el proyecto esté acorde con el establecimiento es esencial "tener muy

Foto: Angelo Po

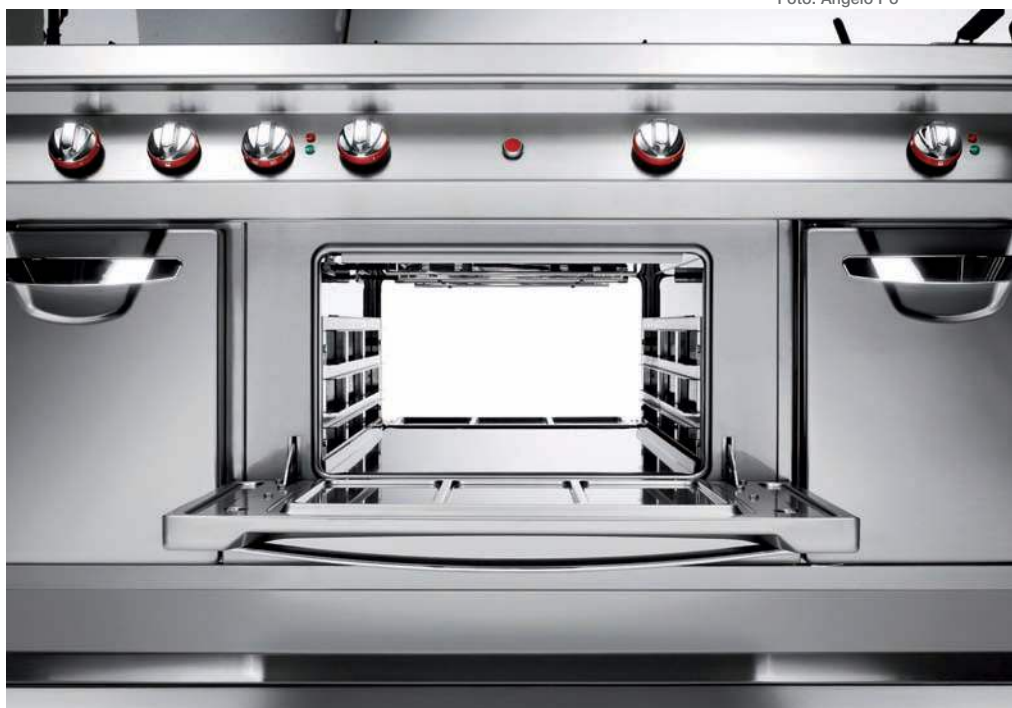




Foto: Santos Grupo

claro las necesidades del profesional, por este motivo Fagor Industrial trabaja desde el primer momento con sus clientes para conocer sus requerimientos y llevar a cabo una instalación única que se adapte al 100%, tanto al espacio como a su forma de trabajo”, indica Juan Alos, Jefe de Producto de Fagor Industrial.

Mientras tanto, en referencia a la eficiencia y el ahorro de energía se considera que “en función del ahorro que pueda provocar un equipo, la inversión queda en un segundo plano, ya que lo más importante debe ser la amortización. En este sentido y afortunadamente el mercado ha cambiado, ahora sí importan los costes de uso”, continúa Ricardo Santos.

Es destacable también, por un lado, “la durabilidad de los materiales, ya que una cocina industrial soporta diariamente un alto tránsito de personas, y, por otro, que el pavimento se instale fácil y rápidamente adaptándose a las necesidades de cada estancia”, explica Domingo López.

Pero no hay que olvidar también el factor precio, por lo que hay que tener en cuenta “un mix de todos estos aspectos. En función de cada cliente, predominarán más unos que otros a la hora de tomar

una decisión”, concluye Ramón Pérez, Director Comercial de Romagsa. Hoy en día, en una economía en la que prima la contención de los costes “se valora la calidad y practicidad de los equipos y el rendimiento energético. Sin embargo vemos como los profesionales siguen apostando por los materiales en acero inoxidable que garantizan la durabilidad del producto y la higiene en el local”, afirman los Responsables de la División HORECA de Eurofred.

Nuevos campos de actuación

En estos momentos, se están buscando diversos caminos para enfrentarse a la coyuntura actual, hay que estar pendientes de las últimas tecnologías, apostando por la innovación como una de las líneas estratégicas de progreso. Una de las principales tendencias del sector está siendo la personalización en el equipamiento de cada cocina, buscando una mayor eficacia. “En esta línea, son muy apreciadas las mejoras tecnológicas que facilitan la tarea diaria del personal, mediante la programación de rutinas. Otra de las tendencias de este año es el diseño de componentes. Para los profesionales es esencial que en caso de avería, la extracción y reparación de las piezas sea lo más rápida posible para que no interrumpa los procesos de trabajo, por eso cada vez está adquiriendo más relevancia el diseño de piezas adaptadas a cada cocina”, comenta Juan Alos (Fagor). En este tipo de instalaciones, lo primero que se plantean son las prestaciones técnicas que pueden ofrecer, una vez resueltas “se va a añadir además el cuidado de su aspecto y la imagen que proyectan”, expone Domingo López (Altro).

Por ello, además de avanzar en los procesos

“en función del ahorro que pueda provocar un equipo, la inversión queda en un segundo plano, ya que lo más importante debe ser la amortización...”

de limpieza se producen mejoras a la hora de adaptarse a los diferentes espacios. “Los elementos que componen una cocina industrial se adaptan y se acoplan a cualquier dimensión para buscar la máxima funcionalidad y comodidad en la cocina”, argumenta Juan Alos (Fagor). Es necesario dotar “a las instalaciones con cocinas más compactas limitando el equipamiento al estrictamente necesario. Así se obtiene una mayor optimización del espacio, mejor aprovechamiento de los equipos y mejor flujo de trabajo”, describe Zulema Rodríguez, Responsable de Marketing de Flores Valles.

Por el contrario, desde Santos Grupo, explican que ellos enfocan “toda la innovación en nuevas tecnologías, directamente al ahorro de costes y la seguridad alimentaria de los procesos. Es muy sencillo generar importantes ahorros demostrables en una cocina con la aplicación de las soluciones adecuadas en operaciones como la cocción, el lavado, las extracciones, el frío, etc.”. “Sobre todo se está potenciando la seguridad en las cocinas dotándolas con sistemas de extinción de incendios,...”, comenta Zulema Rodríguez.

En estos momentos, uno de los aspectos que se tiene en cuenta es la especialización en cada tipo de elemento. Se aplicarán las nuevas tecnologías por un lado “en el



Foto: Romagsa

LA EXCELENCIA EN COCINAS INDUSTRIALES



CUBRIR TODAS LAS NECESIDADES DE LA COCINA
INDUSTRIAL ES LO QUE NOS DIFERENCIA.
LA MÁS COMPLETA GAMA DE EQUIPAMIENTO
DE REFRIGERACIÓN Y HOSTELERÍA.

GAS VS ELECTRICIDAD

A día de hoy, se exige, por parte de los profesionales, un ajuste máximo en el consumo, siempre que no se afecte a las prestaciones del equipamiento ni a la calidad del servicio. Las cocinas de los distintos establecimientos, como pueden ser hoteles, restaurantes, cafeterías u hospitales, están sometidas a una gran actividad y un alto nivel de gasto energético, por lo que es necesario un buen nivel de ahorro para los profesionales de este sector. Sin embargo, decantarse entre gas o electricidad dependerá de las necesidades y los gustos de cada profesional.

Ventajas de la utilización de gas: una de sus mayores ventajas es su poder calorífico y su rapidez, las cocinas a gas cuentan con mayor potencia y por lo tanto son muy rápidas a la hora de cocinar. El consumo de este tipo de energía supone un ahorro, ya que el gas es mucho más económico.

Inconvenientes de la utilización de gas: la seguridad, es un apartado a tener muy en cuenta con este tipo de energía, no se puede poner una cocina por debajo de "cota 0" es decir, por debajo del nivel de calle (sótanos) por motivos de seguridad, para permitir la evacuación de los gases. El acondicionamiento de las instalaciones para conseguir las medidas de seguridad oportunas acarrea un mayor costo. El gas, como fuente de energía provoca un mayor desgaste en los componentes de los equipos, y requiere una mayor limpieza y mantenimiento.

Ventajas de la utilización de electricidad: es una energía que permite una mejor adaptabilidad de los locales a la normativa de uso. En cuanto a la manipulación y mantenimiento de la maquinaria, es una fuente de energía más limpia ya que no conlleva el desgaste mecánico de sus componentes, por esa razón el mantenimiento de los equipos es más económico.

Inconvenientes de la utilización de electricidad: el uso de esta energía se encuentra limitado por la potencia contratada en la instalación por lo que suele utilizarse en instalaciones más pequeñas. Tiene unos consumos más altos, esto conlleva a un mayor costo.



Foto: Portinox

cocción", expone Alberto Salazar, de Frigicoll. Sin embargo, en maquinaria, "las barbacoas de piedra lávica o con agua están volviendo al mercado. Hace unos años que parecía que habían desaparecido pero cada vez son más los que las piden por el sabor que aporta a los alimentos", finaliza.

El material, no sólo uno más

Aparte de las diferentes innovaciones que se están llevando a cabo para mejorar las prestaciones que ofrecen actualmente las cocinas industriales, existen otros elementos que las constituyen que son de vital importancia. "Es muy importante usar materiales de calidad. Una cocina tiene que estar concebida para durar muchos años considerando un uso intensivo de trabajo", describe Ramón Pérez, de Romagsa.

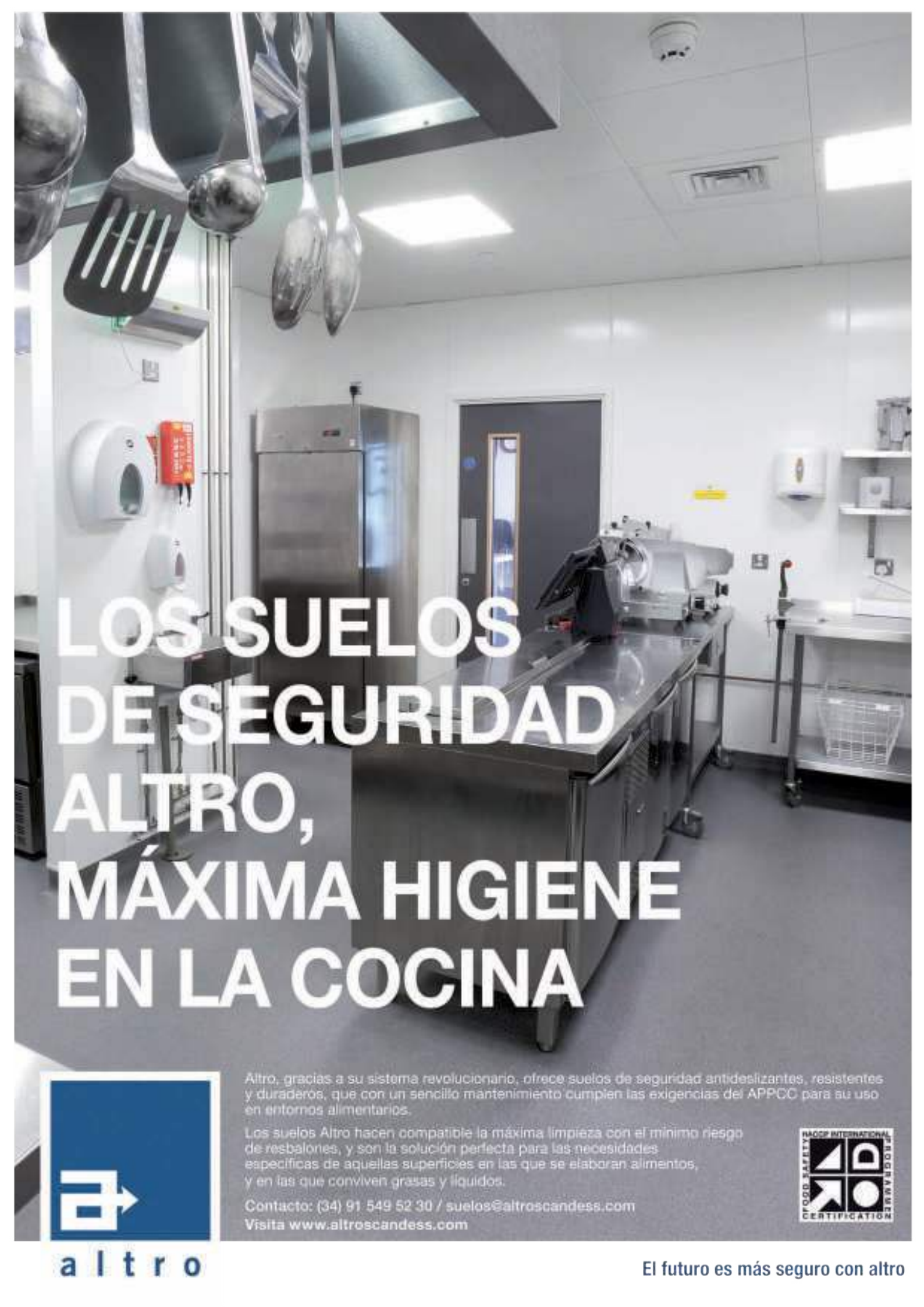
El papel de los materiales en la concepción de las cocinas industriales es fundamental, gracias al uso de materiales de alta calidad se consigue que las instalaciones puedan ser "fáciles de limpiar y mantener, más duraderas en el tiempo, a pesar de su uso intensivo, económicas, con ahorro en tiempos, consumos, etc.", explica Antonio Lozano (Portinox). Los materiales deben asegurar que cumplen las normas de higiene alimentaria establecidas, "por lo que es muy importante que puedan limpiarse fácilmente. Por ello, las cocinas

tratamiento de los alimentos: envasado al vacío, abatimiento de temperaturas, aplicación del concepto de cadena fría", mientras que, por otro, también se tiene en cuenta "los ahorros energéticos en instalaciones: ventilaciones, equipos de cocina, etc.", analiza Antonio Lozano, Director Comercial de productos para colectividades e instalaciones de hostelería de Portinox.

Desde otro punto de vista, si hablamos de métodos de cocción, "la cocina creativa de los grandes chefs está llegando hasta el más pequeño restaurador y equipos, como las freidoras, están pasando a un segundo plano o quedando reducidas a pequeños complementos. Están siendo sustituidas por encimeras donde poder trabajar de manera más cómoda y equipos con múltiples funciones de



Foto: Flores Valles



LOS SUELOS DE SEGURIDAD ALTRO, MÁXIMA HIGIENE EN LA COCINA



altro

Altro, gracias a su sistema revolucionario, ofrece suelos de seguridad antideslizantes, resistentes y duraderos, que con un sencillo mantenimiento cumplen las exigencias del APPCC para su uso en entornos alimentarios.

Los suelos Altro hacen compatible la máxima limpieza con el mínimo riesgo de resbalones, y son la solución perfecta para las necesidades específicas de aquellas superficies en las que se elaboran alimentos, y en las que conviven grasas y líquidos.

Contacto: (34) 91 549 52 30 / suelos@altroscandess.com
Visita www.altroscandess.com



El futuro es más seguro con altro



Foto: Eurofred

deben respetar las escorias sanitarias para evitar que se acumule suciedad en esquinas”, concreta Zulema Rodríguez (Flores Valles).

El material estrella en lo referente a equipamiento es el acero inoxidable “puesto que se trata de un elemento resistente y de larga duración, que asegura el uso de las instalaciones durante muchos años. Este es un factor muy importante debido a la inversión que supone una instalación de estas características, además el acero inoxidable permite unas muy buenas condiciones higiénicas, y ofrece una gran variedad de posibilidades”, argumenta Juan Alos, de Fagor. “La higiene y sobre todo la durabilidad son proporcionales a la calidad del acero inoxidable.

Foto: Santos Grupo



Desgraciadamente, como ahora el precio es decisivo, la mayoría de los usuarios, prefieren el ahorro económico a la durabilidad en sus nuevas instalaciones”, alegan desde Fricosmos.

Por otro lado, en métodos de cocción hay que diferenciar entre la inducción y la vitrocerámica de gas tradicional. “Estos dos nuevos materiales permiten un mayor control de la temperatura a una cocción igual de rápida que la tradicional. Además, la maquinaria no sufre tanto desgaste como en las cocinas de gas por lo que es una apuesta segura a largo plazo”, expresa Alberto Salazar (Frigicoll).

Respecto a los suelos, “éstos deben ser resistentes al uso, antideslizantes, y que no acumulen suciedad fácilmente. Un tipo de suelo muy popular es el terrazo, porque reúne todas estas características, aunque también lo son los de resinas, que cuentan con unas excelentes propiedades antideslizantes”, informa Juan Alos, de Fagor. Del mismo modo, desde Altro opinan que el “vinilo, es un material fácil de reciclar que nos permite disponer de suelos totalmente afianzados con juntas termoselladas que proporcionan un sistema hermético y estanco”, además estos suelos “evitan un problema muy habitual que ocasionan las juntas porosas de cemento de los pavimentos cerámicos, que provocan problemas de higiene por acumulación de suciedad en esas zonas. A diferencia de esto, y pese a la costumbre a colocar cerámicos, los pavimentos continuos, al carecer de juntas porosas, son los más adecuados para cocinas”, concluye.

Conciencia Medioambiental

La sostenibilidad, así como la eficiencia energética, está cobrando una especial importancia en estos días en todos los

aspectos de la sociedad, creándose una gran conciencia medioambiental en las personas. Es por ello que, desde hace años, los equipos que se instalan en las cocinas industriales se han diseñado pensando en el ahorro energético y reciclabilidad de sus materiales. “Para disponer de un espacio energéticamente eficiente es necesario realizar un estudio de eficiencia energética, en el cual se tengan en cuenta las necesidades del cliente, potencias disponibles y necesarias, así como sistemas de ahorro y aprovechamiento de la energía residual”, explica Ramón Pérez (Romagsa).

“Pese a que actualmente la normativa no está aprobada todavía, cada día se solicitan más máquinas cuyo refrigerante sea el gas ecológico R-600-A. Esto, juntamente con la conciencia medioambiental de buena parte de los profesionales, a la hora de desechar aceites y demás contaminantes de las cocinas hace que cada día demos un paso más en el cuidado del medio ambiente”, definen desde Eurofred.

Existen “normativas que regulan la gestión de los residuos de los fabricantes y también la contaminación que generan sus productos. Por ello, aunque a día de hoy muchas empresas buscan reducir costes, la compra de productos de nuestras marcas premium ayuda a contribuir al medio ambiente voluntaria o involuntariamente”, precisa Alberto Salazar, (Frigicoll).

El diseño de la cocina industrial puede plantearse ser respetuoso con el medio ambiente, incluyendo “equipos que tengan gastos ajustados a sus producciones y prestaciones, teniendo en cuenta bajos consumos de agua, electricidad o gas; sistemas reguladores de los consumos, en extracciones, ventilaciones, calefacciones, equipos frigoríficos, etc., facilidades para el reciclado del material desechable, tanto orgánico como inorgánico, incluyendo equipos que en su fabricación se prevea su posterior reciclaje, y cumpla en su proceso de producción con normas medio ambientales”, analiza Antonio Lozano, de Portinox.

Los fabricantes siempre buscan “en cada aparato, sea eléctrico o a gas, la máxima

COCINAS MODULARES

Actualmente, las cocinas modulares no se pueden considerar una tendencia sino una realidad implantada. La mayoría de las instalaciones se decanta por la utilización de este tipo de maquinaria por su funcionalidad. Con el uso de cocinas modulares dentro de los establecimientos hoteleros se consigue un aprovechamiento al máximo de las distintas dimensiones del local, además de permitir a los profesionales disponer de un espacio en el que cada uno de los elementos que componen la cocina se adaptan a su rutina de trabajo.

Este tipo de instalaciones están caracterizadas por su solidez, fiabilidad y su facilidad en el manejo. Permiten intercambiar los distintos módulos de los que está compuesta sin mayor dificultad, ya sea por reparaciones o remodelaciones. Con esto se facilita el trabajo del equipo de cocina, ya que no se entorpece sus servicios gracias a un reducido tiempo de montaje y desmontaje. Otra de sus principales ventajas es su facilidad para utilizarse en espacios reducidos, además de la gran versatilidad en el diseño del bloque de cocción permitiendo modificaciones del mismo sin problemas. Permiten intercambiar los módulos sin dificultad, sea por reparaciones o remodelaciones. Esto facilita el trabajo del equipo de cocina que no ve entorpecidos sus servicios gracias a un reducido tiempo de montaje y desmontaje. El concepto modular es también más económico, frente al concepto de cocinas compactas, especiales, etc.

Sin embargo, existe un inconveniente en este tipo de instalaciones, al tratarse de equipos individuales se generan muchas uniones, por lo que aparecen muchos espacios en los que puede introducirse suciedad.

Normativa

Actualmente la regulación en materia de sanidad pública es cada vez más exigente. Desde la Unión Europea se exige la aplicación de las últimas normativas tanto en los ámbitos sanitarios, de seguridad y sostenibilidad. Dentro de la variedad

eficiencia con el consumo más ajustado posible. Potencia sin sentido = despilfarro energético", determina Julio César Martínez, de Angelo Po Grandi Cucine. Otra de las características de estas instalaciones para favorecer la eficiencia energética es que "recogen los vapores y humos generados mediante campanas

con filtros y canalizaciones, emitiendo la mínima cantidad de emisiones al exterior. En algunos casos, en las aspiraciones de vahos, se utilizan recuperadores de energía haciendo su gasto más reducido y aprovechando la energía para el funcionamiento del equipo", especifica Zulema Rodríguez (Flores Valles).



www.portinox.com

Proveedores de soluciones de **Equipamiento Integral de Hostelería y Sanitarios** para su negocio desde 1965.

Turnkey Projects

PROFESSIONALKITCHEN

Preparación y Distribución / Preparation and Distribution

Frío Industrial / Cold Equipment

Cocción / Cooking Equipment

Stainless Steel

SANITARYWARE

Inodoros / Toilets

Urinarios / Urinals

Lavamanos / Hand Washbands

Lavabos Colectivos / Washtroughs

Platos de Ducha / Shower Trays

Fuentes / Drinking Fountains

Accesorios / Accessories



PORTINOX S.A.
Ctra de Pulianas, km 6
Pulianas (Granada) España

Email: comercial.ind@portinox.com
Tel +34 958 406000
Fax +34 958 426084

Departamento de Proyectos a disposición de nuestros distribuidores y clientes



Foto: Flores Valles

“los suelos de los lugares de trabajo han de ser fijos, estables y resistentes a deslizamientos, y estar libres de zonas irregulares y pendientes...”

de normas hay que diferenciar entre la normativa básica aplicable, exigible por el país de fabricación o la comunidad autónoma que pertenezcan, y la que se autoexigen ciertas marcas. Para el equipamiento de una cocina industrial “hay que tener presente la normativa que regula la manipulación, instalación y mantenimiento de gas que precisa de personal profesional y autorizado”, explican desde Eurofred.

“A nivel general, la Unión Europea obliga a que todos los equipos tengan las certificaciones correspondientes aumentando la exigencia en los equipos

de gas. Las consejerías de cada región también tienen su propia normativa referente a medidas de higiene y de conservación de los alimentos”, explican desde Frigicoll, “demandamos unos niveles de eficiencia energética, de calidad y de higiene superior en todos nuestros productos. Creemos que de este modo la maquinaria será de una calidad superior, facilitará las tareas del equipo de cocina y se mantendrá en su estado óptimo por más tiempo”, analizan.

Por otro lado, las normativas relativas a los productos alimenticios y su confección, se encuentran “perfectamente reguladas en

Europa por directivas comunitarias (93/43/CEE) o por el reglamento CE 852/2004. En España el sector también se rige por las normas de higiene para la elaboración y distribución de comidas preparadas en el Real decreto 3484/2000”, concreta Juan Alos, de Fagor.

El Real Decreto 314/2006 que se refiere al nuevo Código Técnico de Edificación (CTE), “indica que los suelos de los lugares de trabajo han de ser fijos, estables y resistentes a deslizamientos, y estar libres de zonas irregulares y pendientes. Además, también incluye especificaciones sobre las superficies. Según el CTE las rampas, las escaleras y las plataformas de trabajo deben construirse con materiales resistentes a deslizamientos, o bien instalarse medidas preventivas”, describe Domingo López de Altros.

Una de las herramientas más eficaces para el procedimiento del autocontrol es “la implantación del sistema APPCC (Análisis de Peligros y Puntos de Control Críticos), también conocida como HACCP (en inglés), un procedimiento sistemático para garantizar la seguridad e higiene alimentarias”, observa Juan Alos. Esta regulación “por el sistema de gestión de seguridad alimentaria APPCC (Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control) que requiere que cada zona de preparación de alimentos tenga una documentada evaluación del riesgo que identifique los puntos críticos del proceso y las sugerencias de cómo eliminar estos riesgos”, argumentan desde Altro.

Por el contrario, Julio César Martínez (Angelo Po Grandi Cucine), comenta que “nuestros productos no sólo tienen homologación CE sino cualquiera requerida en cualquier país del mundo, como por ejemplo la AGA la Certificación de Aparatos a Gas Australiana. Por lo tanto superamos en mucho cualquier exigencia de normativa nacional”.

Estas normas lo que hacen es “obligar a las empresas del sector restauración a seguir una serie de procedimientos y actividades de cara a responsabilizarse de la higiene en sus establecimientos y garantizar su cumplimiento y efectividad; es decir, implantando un autocontrol”, razona Juan Alos.

Foto: Altro





Ignacio Miró Pepió

Presidente de AFACO

«Primero ha de entrar por la vista, por lo que será fundamental su diseño y acabados»

Presidente de la Asociación Nacional de Fabricantes de Grandes Cocinas (AFACO) y Director Gerente de Macfrin Group, Ignasi Miró Pepió, nos responde a una serie de preguntas para conocer el estado actual del sector, las novedades que se están llevando a cabo y los cambios más significativos que ha provocado la situación actual.

A la hora de elegir un tipo de producto para el equipamiento de una cocina industrial, ¿qué factores y aspectos se tienen en cuenta? (ahorro energético, diseño, logística, capacidad, durabilidad, tecnología, higiene...)

Primero ha de entrar por la vista, por lo que será fundamental su diseño y acabados. Otro factor esencial es la higiene: deberá ser muy fácil mantenerlo limpio. Y no olvidemos su eficiencia energética, que se reflejará en la factura de suministro de gas y electricidad.

¿Qué se está innovando en este tipo de instalaciones? (tendencias)

En general, se tiende a optar por las cocinas sin hornos debajo, ya que se utilizan hornos de convección. Como novedad, encontramos los cocedores multifunción, también denominados sartenes fijas. Se trata de una maquinaria polivalente que igual se puede usar como fry top, marmita, sartén o baño maría.

“Las instalaciones de cocinas industriales tienen que adaptarse a la normativa higiénico-sanitaria vigente”

¿Qué papel desempeñan los materiales en aspectos como la higiene, durabilidad, resistencia, adaptabilidad...? (en el mobiliario, las paredes y los suelos)

Los materiales no deben ser absorbentes. Por ello, en muebles siempre se utiliza el acero inoxidable, y en suelos y paredes, resinas o cerámica, con el mínimo de uniones o juntas.

¿Qué normativas regulan su sector?

Por lo que respecta al fabricante, toda la maquinaria que está a la venta en los países de la Unión Europea debe disponer del marcado CE. Por otra parte, las instalaciones de cocinas industriales tienen que adaptarse a la normativa higiénico-sanitaria vigente.

En cuanto a la fuente de energía, ¿qué ventajas e inconvenientes tiene cada una? (gas y electricidad)

Las máquinas que funcionan a gas tienen una reacción más rápida y el combustible es más económico que las que utilizan energía eléctrica. Por el contrario, son más difíciles de limpiar y acaban presentando un mayor número de averías.

La conciencia medioambiental está muy presente en estos momentos en todos los ámbitos de la sociedad. En el caso concreto de las cocinas industriales, ¿qué papel juega ésta?

Antiguamente una máquina con muchas kilocalorías, de mucho consumo, era sinónimo de potencia y rapidez. Hoy, continúa primando esa rapidez de cocción, pero unida a la eficacia y al consiguiente ahorro energético.

Ventajas de las cocinas modulares. ¿Considera este tipo de cocinas como una de las actuales tendencias del sector?

Sin duda, ya que permiten adaptarse a las necesidades de cada momento. Además, en la actualidad, numerosos fabricantes utilizan el sistema de unión de un módulo con otro por testatina, mediante el cual la unión se limita a una simple línea, evitando rincones y facilitando la limpieza.

Foto: Cocinas modulares



A photograph of a bright, modern interior courtyard. The space features light-colored walls with white architectural moldings and large arched openings. The floor is made of light-colored stone tiles. In the foreground, there are several pieces of furniture: two brown leather armchairs with wooden frames, a large blue ceramic pot, and a white tufted armchair with a dark ottoman. A large, ornate blue and white ceramic pot is visible in the bottom left corner. In the background, through the arches, a dining area with tables and chairs is visible, and a person can be seen standing near a counter. The overall atmosphere is bright and airy, with natural light streaming in from the large windows and arches.

PROYECTO HOTELERO

Only You Hotel & Lounge Madrid

UN HOTEL LIFESTYLE PARA CIUDADANOS Y CLIENTES

Se trata de un hotel que apuesta por la vida social de Madrid, y que ofrece la esencia de la capital. Así, madrileños y foráneos no sólo disfrutarán del alojamiento, sino que podrán gozar de su servicio de restaurante y gastro-bar durante todo el día, buscando su rincón preferido del lounge, dejándose atrapar por sus distintos ambientes y atmósferas en los diferentes momentos del día...



Foto: Hotel Only You



Foto: Habitación Junior Suite Library

Only You Hotel & Lounge Madrid nace de la apuesta e innovación del grupo Palladium Hotel Group, a través de su marca urbana Ayre Hoteles, convirtiéndose en una sorprendente combinación de hotel boutique y la nueva tendencia en establecimientos lifestyle. De nuevo, el grupo apuesta por la

diversificación, donde se presta especial atención a las necesidades del mercado, buscando alternativas para diferentes tipos de público.

El hotel está situado en una ubicación privilegiada, en pleno centro de Madrid, concretamente en la calle Barquillo, la

nueva vía trendy de la capital, a pocos minutos andando de la Gran Vía y del Paseo de Recoletos.

Este edificio se construyó en 1860 de la mano del arquitecto Don Juan Bautista Peironnet, viviendo allí los marqueses de Alhama (título creado por la reina

Foto: Recepción



“El hotel está situado en una ubicación privilegiada, en pleno centro de Madrid, concretamente en la calle Barquillo, la nueva vía trendy de la capital, a pocos minutos andando de la Gran Vía y del Paseo de Recoletos...”

Isabel II). Durante más de 30 años, los marqueses vivieron en el palacete, que por aquel entonces se identificaba como el número 13 de la calle Barquillo.

Tras la muerte de la marquesa en 1915 el palacete fue heredado por sus hijas, realizándose su segunda reforma por el arquitecto Don Manuel Ruiz Senén, para la propiedad de Herederos de la Marquesa Viuda de Alhama, convirtiéndolo en un edificio con diferentes viviendas.

Esta edificación, durante muchos años, albergó dos establecimientos en su planta baja; uno de ellos una tradicional librería de barrio, con su fachada protegida por su antigüedad que ha pasado a formar parte de la calle Barquillo.

Esta última restauración ha corrido a cargo del equipo de Carlos Hernández-Carrillo, arquitecto del Estudio b76, una empresa especializada en la rehabilitación hotelera. La importante labor desarrollada por este estudio ha



Foto: Ascensor

implicado la salvaguarda del patrimonio arquitectónico, así como los complicados procesos técnicos necesarios para poder llevar a cabo esta labor. Estudio b76 es el máximo responsable de la futura estabilidad de este edificio, así como de la protección y revalorización de los elementos arquitectónicos de interés de un inmueble como éste, construido en 1860 y catalogado con Protección Integral por el Plan General de Ordenación Urbana de Madrid. Además, en este caso, sobre una estructura de más de siglo y medio de historia, se ha realizado

un cambio de uso, lo que supone un cambio de distribución y adaptación a normativas de seguridad y habitabilidad que por supuesto no existían cuando el edificio se construyó mediado el S.XIX.

Todo este complejo proyecto y obra de consolidación estructural, la modificación de distribución e incorporación de todas las instalaciones necesarias para su nuevo uso y la recuperación del patrimonio arquitectónico exterior e interior del edificio, convierte a este Hotel en un hito en el barrio de Chueca



Foto: Comedor Patio



Foto: Cocktail Bar



Foto: Sala Mapas

de Madrid. Gracias a su modernidad, vanguardismo y respeto a los elementos ya contruidos, el hotel será un referente en la capital madrileña.

El huésped se convertirá en el centro de la experiencia Only You, siendo la única y definitiva razón de ser del proyecto. Se busca satisfacer las necesidades que cada cliente pueda tener, apostando por una personalización que provoque que cada huésped viva una experiencia única y memorable, estableciendo relaciones a largo plazo, creando un verdadero lazo afectivo entre el hotel y el huésped.

El hotel está formado por 70 habitaciones: 44 Deluxe, 19 Premium y 7 Junior Suites.

Cada una con su propia personalidad, todas acogedoras, íntimas y diferentes. Gracias a los distintos detalles, el huésped disfrutará de una experiencia de lujo y comodidad. La combinación de los detalles de la arquitectura del siglo XIX junto con la actual, provocan que la luz, la calidez y el diseño de sus espacios envuelvan a todo aquel que se aloje en ellas con sensaciones inolvidables.

En el corazón de Only You se ubica el Lounge, muchos espacios en uno, un lugar que evoluciona a lo largo del día adaptándose a cada momento o acontecimiento de la vida social madrileña. Esta zona, llena de vida, invita a los huéspedes a no pasar de largo

“Only You Hotel & Lounge Madrid es un hotel con una fuerte personalidad, que en su decoración mezcla la inspiración colonial británica con un estilo actual y contemporáneo...”

directos a sus habitaciones, sino que se dejen atrapar por sus distintos ambientes y atmósferas en cada momento del día.

Por otro lado, pero no menos importante, es la gastronomía, presente en Only You con una base tradicional fusionada con un concepto contemporáneo, lo que la convierte en una nueva experiencia única para disfrutar en cualquier momento del día gracias a su amplio horario de cocina.

La carta está protagonizada por el finger food, en forma de platos como los canelones de txangurro y setas, pulpo a la brasa con puré aireado de patata violeta, pepito de pluma ibérica a la brasa, coca de chipirones con alioli y aceitunas negras o los soldaditos de Pavía y mahonesa cítrica. Una comida divertida y para compartir, buscando ese ambiente relajado y desenfadado, que permite la interacción constante entre la sala y la cocina, lo que va a permitir que el comensal sea actor y espectador al mismo tiempo.

Una carta muy variada creada por un equipo joven, encabezado por el chef Carlos Martín, formado en referentes gastronómicos como el Celler de Can Roca o Mugaritz y que a sus 30 años cuenta con una trayectoria y experiencia amplia, desde restaurantes del calibre de Rodero, La Terraza del Casino a gastrobares como Estado Puro.

La oferta gastronómica se completa con una variada carta de champagnes, vinos y cocktails clásicos, y de creación propia, que permitirán el perfecto maridaje durante la degustación de la comida.

Junto al gastro-bar y coctelería, los huéspedes del hotel podrán disfrutar cada mañana de un completo desayuno a la carta, por cortesía del hotel en agradecimiento a quienes quieran compartir la experiencia de alojamiento Only You.



Foto: Escalera

El tercer pilar de la experiencia Only You está protagonizada por la música, nada de hilo musical convencional, la protagonista será una música que cambia según el momento del día, contando con música en vivo, sesiones de DJ, todo ello para que la experiencia resulte inolvidable.

En conclusión, Only You Hotel & Lounge Madrid es un hotel con una fuerte personalidad, que en su decoración mezcla la inspiración colonial británica con un estilo actual y contemporáneo, dando lugar a acogedores rincones donde el huésped y los visitantes se sienten como en casa. Esta decoración está firmada por el prestigioso interiorista Lázaro Rosa-Violán, quien ha creado un hotel boutique combinando tintes coloniales con la idea de acercar el Mediterráneo a la capital, reinterpretándolos con un estilo contemporáneo, elegante y acogedor.



Foto: Lounge

Only You cuida todos los detalles que harán que cada persona disfrute de su estancia en Madrid de una forma única. Todo el equipo del hotel está a la última

sobre la mejor oferta de ocio, cultura y gastronomía de Madrid. Presentan al visitante un Madrid desde dentro, alejado de tópicos, permitiendo a todos

los huéspedes disfrutar de una ciudad poliédrica, completa y con miles de rincones que conocer y actividades que realizar.



VINOS CON MEDALLA

Esta Navidad regálale algunos de los mejores vinos de España por 49,95€

Porque cada trabajo tiene su Premio



Todos estos vinos gozan de una medalla en uno de los mejores concursos de vino del mundo o tienen más de 90 puntos en la valoración del crítico nº 1 del mundo en vinos Españoles, José Peñín

Gran Medalla de Oro:

Vall Sanzo 2009 (Ribera Duero)

Medalla de Oro:

Mq. Reinoso Edición Especial 2007 (Rioja)

Altrejo 2009 (Ribera Duero)

Medallas de Plata:

Jaun de Alzate Crianza (Rioja)

Haritz 2012 blanco (Rioja)

90 Puntos Peñín:

Viña Sanzo 2012 Verdejo (Rueda)



- www.vinosconmedalla.com
- info@vinosconmedalla.com
- Teléfono: (34) 669 854 354



Juan Serra

Director General de la Cadena Ayre Hoteles



Foto: Juan Serra, Director General de la Cadena Ayre Hoteles

¿Qué representa para la cadena hotelera Palladium Group una compañía como Ayre Hoteles?

La creación de la división urbana en el año 2007, significó un paso más en la estrategia de diversificación de Palladium Hotel Group, concentrada exclusivamente hasta ese momento en la hotelería vacacional.

Foto: Habitación Deluxe



¿Podría resumirnos las magnitudes que tiene Ayre Hoteles en la actualidad? (número de establecimientos, habitaciones, empleados, volumen de negocio...)

Acabamos de abrir nuestro hotel número 11 con el que sumamos en total 1.726 habitaciones en 6 ciudades españolas y contamos con un equipo en el entorno de 600 personas.

¿Cómo ha ido evolucionando la estrategia de crecimiento de Ayre Hoteles hasta el presente 2013? Considerando la coyuntura, ¿han podido lograr sus expectativas en cuanto a inversiones y aperturas?

Evidentemente, la coyuntura económica del entorno desde el año 2008, ralentizó nuestros planes de crecimiento iniciales, no obstante, hemos cubierto satisfactoriamente el primer tramo de nuestro plan estratégico que consistía en contar con hoteles en propiedad en el centro de las cuatro principales ciudades del país.

Aparte de ofrecer a sus huéspedes excelentes instalaciones en los mejores destinos nacionales, una variada y cuidada gastronomía y un servicio personalizado... ¿Cuáles son los principales rasgos diferenciadores que hacen exclusivo a un Hotel Ayre? ¿Prima algún modelo en particular?

Contamos con excelentes ubicaciones, hoteles nuevos o remodelados recientemente, pero sin duda, nuestro mayor activo está en la implicación en el proyecto de todos los miembros de nuestro equipo. Nuestra compañía no ha dejado de invertir en formación y motivación, a pesar de la compleja situación económica, y hemos desarrollado programas para que toda la organización entienda que nuestro éxito depende exclusivamente de la satisfacción de nuestros clientes y de cómo superemos sus expectativas con nuestra atención personalizada.

¿Cómo contribuye el desarrollo tecnológico (domótica, telecomunicaciones, conectividades, etc.) en el confort del usuario de un hotel de la Cadena Ayre?

Hemos sido una de las primeras cadenas en ofrecer servicio wifi premium gratuito en todos sus hoteles. En el hotel que acabamos de inaugurar, la tecnología es una prioridad, tanto en lo que concierne a los servicios al cliente, por ejemplo incorporando smart TV's de 42" en todas las habitaciones y ofreciendo gratuitamente tablets para leer la prensa a la hora del desayuno, como en lo que se refiere a la obtención de un edificio con los más altos



Foto: Sala de reuniones



Foto: Habitación Junior Suite Terrace

estándares en términos de ahorro y eficiencia energética.

En cuanto a la rehabilitación y reforma de sus establecimientos ¿qué podía decirnos?, ¿cómo se coordina el trabajo del promotor, arquitecto y decorador?

Habitualmente subcontratamos los proyectos, la dirección técnica, la construcción y el interiorismo a empresas y profesionales de máximo prestigio con los que normalmente establecemos relaciones a largo plazo, pero realizamos las labores de project management desde departamentos propios para controlar todas las partes del proceso de proyecto y construcción.

¿Podría avanzarnos alguna estrategia de su grupo para el presente ejercicio? Además de la última apertura del Only You Madrid, ¿contaremos con nuevas aperturas próximamente?

El Only You Madrid, es un ejercicio de innovación para explorar nuevos caminos en el segmento urbano, con la intención de salir de la homogeneidad que existe en el sector. A dos meses desde la apertura, estamos muy satisfechos con la respuesta de nuestros clientes, que valoran la creación de proyectos innovadores.

Por otra parte, acabamos de adquirir en Madrid un edificio que se convertirá en el hotel más próximo a la Estación de Atocha, a distancia

de caminante de las principales atracciones de la capital y que ocupará una superficie de 14.500 m².

Y por último, desde su experiencia, ¿podríamos su valoración sobre la coyuntura actual y previsión futura del sector hotelero en España?

Sin duda, la alta dependencia del sector urbano de la demanda nacional, augura que todavía nos queda un tiempo de dificultades, pero desde Ayre Hoteles estamos convencidos que los proyectos innovadores que busquen segmentos inexplorados, como es el caso del Only You Hotel & Lounge, lograrán la recuperación con mucha mayor rapidez.



Sabemos que **no siempre tienes tiempo** para hacer todo lo que quieres hacer. Por eso **te lo ponemos más fácil**. Hostelpro está allí donde tú estás, porque **tienes todos los números en la red**.

visita **www.revistahostelpro.com**



Foto: Maxima Amenities

Amenities

La importancia de una buena acogida

Los productos de bienvenida están considerados como artículos indispensables, ofrecen al huésped una estancia superior y están presentes en casi todos los establecimientos hoteleros. A pesar de la situación actual, los amenities siguen teniendo un fuerte peso para los hoteleros, que no dudan en seguir apostando por cuidar la imagen del hotel con estos clásicos detalles de bienvenida. En consecuencia, los fabricantes no dudan en innovar para incrementar el poder de atracción de estos pequeños productos.

Entrar en el baño de nuestra habitación de hotel y encontrarnos champú, gel y una pastilla de jabón, se ha convertido en un acontecimiento de lo más habitual. Sin embargo, en

la época que vivimos, donde existen grandes reducciones de costes, los hoteleros agudizan el ingenio para poder seguir ofreciendo a sus clientes la misma calidad. Para ello, se menguará

la cantidad, incrementando otro valor importante como puede ser el diseño.

En este sentido, los productos de acogida o bienvenida, conocidos como amenities, se busca que sean prácticos y polivalentes, cubriendo las principales necesidades del huésped, con menor cantidad, pero, al mismo tiempo, que se perciba mayormente la calidad.

Estos artículos forman parte de la imagen de un hotel, y funcionan como una herramienta para transferir al cliente la identidad y los valores del mismo. Por esa razón, estos productos de cortesía que ofrecen los hoteles, compiten entre sí para conquistar y fidelizar a los clientes más exigentes.

Debido a la importancia de contar con ellos en los establecimientos hoteleros, gran cantidad de empresas, en todo el mundo, se dedican a la confección y

“Los amenities son, por defecto, el detalle, la imagen de la categoría del establecimiento...”

distribución de ellos, que van desde las clásicas mini botellas, hasta cepillos de dientes, pasando por cerillas o incluso zapatillas.

Los amenities se suelen seleccionar dependiendo de la estancia donde se vayan a ubicar, dentro de la habitación o del baño.

El kit básico de dormitorio se compone habitualmente de la libreta con el logotipo del hotel, acompañado con su correspondiente bolígrafo. Según aumenta la categoría del hotel, se suelen añadir otros artículos a medida, calzador, costurero... e incluso, en los hoteles más lujosos, pueden encontrarse elegantes bolsas para llevar las compras.

Por otro lado, en el baño, los amenities preferentes son los productos para la higiene personal: gel, champú, jabón... mayoritariamente por los envases que los contienen, que tienen muy en cuenta el diseño. El principal objetivo de los establecimientos hoteleros es que cada cliente se encuentre como en casa, gracias a estos pequeños detalles se consigue.

Para diferenciarse del resto de los establecimientos, los hoteles han ido incorporando distintos amenities menos frecuentes en los lotes de bienvenida.

Otro aspecto a tener en cuenta es la categoría de la habitación, ya que en las suites el surtido es aún mayor que en las habitaciones estándar

Los productos

En España, los hoteles siguen apostando por dar a sus huéspedes un servicio impecable pese a la crisis y la bajada de precios por pernoctación. “Sin duda, la calidad y la innovación de diseño son los apartados más valorados por nuestros clientes. Los directores del hotel y, sobre todo las gobernantas, intentan que el cliente se sienta como en su propia casa aportando a sus baños siempre un toque



Foto: Indamenities

de distinción”, explica César Vicedo, Gerente de Máxima Amenities.

Los amenities son, por defecto, el detalle, la imagen de la categoría del establecimiento. “Seguramente nos encontramos delante del producto con más valor añadido, siendo su valor económico la más pequeña de sus cualidades”, describe Ana Ventura, Departamento de Diseño y Marketing de InterService Amenities. Con la misma idea, desde el punto de vista de May Anzar, Jefa de Ventas de Ada Cosmetics, señala que “es imprescindible que el cliente sepa la procedencia de la cosmética así como los componentes que la integran... De ahí, que cada vez tengan más fuerza aquellos productos avalados por alguna certificación como Ecolabel, Ecocert, Bio, Fair Trade, etc. Le seguiría el diseño,

porque el amenities ha de ser atractivo, ha de llamar la atención, destacar en el baño y, por último, el surtido que ha de ser adecuado a la categoría del hotel”.

Por otro lado, en los últimos años han aparecido en el mercado “nuevos importadores y comercializadores de este tipo de productos, lo que ha hecho que la oferta sea muy variada, por lo que, actualmente, los clientes disponen de un amplio abanico de productos con diferentes calidades y diseños”, comenta Emilio Peleteiro, Director Comercial de Hotel Quality Equipment. Por el contrario, motivos económicos y cambios en los hábitos del cliente, hacen que el surtido se haya reducido, por ejemplo “hasta hace unos años las cerillas eran un producto obligatorio en la habitación, en la actualidad, con la normativa del tabaco,

Foto: Lande





Foto: Garcia de Pou

tienden a desaparecer. La calidad ha subido, se ponen menos productos pero de mejor calidad. El diseño se convierte en prioritario, la búsqueda de formatos y productos novedosos y originales dan un valor añadido a los amenities", argumenta Rodolfo Muñiz, Comercial de Emicela.

Sin embargo, Ángel López, Responsable de Hosteltis, indica que "la mayoría de los directores de hotel preguntarán y se fijarán en el coste. Pero si prescindimos de renombradas marcas podremos presentar a un muy bajo coste, un completo kit de productos de calidad que cubrirán suficientemente las necesidades de higiene más básicas de un huésped, que en la mayoría de los casos no le preocupará tanto la calidad o el diseño del producto, pero si se sentirá incómodo, por ejemplo, sin cepillo de dientes y su pasta".

Todos los fabricantes coinciden en que los amenities son un servicio esencial de un hotel, donde se valora el surtido, calidad y diseño, sin embargo, según analiza Laura Viscasillas, Gerente de Belart, "el problema reside en que esa no es la misma percepción que transmiten los propios hoteleros, más interesados en reducir precios, tamaños y referencias". Continuando con esta idea, Fernando J. R. Valladares, CEO, Director de Idamenities Group, puntualiza que "podemos asegurar que la calidad no es la prioridad más importante de los empresarios hoteleros españoles", así pues, desde su punto de vista, "tampoco ha sido una prioridad en tiempos en el que la economía era boyante. Percibimos

un serio déficit de sensibilidad por parte de los hoteleros en relación con la calidad y el gusto por el diseño; la única y primera prioridad en muchos casos es adquirir el producto más económico sin que la calidad y el diseño revista demasiada importancia".

Nuevas líneas de negocio

La crisis ha afectado al sector de la hostelería en España, esto ha contagiado, y mucho, a la partida de los productos de acogida de los distintos establecimientos. "Al ser un gasto fijo por habitación y ser 'prescindible', ha sido de las primeras partidas en las que el hotelero ha buscado una reducción de costes. La cantidad, variedad y calidad del producto personalizado con la imagen del hotel se

"Al ser un gasto fijo por habitación y ser 'prescindible', ha sido de las primeras partidas en las que el hotelero ha buscado una reducción de costes..."

ha visto mermada en favor del producto estándar (gama blanca), prácticos y predominando la calidad por encima de la cantidad de artículos. En los tiempos actuales de reducción de costes se busca cubrir todas las necesidades con menor cantidad de productos", expone Rodolfo Muñiz, de Emicela.

Del mismo modo, estos productos hace años que se encuentran abonados a la tendencia low- cost. En este sentido, "low cost" no se ha de interpretar como mala calidad...hay mecanismo para abaratar costes sin perjudicar el contenido. Por ejemplo, reducir el número de amenities, poner sólo lo esencial, lo básico (gel, champú, body lotion y jabón)... 'less means better'si un cliente encuentra un producto que le satisface estará encantado y no echará de menos una cesta llena de artículos que no va a utilizar", menciona May Anzar, de Ada Cosmetics.

Sin embargo, desde Belart, indican de esta tendencia que "más barato ya no se puede vender. Más bien se corre el riesgo de acabar desprestigiando el producto/servicio, y que el cliente del

Foto: Maxima Amenities



hotel acabe por no tocar nada de los amenities porque con el set de afeitado o me corto o no afeita nada, después de usar el cepillo me como las púas, o el gel de baño pica o me deja la piel peor de lo que estaba. Como usuario, espero el momento de llegar a la habitación del hotel, para después de una jornada de turismo o de trabajo, fuera de casa, relajarme en el baño y darme un merecido homenaje. Ilusión, que se desinfla cuando veo que apenas hay productos de higiene o algunos de dudosa calidad”.

Es por esa razón que “muchos establecimientos han apostado por mantener el producto de calidad a costa de reducir la cantidad y la variedad de amenities. En cambio en otros muchos casos se ha optado por buscar productos y proveedores más económicos e incluso en retirarlos”, precisa Ángel López, de Hotel Quality Equipment.

Con este cambio de mentalidad, a la hora de ofrecer este tipo de productos, también han surgido nuevas maneras de



Foto: Emicela

comercializarlo, convirtiéndose en una vía de futuro la venta a través de tiendas virtuales. “De hecho, es un canal clave para llegar al pequeño establecimiento, rural, boutique,...y que tiene muy claras sus prioridades. Este target tiene un crecimiento exponencial en el

e-commerce, por su tamaño, convicción y comodidad”, analiza Ana Ventura, de InterService Amenities. Por consiguiente, desde Emicela, comentan que “coincidiendo con el lanzamiento de las nuevas líneas, la página web de Emicela será mucho más dinámica facilitando

MISSONI

a way of life



LÍNEA DE HOTEL EXCLUSIVA

ALTERNATIVAS A LO TRADICIONAL, NUEVAS VÍAS DE NEGOCIO

De un tiempo a esta parte, la carrera por conseguir fidelizar clientes, ha hecho a los hoteleros buscar maneras originales de ganarse su confianza. En consecuencia, los amenities o productos de acogida en la habitación se han visto inmersos en esta competencia. Dependiendo de la categoría del servicio que ofrecen, se busca siempre dar algo más, como el caso de los amenities especiales para mujeres ejecutivas, donde además del tradicional costurero que estamos acostumbrados a encontrar, incluyen un quitaesmalte, toallas femeninas y algunos otros detalles necesarios para la mujer. Lo cierto es que estos productos se han convertido en todo una competencia en el medio.

Para conseguir un buen negocio, siempre hay que conseguir el equilibrio que busca el cliente del hotel durante su estancia: sentirse como en casa mientras tiene una experiencia especial.

Por ello, las diferentes empresas fabricantes están intentando poner en valor la calidad, reducir plazos de fabricación y pedidos mínimos de menos unidades (todo ello dentro de unos precios muy competitivos) a través de productos de fabricación europea (preferentemente españoles) cuando la tendencia es el producto asiático. Pero lo más importante para poder ofrecer todas estas prestaciones es conocer muy bien el mercado y el sector, sabiendo detectar y afrontar cualquier necesidad, actuando de manera rápida y energéticamente, cuando las cosas cambian de manera brusca, como ha sucedido en esta época.

Sobre todo, los especialistas en cosmética y fabricantes de productos para este menester deben responder a la demanda de amenities, aparte de con elementos de alta calidad, con productos que respondan a las variadas problemáticas de nuestro tiempo, como por ejemplo las alergias que tienen las personas. Así pues, las precauciones que cada huésped toma en su propia casa con productos adecuados contra este riesgo, deben ser fácilmente usados por los hoteles donde se hospedan.

Como cualquier negocio, se trata de buscar productos nuevos con diseños exclusivos y explorar nuevos nichos de mercado. El huésped busca una experiencia única durante su estancia y estos productos de bienvenida pueden responder a este objetivo. Infusión para el baño, productos de Spa como exfoliante o aceite de masaje, bruma de almohada, son algunos de los productos que se ubican en las distintas plazas hoteleras para que la estancia sea una experiencia única.

Sin embargo, los fabricantes son conscientes que con la situación económica actual, muchos proveedores o prescriptores no inviertan en lanzar al mercado nuevas líneas de productos o incluso algunos de ellos llegan a desaparecer.

servicio”, detalla César Vicedo, de Máxima Amenities.

Por el contrario, Laura Viscasillas, de Belart, opina que “los que apostamos por una calidad y trato personalizados, para conocer mejor la idiosincrasia de cada cliente, no podemos negar las tiendas virtuales, pero tampoco son nuestro objetivo”. “Pensamos que este tipo de productos son más de oler y tocar por lo que creemos que en nuestro caso, y por nuestra filosofía de trabajo, la tienda online no nos encajaba, lo que sí ofrecemos a nuestros clientes, una vez que lo hemos fidelizado, es el acceso a una potente intranet en la cual pueden realizar sus pedidos directamente ellos mismos”, concluye Emilio Peleteiro, de Hotel Quality Equipment.

Elección e importación

A simple vista, parece que, tanto a la hora de elegir el tipo de pack de bienvenida, como de disponer de distintos tipos de productos de acogida, tenga que ver, en esta elección, el tipo de hotel en el que se ubicaran y su categoría. “Naturalmente, a más estrellas, la exigencia y expectativas del cliente con los amenities son mucho mayores”, manifiesta Laura Viscasillas (Belart). Con una opinión parecida, Rodolfo Muñoz (Emicela), menciona que esto debería tenerse en cuenta “ya que es uno de los detalles que el cliente del establecimiento hotelero valora; la realidad, dada la actual situación económica, es que no siempre se cumple”.

Foto: Grup Unicamp

al cliente, tanto la elección como la compra de los amenities”. Se trata de un sistema de venta muy de moda, que se va mejorando poco a poco “disponemos ya de un “web shop” y ahora estamos trabajando en un nuevo portal de internet “sales forces, sales cloud” desde donde se podrán hacer los pedidos directamente por internet”, concreta May Anzar, de Ada Cosmetics.

Sin embargo, la utilización de este tipo de portales genera ciertos problemas a muchas empresas, como por ejemplo “los precios, tienen que exponerlos de cara al público y la mayoría de ellos al no ser fabricantes no pueden ser competitivos ni en precios ni en tiempo de



Sin embargo, en este punto existen disparidad de opiniones, “hay quien dice que los 5* deberían de tener 8/9 artículos; y a partir de aquí ir reduciendo el número... Sinceramente, pienso que cada establecimiento ha de hacer lo que crea más oportuno, pero sin olvidar siempre la calidad del producto cosmético, sobre todo, ya que es el consumible.... A veces, elegir una marca cosmética y poner sólo los 5 productos básicos (gel, champú, acondicionador, body lotion y jabón) es garantía total de éxito...”, argumenta May Anzar (Ada Cosmetics). En ese aspecto, la elección de los amenities a tener en el establecimiento hotelero “está en función de la importancia que la propiedad le dé al detalle. Hay establecimientos pequeños y sin estrellas que cuidan muchísimo al huésped, ofreciéndole amenities de alta gama. Es una opción personal que va directamente relacionada con la imagen que se quiere transmitir al cliente”, comenta Ana Ventura, de InterService Amenities.

En la actualidad, “puedes encontrar en el mercado hoteles de una estrella que ofrecen una variedad y calidad de amenities similar o superior a la de un hotel de cinco estrellas. En mi opinión, esa relación viene marcada más que por las estrellas, por el precio que se va a pagar por la habitación”, expone Emilio Peleteiro (Hotel Quality Equipment). Con la misma idea, Ángel López, de Hosteltis, precisa que “los establecimientos hoteleros de alta categoría no necesariamente ofrecen más y mejores productos en el cuarto de baño, y sobre todo si hablamos de hoteles costeros y vacacionales, pero, personalmente, no nos preocupa ya que nosotros por nuestro tipo de empresa y tamaño de la misma, nos adaptamos mejor al tipo de establecimientos de categoría medio-baja”.

Pero muchos fabricantes opinan que “la diferenciación no se produce en las estrellas que pueda tener un hotel, ésta se produce básicamente en el órgano de decisión de cada establecimiento, y varía en función del sentido de la calidad, de la imagen y del grado de atención que le quieran ofrecer a sus clientes. Estas variables, hacen que un producto de acogida, sea de cero estrellas o de siete estrellas”, describe Fernando J. R. Valladares, de Idamenities.



Foto: Vincci Hoteles

El sector de los amenities, es un negocio seguro, ya que se encuentran en casi todos los hoteles, en mayor o menor medida, como hemos podido comprobar. Por esa razón, están apareciendo nuevas maneras de conseguirlos, como pueden ser las importaciones, algunas de ellas de dudosa procedencia. “Las importaciones que aporten valor añadido, por calidad, diseño, innovación,....bienvenidas sean. Importaciones masivas de productos de dudosa calidad, son una gran lacra”, indica Laura Viscasillas (Belart). La inclusión de las importaciones para este sector “ha favorecido la entrada en el sector de productos y empresas de muy baja calidad, penalizando al fabricante español”, explican desde Emicela.

La crisis ha favorecido el aumento de ventas de este tipo de productos de importación, pero “tienen fecha de caducidad, más pronto que tarde la gran mayoría de este tipo de productos asiáticos de baja calidad y que no pasan ningún tipo de control acabaran por desaparecer del mercado”, analizan desde Hotel Quality Equipment. Esto se deberá a que la “calidad ha de ser lo prioritario en cosmética, porque se trata de un producto que se consume directamente por la piel, por lo que su procedencia ha de ser clara y sobre todo segura.... Desde el continente asiático los controles de calidad y producción, no se hacen igual que en Europa.... La procedencia de la materia prima (cultivos orgánicos,

Foto: Belart Amenities



el ahorro y la eficiencia
nuestra meta



Actitud Azul

*es ofrecer soluciones personalizadas
de ahorro y eficiencia*

*Gracias a una amplia gama de productos y servicios
que fomentan el ahorro y la sostenibilidad.*

*Siempre, con la garantía de Endesa y el asesoramiento
personalizado de nuestra red de gestores.*

Con Endesa, su empresa es más.

Servicio de Atención a Empresas
902 50 99 50
www.endesaonline.com/empresas



luz · gas · personas



Fotos: Tryp Hoteles

por ejemplo) ha de estar garantizada... La producción en los laboratorios ha de seguir un protocolo de actuación que lleva su tiempo, que no es corto, y la procedencia asiática no lo garantiza”, explica May Anzar (ADA Cosmetics).

Sin embargo, no todo es tan catastrofista. “Es como todo en la vida, siempre hay y habrá empresas que cumplen las normativas al respecto y otras que no, pero nadie se plantea cuando adquiere su reluciente nuevo iPhone o iPad, que dichos productos también se importan de Asia. Los productos importados de Asia pueden tener la misma calidad que cualquier producto hecho en España, Francia o Alemania, la cuestión es que los importadores deberían ser profesionales y cumplir con las reglas del juego, cosa que no ocurre siempre”, argumenta Fernando J. R. Valladares (Idamenities).

En este sentido, esta falta de control se convierte en “una leyenda urbana. Las empresas que importamos productos, que en estos momentos somos todas las del sector, pasamos controles de sanidad, siendo analizados por reconocidos laboratorios tanto en origen, como al entrar en nuestro país, pues cumplimos con todas las disposiciones que marca la ley (MSDS, product safety report, toxicological information, análisis microbiológico y de PH, etc.). Estamos en el siglo XXI, es la era de la globalización y del libre comercio, por tanto, es una falta de ética o de desconocimiento, alimentar esta falsa teoría, seguramente sufragada por los intereses de algunos pocos”, finaliza Ana Ventura (InterService).

Huella en el medioambiente

El respeto al medio ambiente está dejando de ser un argumento comercial para ser una cuestión irrenunciable. En este sentido, todos los fabricantes de estos productos, lo tienen muy en cuenta a la hora de fabricar estos artículos. “Nuestros clientes cada vez nos demandan más productos que respeten al medio ambiente. Estamos desarrollando un plástico hidrosoluble para que los sobres de gel y champú, al estar en contacto con el agua, se disuelva el envase plástico, este proceso nos permitirá aumentar nuestras ventas sin lugar a duda, ya que los clientes apuestan muy fuerte por este tipo de alternativas medioambientales”, aclara César Vicedo, de Máxima Amenities. “El respeto por el medioambiente es una prioridad para Emicela; nuestros departamentos de compras y calidad, se esmeran en buscar materiales y procesos productivos cada vez menos agresivos para nuestro entorno”, comenta Rodolfo Muñiz, de Emicela. Del mismo modo, “la

forma de producir de Ada ha sido, desde sus orígenes, totalmente respetuosa con el medioambiente. Disponemos de un amplio sentido de la sostenibilidad y respeto por el medioambiente. Cabe destacar, que fuimos la primera empresa en desarrollar el sistema de dosificador y en lanzar una cosmética hotelera con certificación ecológica”, expresa May Anzar, de Ada Cosmetics.

Por ello, según explica Emilio Peleteiro (Hotel Quality Equipment), “todos aquellos hoteles que muestran una actitud más responsable con el medio ambiente acaban mejorando su imagen de marca. Desde hace varios años disponemos en nuestros catálogo de una amplia gama de productos naturales, jabones 100% vegetales y biodegradables que están fabricados con ingredientes de origen vegetal o mineral”.

Así pues, “el respeto al medioambiente tiene un lugar privilegiado en nuestra empresa, pero también lo tiene el respeto al bienestar de nuestros clientes, ya que siempre que podemos no dudamos en eliminar los colorantes artificiales, los parabenos y demás ingredientes poco seguros para el ser humano, pero seamos claros, el sector los sigue utilizando masivamente para reducir los costes y maximizar los beneficios a costa de la salud de sus clientes”, describe Fernando J. R. Valladares (Idamenities), que continúa indicando que “desde hace más de cinco años que no imprimimos nuestros catálogos en papel, ya que este procedimiento es un claro menosprecio al medioambiente, y más teniendo en cuenta que hoy en día se pueden imprimir fácilmente en formato PDF y evitar de esta forma un daño innecesario al medioambiente”.

Fotos: Grup Unicamp





Pilar Pereda
Secretaria General del Colegio Oficial
de Arquitectos de Madrid (COAM)



«El Plan PIMA Sol, es un plan de Impulso al Medio Ambiente... para la rehabilitación energética de las instalaciones hoteleras españolas»

El pasado 2 de agosto, el consejo de Ministros aprobó el Real Decreto 635/2013 por el que se desarrolla el Plan de Impulso al Medio Ambiente PIMA Sol, lanzado conjuntamente entre el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente y el Ministerio de Industria, Energía y Turismo. Esta iniciativa se suma al Plan de Impulso al Medio Ambiente - PIMA Aire, aprobado en Consejo de Ministros el pasado febrero. Con estos dos Planes se apuesta por un nuevo modelo de lucha contra el cambio climático y refuerza su objetivo de avanzar en la protección del medio ambiente e impulsar la actividad económica y el empleo.

El Plan PIMA Sol, Plan de Impulso al Medio Ambiente, es una iniciativa destinada a la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) del sector turístico español. En concreto, promueve la reducción de las emisiones directas de GEI en las instalaciones hoteleras conseguida mediante la rehabilitación energética de éstas.

Para ello, el MAGRAMA, Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, invertirá 5,21 millones de euros en el Plan PIMA Sol para la compra de las reducciones de emisiones de CO₂ que se produzcan en los hoteles mediante los proyectos

de renovación. Por su parte, los hoteles, deberán verificar las emisiones de CO₂ que se han evitado gracias a la reforma realizada con este objetivo, esta verificación correrá a cargo del MAGRAMA.

Del mismo modo, este plan pretende ser un impulso para la renovación de las infraestructuras hoteleras, dirigiéndolas hacia una reducción significativa de las emisiones de CO₂ en este sector, pero también de otros contaminantes como el óxido de nitrógeno (NOx). Las medidas de renovación que se lleven a cabo, supondrán la creación de unos 8.000 empleos, además del mantenimiento de trabajo de autónomos, Pymes y de empresas energéticas y de construcción.

Los beneficiarios del Plan, serán los hoteles españoles con proyectos de rehabilitación energética que cumplan las condiciones mínimas establecidas (pymes, empresas o cadenas hoteleras). Entre las medidas incluidas en el Plan se encuentran las de mejora en el aislamiento de fachadas, cubiertas y ventanas que impliquen una disminución de emisiones, así como las relativas a la renovación de los sistemas de monitorización y gestión de los servicios de los establecimientos. Por otro lado, se incluyen medidas de generación de energía renovable para autoconsumo para agua caliente sanitaria y climatización, y otras mejoras de gestión del agua y de los residuos.

Las medidas de renovación incluidas en el Plan supondrán la creación de unos 8.000 empleos, además del mantenimiento de puestos de trabajo de autónomos, PYMES y de empresas energéticas y de construcción

Foto: Hotel ME Madrid



Por su parte el Colegio Oficial de Arquitectos de Madrid (COAM), quiere aportar su granito de arena y anuncia el proyecto Madrid Renove para diseñar un hotel de consumo de energía casi nulo que sirva de modelo para la rehabilitación energética de estas instalaciones. En la jornada de presentación de este Plan en el COAM, la Secretario del Colegio de Arquitectos, Pilar Pereda, anunció la intención del COAM de organizar, desde la plataforma Madrid Think Thank, un proyecto piloto, similar a la iniciativa Madrid Renove para viviendas, que permita diseñar un hotel de consumo de energía casi nulo que sirva de modelo para la rehabilitación energética de hoteles.

En relación a esto, Pilar Pereda, nos responde a unas preguntas a continuación:

Suponiendo que estas ayudas son un incentivo para el sector de la construcción y hostelería, ¿qué opina de la iniciativa del Gobierno con el Plan PIMA Sol? ¿Considera que las ayudas llegan en el momento oportuno?

Después de Noticias como la de Mayo de 2012 en la que el secretario de Estado de Medio Ambiente, comunicaba que el estado español se había gastado 770 millones de euros en comprar derechos de emisión de CO₂ durante los últimos años y se era el segundo país, tras Japón, que más derechos de emisión de dióxido de carbono había comprado debido al alto consumo energético de su transporte, ciudadanos y hogares. De nuevo en octubre de 2012 España pagó 40 millones de euros a Polonia por emisión de CO₂.

Ya entonces el secretario de Estado proponía dar un giro, y en vez de tener que comprar derechos de emisiones, invertir en aquellos proyectos que fomentan la eficiencia energética y la reducción de emisiones.

Este es el marco que da lugar a esta iniciativa del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente que encaja perfectamente con la necesidad de invertir en reducir las emisiones de CO₂ en nuestro país, el dinero de la compra de emisiones a países terceros.

Por otra parte está claro que en el momento actual de crisis cualquier ayuda es bienvenida, pero no sólo es una ayuda económica directa, ya que además conlleva una reducción en las facturas energéticas en una cantidad más o menos elevada según



Foto: Hotel Mercure Santo Domingo

las mejoras realizadas que se prolonga en el tiempo de vida del establecimiento.

¿En qué consiste el Plan PIMA Sol? ¿Cómo canaliza el Gobierno estas ayudas?, ¿Quiénes son los principales beneficiarios?

Se trata de la compra del ahorro de emisiones de CO₂, suponiendo el ahorro correspondiente a 15 años y abonando a razón de 7 €/Tonelada de CO₂.

El Plan PIMA Sol, es un plan de Impulso al Medio Ambiente en el sector hotelero, aprobado por el Real Decreto 635/2013, de 2 de agosto, para la rehabilitación energética de las instalaciones hoteleras españolas.

Actualmente, se estima que el 80 % de la planta hotelera tiene más de veinte años, por lo que se considera un momento oportuno para estimular su rehabilitación, incluyendo como aspecto fundamental la mejora de su eficiencia energética y la reducción de sus emisiones de gases de efecto invernadero, lo que permitirá avanzar en el cumplimiento de los compromisos que tiene el Estado español en esta materia y progresar hacia una economía baja en carbono.

Para ser objeto de adquisición, los créditos futuros de carbono deberán provenir de reducciones de emisiones directas de CO₂ que no vengan exigidas por la normativa y cuya calificación energética debe alcanzar



Foto: Hotel de las Letras



Foto: Hotel de las Letras

la letra B o una mejora mínima de dos letras entre la certificación inicial anterior al proyecto y final.

A los solos efectos de este real decreto, un crédito de carbono equivale a la reducción de una tonelada métrica de CO₂.

El COAM, por su parte, ha convocado el concurso Madrid RENOVE Hoteles, ¿podría resumirnos quiénes pueden presentarse y cuáles son las pautas a seguir?

El reto Madrid RENOVE Hoteles, sigue la línea del ya en marcha Madrid RENOVE Rio, este destinado al sector residencial. Ambos retos forman parte del denominado Madrid Think Tank del COAM.

Foto: Hotel ME Madrid



Su finalidad es conseguir llegar a la rehabilitación integral de consumo de energía casi nulo. Se pueden presentar todos los hoteles de la Comunidad Autónoma de Madrid de capacidad superior a 50 habitaciones y que estén dispuestos a emprender una rehabilitación energética integral que les lleve a conseguir un importante ahorro de energía en el entorno del 70%.

Lo primero que se organiza es un concurso para que los hoteles presenten sus candidaturas, una vez analizadas por el jurado, siempre en base a llevar a cabo una rehabilitación integral con el máximo ahorro posible de energía, se elegirá uno o dos hoteles en los que se llevará a cabo la rehabilitación.

A continuación tendrá lugar un concurso para determinar la mejor solución adaptada al caso concreto y a partir de ahí se comenzará la rehabilitación. La ventaja para estos hoteles será que además de gestionarles todas las subvenciones posibles, los patrocinadores aportarán financiación propia lo que disminuirá el coste de la rehabilitación.

¿Cómo se puede rehabilitar un edificio hotelero para que produzca menos CO₂? Y, ¿para conseguir un consumo cero?

En primer lugar, el ahorro parte de un buen tratamiento de la envolvente del edificio, incorporando aislamiento exterior, protecciones solares, carpinterías y vidrios apropiados, incorporando también energías renovables y equipos de climatización y

de alumbrado eficientes, y con todo ello el consumo de energía caerá en picado, con el consiguiente ahorro de costes en las facturas energéticas, además de la reducción de emisiones de CO₂.

La arquitectura en sí misma puede facilitar un ahorro importante de energía, que puede venir de la mano de un simple sombreado adecuado en determinadas fachadas, dependiendo de su orientación, el objetivo es que la envolvente del edificio nos proteja del frío y del calor, a la vez que deja pasar la luz natural que, además de sus beneficios para la salud, supone un excelente ahorro de energía.

A partir de esa base el siguiente paso es incorporar energías renovables, mejorar la eficiencia de los sistemas de iluminación y de climatización. Además, en el sector hotelero resulta fundamental la gestión domótica para que todo entre en funcionamiento cuando realmente se necesita.

¿Qué pretende el COAM, implicándose en la rehabilitación integral de un establecimiento hotelero? ¿Se extrapolarán estas iniciativas a otras tipologías edificatorias?

El COAM pretende demostrar a los ciudadanos y en este caso al sector hotelero que llegar a la rehabilitación integral de consumo de energía casi nulo es posible, y para ello es necesario realizar algunos proyectos pilotos, que luego a través de sus facturas de antes y después y de la monitorización, permitan verificar el ahorro conseguido.

La iniciativa, como ya se ha dicho, sigue la línea del ya en marcha Madrid RENOVE Rio, este destinado al sector residencial. Pero están en marcha algunos otros retos como el Madrid RENOVE + tu Municipio.

¿Qué estrategias se va a seguir a cabo para asesorar a los hoteleros?

El deseo del COAM es ayudar a los hoteleros y a los ciudadanos a comprender que la rehabilitación es posible, que el retorno de su inversión es razonable y asumible. Para ello hemos creado un foro on-line con el que pretendemos dar respuesta a todas las preguntas que se susciten a propósito de la rehabilitación. Querríamos llegar a crear una auténtica oficina de rehabilitación on-line con apoyo presencial en el propio COAM.



Tras más de 10 años como Innova, TESA vuelve a ser la marca bajo la que operará la división de cerraduras para hotel.

A partir de ahora las soluciones de cierre y el control de accesos para hotel se integran en la marca TESA, que ya trabaja desarrollando los sistemas del futuro.

Porque lo natural es evolucionar



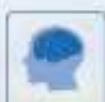
Competitividad



Diseño



Innovación



Know-how

Talleres de Escorialaza S.A.U.
Barrio Ventas, 35
20305 Irún / España
Tel.: 943 669 100
moreinfo@tesa.es
www.tesa.es

ASSA ABLOY,
The global leader in door opening solutions



TESA

ASSA ABLOY



Foto: Karcher

Limpieza Industrial

Una apuesta por el medioambiente

El sector de la limpieza hotelera se encuentra en constante cambio; es dinámico, muy inquieto y se ve forzado a incorporar nuevas tecnologías, métodos y productos para adaptarse a las nuevas necesidades. Hasta hace poco, la limpieza era considerada como un trabajo sencillo y con poca valoración, sin embargo, poco a poco surgen nuevas especialidades que hacen que se necesite tener más conocimientos técnico, más investigación y nuevas formas de abordar esta actividad...

La limpieza y desinfección de útiles y superficies es fundamental tanto en hostelería como en restauración, de esta manera se puede evitar un posible contagio, especialmente en determinadas áreas y sectores, como son la industria

alimentaria, los centros sanitarios, los laboratorios, las cocinas o los baños.

Para conseguirlo, es necesaria la realización de una serie de procesos y actividades, donde no es precisamente

sencillo cumplir con los máximos estándares de limpieza. Para ello, los fabricantes de productos químicos ofrecen una amplia gama de productos que favorecen la eliminación de virus, hongos, algas o bacterias. Dentro de esta gran variedad hay que distinguir los específicos para la industria alimentaria, que cuentan con el Registro HA, aunque también existen específicos del sector sanitario, para aseos, vestuarios...

Para los establecimientos hoteleros es necesario, tanto por su reputación como por su imagen de cara a los clientes, una limpieza y desinfección total, por no hablar de la estricta normativa sanitaria y manuales de buenas prácticas, de obligado cumplimiento, cuyas directrices garantizan la máxima limpieza del establecimiento.

Por eso, es fundamental la implicación de todos los trabajadores, que deberán

“...la implantación de sistemas de limpieza que agilicen el tiempo empleado, la reducción de costes y la ausencia de accidentes laborales...”

seguir una serie de protocolos, tanto de higiene personal como de limpieza de la maquinaria, utensilios, así como del mantenimiento de su zona de trabajo. Dependiendo de la zona que requiera la limpieza, es necesario contar con una planificación; aparte de la cocina y de sus utensilios, es necesario tener en cuenta la limpieza del mobiliario, suelos, etc.

A la hora de utilizar los distintos productos de limpieza, es necesario que en la manipulación se sigan las instrucciones y consejos de uso, así se podrán conocer sus riesgos asociados. Toda esta información se indica en la etiqueta del producto, datos que se encuentran ampliados en la ficha de datos de seguridad (FDS), que tiene que estar a disposición del usuario, ya que permite establecer unos procedimientos de trabajo seguros, así como tomar medidas para controlar y reducir los riesgos.

Procesos de innovación

Actualmente, la situación del mercado invita a pensar en un cambio de las estrategias que se deben seguir, así se podrá garantizar que las empresas tengan un largo crecimiento en el futuro. En este cambio, “la innovación juega un papel crucial, el consumidor ha virado sus costumbres y evoluciona mucho más rápido que hace unos años. Hay que saber adaptarse a la demanda de los hoteles”, analiza José Tortosa, Gerente de Disarp.

En el ámbito de la limpieza se está perfeccionando “en la implantación de sistemas de limpieza que agilicen el tiempo empleado en ello, la reducción de costes y la ausencia de accidentes laborales. Se está implantando sistemas de limpieza de mopa plana, junto con sistemas de concentrados de productos químicos y el uso de maquinaria de limpieza”, explica Marc Cerón, Vicepresidente Grupo Dino. Anteriormente, el sector hotelero “se



Foto: Barceló

aprovisionaba, ahora sólo demandan lo justo, para ello hay que crear nuevos perfiles de productos. Este cambio de ‘escucha activa’ hacia el cliente (hotel) es el que nos hace estar con los productos demandados por el mercado y hacer más fácil la vida al usuario final del producto y a reducir a su vez los costes para su uso”, detalla José Tortosa.

En este sentido, se está mejorando sobre todo, “en el asesoramiento por parte de fabricantes y distribuidores, en la racionalización de los productos de limpieza, acercando con mejoras técnicas y económicas los productos con certificados ecológicos o con un menor impacto medioambiental”, afirman desde Laboratorios Bilper Group. Por ello, para

dar un mejor servicio al sector hotelero, “se fabrican nuevos productos químicos de la mejor calidad y menos agresivos, tanto para el medio ambiente como para los profesionales de la limpieza que tienen que utilizarlos”, describe Antonio Bartual, Director Comercial de Eurosanex. Así pues, continúa indicando que “este año hemos mejorado, pensando en este sector, nuestra gama de material textil, con productos de microfibra de la mejor calidad”.

Por otro lado, desde Hita res ponen especial atención en “mejorar los productos específicos, como los limpiadores-desinfectantes o los desincrustantes. En el primer caso trabajamos para obtener productos que ofrezcan al usuario un



Foto: Meliá



Foto: Kärcher

plus en modo de desinfección, además del bienestar que genera una buena limpieza. En el segundo, la lucha contra los efectos de la cal en el agua es uno de nuestros caballos de batalla”, define Xavier Caballero, Director Comercial de Hitares. Es por esta razón, que intentan que “las materias primas sean contundentes contra la suciedad pero no agresivas contra el profesional. Y también trabajamos en la mejora de nuestros envases para que sean completamente ergonómicos, y evitar así lesiones por exceso de peso o malas posturas”.

Aparte de los productos de limpieza, en este sector tiene especial importancia la maquinaria de limpieza. En consecuencia, Rafael López, Responsable Grandes Cuentas Unidad de Negocio Profesional de Kärcher, indica que han “diseñado unos equipos ECO, mucho más silenciosos y con unas necesidades energéticas que reducen el consumo hasta en un 40%. De esta forma, la gama de aspiradores ECO, no sólo minimizan el impacto acústico tan molesto para el cliente, sino que además ahorra costes fijos”. Del mismo modo, Natalia Martín, Directora de Marketing Iberia de Nilfisk explica que han “desarrollado para la limpieza de las diferentes áreas de los hoteles, una máquina compacta, de alto poder de limpieza muy fácil de usar. Este año hemos lanzado la SC 351: una fregadora muy compacta que es capaz de

fregar debajo de las mesas de un comedor, debajo de una escalera o recoger una fuga de agua en sólo algunos segundos”.

Por último, no hay que olvidar la presencia de equipos de limpieza “en seco” de moqueta. “Estos equipos, nos permiten realizar un desmanchado de la moqueta sin necesidad de bloquear las habitaciones, con todo lo que ello supone, y alarga en el tiempo las intervenciones de limpieza en profundidad tan costosas para los hoteles. También su uso en los pasillos se puede hacer sin bloquear las plantas, y su sonido es como el de un aspirador, por lo que el nivel de molestia es mínimo para los huéspedes”, expone Rafael López.

Diseño + Eficiencia

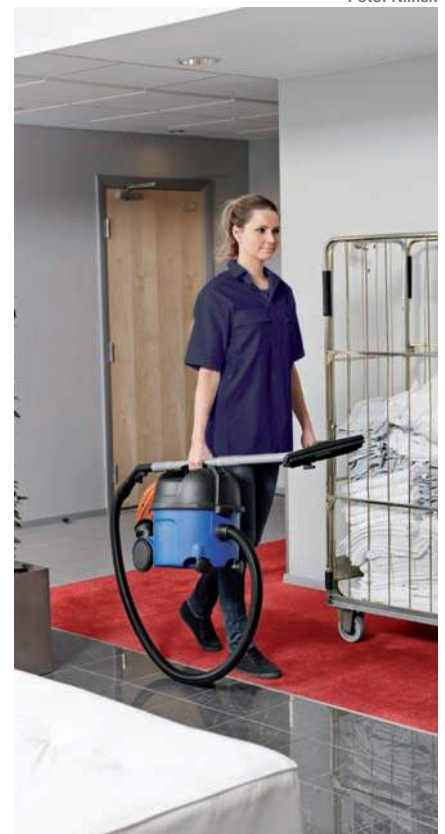
Para favorecer la manipulación de los distintos elementos, y facilitar el trabajo, es muy importante adaptar los formatos a las necesidades de cada cliente, de esta manera se otorga una mayor comodidad a los profesionales que deben utilizarlos y permiten un mayor aprovechamiento del producto.

Hay que tener en cuenta que un amplísimo porcentaje del coste de los productos químicos de limpieza corresponde “al transporte. El agua pesa y ocupa, eso es igual a kilos y volumen. Es la fórmula ideal para encarecer

“los envases de productos químicos contienen productos con contenidos peligrosos y cada vez más se tiende a almacenar menos cantidad de ellos en los offices de los hoteles”

el transporte y el almacenaje de los productos. Por este motivo, es muy importante desarrollar nuevos formatos y sistemas que aligeren este coste”, argumenta Xavier Caballero, de Hitares. En este sentido, el mercado “demanda una tremenda diversidad de formatos y envases tanto a nivel profesional como doméstico, complicando y encareciendo tanto el producto, en sí mismo, así como su almacenaje. Han sido muchos los intentos de imponer y recomendar la utilización de productos concentrados para que el usuario realice la dilución con el consabido ahorro de transporte, almacenaje y generación de envases sobrantes, pero desgraciadamente no termina de cuajar en la medida que sería deseable, en el lado positivo hay que destacar la gran concienciación por parte de todos para la recuperación de estos restos, disminuyendo notablemente su

Foto: Nilfisk



repercusión medioambiental", analizan desde Laboratorios Bilper Group.

El envase se convierte en un problema para el hotel, "no únicamente por cuestiones logísticas y de almacenaje, sino posteriormente por cuestiones de retirada y reciclaje", precisa Rafael López, de Kärcher. Es por eso que el "papel de los envases cada vez tiende a ser menor, se está utilizando sistemas de productos concentrados, que permiten reducción de costes, tanto en consumo como en el uso de menos envases", observa Marc Cerón, de Grupo Dino. Además, se ha de ser consciente "que los envases de productos químicos contienen productos con contenidos peligrosos y cada vez más se tiende a almacenar menos cantidad de ellos en los offices de los hoteles", argumenta.

"Desde unos años a esta parte, se vienen diseñando cada vez con más frecuencia envases con productos concentrados y con certificados que garantice su inocuidad en caso de derrame. Hay que

tener en cuenta que, según el tipo de producto, su almacenaje puede estar supeditado a unas normas de seguridad y medio ambiente", describen desde Kärcher. Desde Disarp, explican que han "eliminado una gran cantidad de envases y almacenajes en productos de limpieza, tan solo cambiando el método de aplicación o sistema de los productos, ya sea con el sistema de monodosis hidrosolubles", con esto el cliente se puede ahorrar "incluso mas de un 60% al producto convencional ya que nosotros enviamos el producto puro sin agua, y el cliente añade agua a las botellas de uso, rellenándolas constantemente, con lo que sólo paga una vez la botella, el cabezal y la etiqueta de gran calidad, y el producto lo rellena. El cliente sólo está pagando por el producto de limpieza, no por todo el global, al no transportar agua, ni volumen ahorramos espacio y envases", define José Tortosa.

Del mismo modo, desde Eurosanex, comentan que han "ampliado la gama de limpiadores con botellas de formato

más pequeño, para que resulten más prácticas a los profesionales de la limpieza, con envases ergonómicos, etc. Además, disponemos de otros productos específicos para este sector. Nuestra gama de concentrados es un ejemplo, pues permiten obtener, con un envase de 5 litros, hasta 100 litros de producto diluido con un rendimiento insuperable. Conseguimos así una mayor rentabilidad, ahorro de espacio de almacenaje y una menor producción de residuos".

Respeto al medioambiente

Las empresas fabricantes de productos para la limpieza industrial deben, además de ofrecer una limpieza eficaz, ser medioambientalmente responsable.

"Los productos ecológicos van a tener cada día una mayor demanda. A pesar de que en estos momentos, el precio es uno de los aspectos que más tienen en cuenta los clientes, el respeto por el medio ambiente será más y más demandado", informa Xavier Caballero (Hitares).



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

MAQUINARIA INDUSTRIAL

Un elemento fundamental para las distintas empresas de limpieza, además de para los distintos establecimientos hoteleros, es la maquinaria de limpieza. Con esta tipología se consigue un ahorro de costes muy considerable, además de acortar muchísimo el tiempo empleado en limpiar cada espacio, permiten utilizar productos menos agresivos con el medio ambiente, consiguiendo el mismo resultado. En este sentido, será un elemento cada vez más interesante e importante dentro de la higiene profesional de los establecimientos hoteleros.

Esta maquinaria, como no podría ser de otra manera, se suma a la apuesta ecológica, ya que se puede desinfectar sin producto químico, teniendo una máquina de vapor, de la misma manera que se puede limpiar energícamente una superficie tan sólo con fuerza teniendo una máquina de agua a presión... Cada vez existen más pliegos de limpieza en los que los valores medioambientales van ganando peso, situándose en un segundo lugar, tras la económica, a la hora de valorar la oferta. Por ello, los valores que hacen referencia a ahorros de agua y energía, son unos factores que cada vez en más medida se pueden cuantificar de un modo numérico, lo que ayuda a su comprensión y análisis.

Han ido apareciendo conceptos, como el modo ECO, ahorro de energía y agua, o sistemas de dosificación para un mayor control en el uso de detergentes, que se han añadido a las características que valoramos a la hora de decantarnos por un equipo o por otro. Los fabricantes tienen la obligación de informar de las ventajas que estos extras pueden aportar, no sólo a sus equipos, si no a sus contratas y al medioambiente.

Dentro de la categoría de maquinaria de limpieza industrial, existen gran variedad de ellas, entre las que se encuentran:

Aspirador en seco y húmedo: cuentan con motores eléctricos, que funcionan con 220 V, donde su consumo oscila entre los 1.000 y los 2.600 W. Dentro de ellos, los aspiradores de polvo cuentan con un sólo motor mientras que los que incorporan agua tienen dos. Dependiendo de sus dimensiones se podrá trabajar durante más horas sin que se caliente en exceso.

Rotativa: posee diferentes diámetros en función de la zona donde se vaya a emplear la máquina.

Barredora: con este tipo de maquinaria sólo podemos hacer aspirados o barridos en superficies lisas o pintadas. En lo referente a su motor, encontraremos en el mercado la barredora con motor de gasolina, que se podrá utilizar en exteriores, o con motor eléctrico, accionado por baterías que podremos utilizar en interiores.

Fregadora: posee las mismas características que las barredoras pero incluye fregado de agua y producto, dejando una superficie más limpia. En el mercado existen gran variedad de tipologías.

Pulidora: en el mercado hay pulidoras de diferente tensión que pueden servir para trabajos en viviendas particulares o en grandes obras. El peso es un factor a tener en cuenta, ya que, cuanto más elevado sea éste, mayor será el rendimiento. También, los diferentes granos de piedra influyen en la rapidez del trabajo. Estas máquinas disponen de un solo motor eléctrico y todas funcionan conectadas a la red eléctrica.

Hidro-limpiadora: la diferencia entre los modelos está en el caudal de agua y presión. Es importante que para los diferentes trabajos podamos utilizar agua fría o agua caliente.

Máquinas de inyección-extracción: están diseñadas para el lavado de moquetas y tapices, pudiendo mezclar el producto con el agua a través de la boquilla de lavado. Es importante que sepamos cuándo tenemos que utilizar agua fría o caliente para los diferentes tejidos.

Rebajadora de suelos (terrazo, mármol, etc.): esta maquinaria precisa de motores eléctricos más potentes que las anteriores, pudiendo trabajar entre 220 ó 380 V. Sus tomas de corriente se encuentran adaptadas con medidas de seguridad contra el agua.



Foto: Kärcher

Conseguir productos que eviten el daño al medio ambiente es una de las principales premisas de los fabricantes. Pero, ¿cómo se consigue fabricar productos de limpieza que sean sostenibles?

“Lo principal a la hora de conseguir este tipo de productos es el control. Las empresas deberán de ser objeto de controles independientes que demuestren su compromiso con la sostenibilidad en el desarrollo y la fabricación de sus productos”, detallan desde Kärcher. La tendencia del mercado es evolucionar “a ser más ecológicos, lo que conlleva nuevos sistemas para estar al día y todo ello sin perder efectividad en el producto. Ahorramos en el transporte del agua, ahorramos en plásticos, ahorramos en destrucción de envases, y el producto nunca deja de tener sus calidades”, expone José Tortosa (Disarp).

Cuando se desarrolla un producto se busca “la ergonomía, la eficiencia y la fiabilidad respetando el medio ambiente. Cada nuevo producto es probado en el mercado durante unos meses antes de salir a la venta. Por ejemplo, para un aspirador nuevo siempre utilizamos materia prima reciclable, motor de aspiración de menor consumo y bolsa

de calidad para evitar que la suciedad vuelva al entorno y así mantener limpio el medioambiente”, observan desde Nilfisk. Los productos ecológicos “no son sólo aquellos certificados con la etiqueta ecológica, el respeto a la naturaleza también implica emplear menos producto, que sea menos contaminante para las aguas.... Por ello, los químicos concentrados son también altamente respetuosos con el medio ambiente”, detallan desde Hitares. Así pues estos productos suponen “un ahorro en el precio, pues con la misma cantidad de producto, se limpia más, un ahorro en materiales (el plástico de las garrafas, el papel de las etiquetas, el transporte...), etc. Por lo tanto cualquier producto concentrado también es más respetuoso con el medioambiente”, comenta.

Otro aspecto que se propone llevar a cabo para favorecer la eficiencia energética es “excluir los productos y las sustancias más nocivas para el medioambiente y para la salud cuando hay alternativas viables. El uso de productos



Foto: Kärcher

concentrados, requiere una formación del trabajador, ya que a menudo se usa una cantidad excesiva de productos de limpieza por desconocimiento de la dosis adecuada que hay que utilizar o porque no hay aparatos para medirla. Se podría mejorar mucho la situación incluyendo

dosificadores e instrucciones”, analiza Rafael López, de Kärcher.

En estos momentos, cada vez existen más productos con “ecoetiquetas, que son proporcionadas por organismos que evalúan y hacen auditorías de ellos.

20 años

**OFRECIENDO GARANTÍA,
CALIDAD E INNOVACIÓN.
LOS PRIMEROS EN ANTIGÜEDAD Y LIDERAZGO**

GRUPO **Dino**

Primer grupo en distribución de productos y maquinaria para **limpieza e higiene industrial** en España y Portugal.

Servicio integral personalizado. Un único proveedor con 30 delegaciones a su servicio.



Pza. Conde Valle Suchil 9, 1A - 28015 Madrid - grupo@dino.es - www.dino.es - Tel.: 902 305 080



Foto: Bilper

Actualmente, este segmento va en aumento, pues en un pasado la escasez de demanda, la baja producción y los costes elevados hacían que los productos no fuesen competitivos”, puntualiza Marc Ceron, de Grupo Dino.

Cada vez más, los clientes del sector hotelero están concienciados con la protección del medio ambiente, de ahí que demanden productos respetuosos. Por ello, hoy en día, la “normativa es más exigente en el consumidor final, con obligación de consumir este tipos de productos, hecho que ha provocado que los fabricantes fabriquen más cantidad de ellos. Estos productos tienen como contenido productos que no dañen el medio ambiente, pero no tan solo el contenido, sino el envase, el cartón, la botella,...hasta las tintas que imprimen la etiqueta”, describe Marc Cerón. En general, las normativas de fabricación para cualquier tipo de producto “son cada vez más restrictivas debido a la actual normativa (REACH). Así, en algunas clases de químicos, no hay apenas diferencia entre un preparado ecológico y otro que no lo es, pues en todo el proceso de fabricación debemos tener en cuenta que el resultado sea lo menos dañino posible tanto para la naturaleza como

para el trabajador que debe manipularlo”, concluye Antonio Bartual (Eurosanex).

Nuevos caminos

En la situación que nos encontramos, la mayor parte de los clientes se guían únicamente por el precio. “Actualmente los precios de los productos ecológicos son más competitivos que hace unos años. La elevada producción que hay, la competitividad con otros fabricantes y la calidad de los mismos ha repercutido en el precio. A nivel de efectividad de trabajo, es muy similar...pero a nivel de precio aún no ha llegado a ser igual que los tradicionales de siempre”, expone Marc Cerón (Grupo Dino).

Por esa razón, las empresas “deben centrarse más que nunca en ofrecer lo que sus clientes les demandan, y esto pasa también por ofrecer productos menos costosos”, define Antonio Bartual (Eurosanex). Por otro lado, con el producto 100% concentrado, “el cliente rellena el envase facilitado no consume plástico nuevo, utilizará un único cabezal que será más profesional para que aguante más veces, ni etiquetas nuevas, el agua y la mano de obra de envasar el producto, al final obtiene el mismo producto pero muchísimo más barato, ahorrando en espacios y costes. Sin llegar a perder la calidad”, expone José Tortosa (Disarp).

Pero, para poder adaptarse a los tiempos que corren, hay que “ajustarse a los márgenes y optimizar todos los procesos de fabricación, almacenaje y distribución para poder ser lo más competitivos posible. En ninguno de los casos Laboratorios Bilper se cuestiona conseguir este equilibrio bajando la calidad, ya que a pesar de la dificultad del momento y del sector una pérdida cualitativa sería un retroceso de muy difícil recuperación”, describen desde Laboratorios Bilper Group. Sin embargo, desde Kärcher, comentan que hay que contar con “flexibilidad y con respuestas individualizadas a cada cliente. A la hora de diseñar un producto, ya sea máquina o químico, nos hemos de situar en el lado del cliente, en cómo lo utilizaría y para qué. Darle diferentes posibilidades a una misma máquina, lo cual ahorra en nuestros costes de producción y le ahorra al cliente tener máquinas paradas por falta de aplicaciones”.

Por lo tanto, lo que se tiene claro es que los clientes prefieren “tener la garantía de comprar un producto de calidad de una empresa con experiencia y garantía. En estos tiempos los clientes se apuntan a las marcas fiables, con un buen servicio post venta y un buen asesoramiento a la hora de elegir la mejor solución para sus necesidades”, analizan desde Nilfisk. Los fabricantes están tomando distintas

Foto: Nilfisk



medidas para afrontar la crisis, así pues desde Eurosanex opinan que “las empresas tenemos un trabajo constante que realizar para continuar con nuestra actividad, y es la reducción y optimización de costes. Desde mucho antes de que comenzara la crisis económica en Eurosanex controlamos muchísimo los gastos y costes de cada producto, para mantener al máximo posible la rentabilidad de la empresa”. Con esta misma idea, Nilfisk-Advance A/S siempre “ha apostado por la calidad. El desarrollo de nuevos productos está enfocado a dar siempre la mejor solución en limpieza respetando el medioambiente. Nuestra premisa es adaptarnos a las nuevas necesidades y demandas de nuestros clientes, basando nuestra estrategia en un buen servicio para ser la elección preferida de nuestros clientes”.

De igual manera, no hay que olvidar nunca que “la calidad de producto, la amplitud de gama y la diversificación de líneas permite acceder a nichos de mercado, tanto nacionales como internacionales,



Foto: Kärcher

que ‘alegran’ la venta; bajo nuestra óptica los mercados exteriores son unos grandes aliados en el momento actual”, aclaran desde Laboratorios Bilper.

Pero, en lo que se está invirtiendo y lo que va a ser fundamental de cara

al futuro es la “innovación. Estamos invirtiendo en nuevos equipos y productos. Actualmente una máquina que no venga acompañada de un servicio postventa notable, nunca será una buena herramienta de trabajo”, observa Rafael López, de Kärcher.



WAN

durgalim

edulim

17 Piedad San Pedro, 7 28015 Madrid
Tel. 91 447 20 50 - Email: granlimpieza.com
Fax: 91 447 10 11 - www.granlimpieza.com

cheleo



eisner
QUÍMICA

QUÍMICOS DE MARCA
Limpieza responsable



Pilar Espina Manchón

Directora General de Adelma

«Las buenas prácticas en ecodiseño de envases llevadas a cabo por las compañías proporcionan un gran valor diferenciador»

Adelma es una organización empresarial, donde se encuentran distintas empresas fabricantes y comercializadoras de detergentes y productos de limpieza y mantenimiento, tanto los utilizados en el hogar, como los empleados en aplicaciones institucionales, profesionales e industriales. Hostelpo ha mantenido una conversación con Pilar Espina Manchón, Directora General de la Organización, para conocer la actual situación del sector de Limpieza Industrial, los productos más novedosos y los cambios más significativos acaecidos en los últimos años.

En un momento como en el que nos encontramos, ¿qué estrategia se está siguiendo desde la Asociación para aumentar la productividad del sector?

Nuestro sector está encuadrado dentro de la industria química y el tema de la productividad ya está cubierto y tratado dentro del Convenio General de la Industria Química, en cuya elaboración de su texto se ha tenido en cuenta como parte fundamental del mismo. En dicho texto han trabajado conjuntamente todas las partes interesadas (patronal y sindicatos) y fue aprobado (XVII CGIQ) en el mes de abril de este mismo año con un período de vigencia de dos años.

¿Cuáles son las principales actividades que lleva a cabo, actualmente, ADELMA y hacia dónde va dirigida su actividad actual?

ADELMA, cuyo principal fin es servir de apoyo a las empresas a ella asociadas, continúa dando prioridad a todos los servicios encaminados a asesorar a las empresas en materia de legislación, ya que nuestro sector es uno de los más legislados. En este complejo marco regulatorio, buscamos la simplificación y agilización de los trámites administrativos propios de los productos químicos, armonización de criterios (mercado único), minimizar el impacto (Ley de RMA, Residuos de Envases, etc.), contratación

pública (Ecoetiquetas) y, finalmente, apoyo a las empresas en la adaptación a la Normativa, en especial, Reglamento de Detergentes, Biocidas, CLP, REACH, etc.

En el campo del reconocimiento sectorial e institucional, continuamos trabajando para mantener la confianza y la reputación de la Asociación como voz del sector, mantener y promover el acceso a los puntos de influencia institucionales (presentes tanto a través de FEIQUE como de Aise, desde el inicio de los procesos legislativos que nos afectan, tanto a nivel europeo como nacional), intensificar la difusión de la Asociación a las empresas del sector y mantenemos una estrecha colaboración con sectores afines tales como pinturas, adhesivos, cosmética, etc, entre otros, formando grupos de trabajo para temas específicos que afectan a dichos grupos.

En cuanto a temas propios del sector, queremos hacer hincapié en la Responsabilidad Social Corporativa, el impacto y visibilidad de las iniciativas sostenibles, la comunicación al consumidor a través del proyecto Cleanright, seguimiento de incentivos para innovación y otras ayudas y seguimiento del mercado exterior.

Igualmente, hace varios años hemos comenzado a establecer acuerdos con diversas Entidades de Colaboración mediante los cuales se aprovechan sinergias en ambos sentidos.

Finalmente, y en el campo que nos ocupa, ADELMA desde hace años está profundizando su atención y trabajo en el usuario de productos profesionales. Prueba de ello es la participación como parte del Comité Organizador de las tres ediciones del Congreso Nacional de Limpieza e Higiene Profesional, ostentando en esta última edición de 2013 la Presidencia de dicho evento.

¿Qué se está innovando para mejorar en la limpieza de los hoteles? (I+D+i)

La función intrínseca de los productos de limpieza es limpiar las superficies sobre las que se aplica o sumerge el objeto, por lo que su formulación desde su primeros pasos está desarrollada teniendo en cuenta las características concretas tanto de los objetos a limpiar,

como del sistema de aplicación que se necesite seguir en dichos procesos, especialmente en el sector de la limpieza profesional o industrial donde los requisitos de limpieza son altamente específicos para cada aplicación.

Tanto a nivel general como en el particular caso de los productos enfocados al mundo de la hotelería, debemos hacer hincapié en que las empresas se esfuerzan continuamente con el fin de llevar al mercado productos de alta eficacia, como es el caso de los productos concentrados, aunque siempre salvaguardando el medio ambiente ya que en todos los procesos se tiene en cuenta la sostenibilidad de dichos productos en materia medioambiental prestando especial atención a la protección de la salud humana de todos los colectivos usuarios de los productos.

¿Qué papel desempeñan los envases en cuanto a distribución y almacenaje de productos de limpieza?

Los envases son una parte fundamental del producto, no sólo por las características propias del envase sino también por su finalidad principal, que no es otra que proteger el contenido. Además, también es fundamental en cuanto al almacenamiento y transporte y, por supuesto, como vehículo de información al usuario del producto a través del etiquetado en el envase. Por ello, las empresas profundizan y ponen todo el cuidado en todas las etapas de vida del envase, desde su diseño cada vez más sostenible con el fin de disminuir el impacto al medio ambiente en sus diversas vertientes: peso, disminución de residuos, aumento de la reciclabilidad, etc., es decir, llevando a cabo una completa gestión del residuo. Las buenas prácticas en ecodiseño de envases llevadas a cabo por las compañías proporcionan un gran valor diferenciador.

El dato proporcionado por ECOEMBES indica que en los últimos trece años se han puesto en marcha más de 30.000 medidas de ecodiseño que han permitido reducir el peso de los envases hasta un 16%. Igualmente interviene en este proceso la utilización de material reciclado y un determinado diseño que

permita la optimización del transporte y de la distribución del producto en sí.

Desde hace años las empresas que ponen envases en el mercado, ya sea en el canal doméstico o industrial y profesional, están comprometidas con el reciclado de los residuos de los envases, a nivel doméstico a través de ECOEMBES y a nivel profesional a través de CONFECOI, entidad creada en 1997 entre diversas asociaciones y empresas, entre ellas ADELMA, con el fin de fomentar la reducción en origen y priorizar, como técnica de gestión, la reutilización, reciclado y otras formas de valorización de todo tipo de envases industriales puestos en el mercado.

Además, cada dos años CONFECOI elabora los correspondientes Planes Empresariales de Prevención.

Conseguir productos que eviten el daño al medio ambiente es una de las principales premisas de los fabricantes, ¿cómo se consigue fabricar productos de limpieza que son sostenibles?

Además de las medidas anteriormente comentadas con respecto al tema del envasado, la vía más adecuada para conseguir tal fin es la dedicación y esfuerzos en el campo de la I+D+i, con el fin de proporcionar productos de múltiples prestaciones, en función de las necesidades del usuario, y todo ello con una alta eficacia y una elevada sostenibilidad.

En este sentido, nuestra Asociación lleva casi una década (desde 2004, con el Código de Buenas Prácticas

Medioambientales) promoviendo diversos proyectos dirigidos a conseguir productos más sostenibles en el amplio sentido de la palabra, es decir, teniendo en cuenta los tres ejes que sustentan la sostenibilidad (económico, social y medioambiental) a lo largo del ciclo de vida del producto.

Así, nuestro sector, consciente de que el mayor impacto de nuestros productos radica en la fase de su uso, ha desarrollado o está participando en iniciativas voluntarias para reducir el impacto, en algunos casos a lo largo de todo el ciclo de vida del producto y, en otros, a determinadas fases del uso.

Respecto a la numerosa existencia de este tipo de iniciativas voluntarias o también conocidas como etiquetas, como ya hemos comentado en otras ocasiones, consideramos que siempre es positivo, siempre y cuando los criterios adoptados para la concesión de tales etiquetas estén en consonancia, no sólo con el respeto al medio ambiente sino también con criterios de sostenibilidad.

De la misma manera, me gustaría resaltar como algo muy conveniente para el sector institucional y profesional, que cualquiera de estas iniciativas voluntarias, que cumplen realmente los mismos criterios de sostenibilidad que la ecoetiqueta europea, pudieran ser igualmente válidas para la contratación pública verde. El hecho de que la industria presente nuevas iniciativas para una producción y consumo sostenibles no puede verse de otra manera que como el reflejo del interés permanente por satisfacer las necesidades presentes sin comprometer las necesidades futuras.

Foto: Barceló



■ Innovaciones avanzadas para la familia Purity C y Purity de BRITA Professional ■



El equipamiento

Con las novedades de producto en la gama Purity C y la oferta de una nueva aplicación para la gestión del cambio de filtro, BRITA Profesional muestra como la tecnología, sostenibilidad y atención al cliente encajan perfectamente.

Durante la celebración de la próxima edición de la feria de Vendiberica, que tendrá lugar en Madrid del 20 a 22 de Noviembre de 2013, BRITA Profesional, líder en sistemas de filtración de agua, presentará grandes novedades tecnológicas y de producto,

1. Aplicación gratuita para smartphones y tablets, para la gestión y cambio de filtros: con la innovadora aplicación FilterManager, los clientes pueden beneficiarse de la máxima comodidad y tranquilidad. El cliente puede recibir recordatorios cuando sea el momento de cambiar los filtros Purity y Purity C, simplemente instalando la nueva aplicación. El servicio es gratuito y está disponible para su descarga en www.profesional.brita.net/app o a través de los códigos QR en los mismos filtros. Este servicio es compatible con los siguientes sistemas operativos: iOS y Android.



Dicha herramienta asegura:

- Supervisión de los filtros instalados y los respectivos activos de forma centralizada y planificación de preventivos.

- Alertas y notificaciones automáticas para el cambio regular de los filtros tras la fecha de caducidad, sincronizado con el calendario; garantizando una óptima y constante calidad del agua, y de las bebidas respectivas.

- Visualización de las fechas clave, permitiendo una optimización en la asignación de recursos para gestionar los activos instalados.

- Reducción de averías y tiempos de parada, optimizando el rendimiento de la base de activos instalados (máquinas de café y equipos similares).

2. Optimización del cabezal Purity C 0-70 %: los cabezales provistos con bypass variable del 0-70 % vienen ahora equipados con un nuevo mecanismo de enjuague. El modo de funcionamiento es tan sencillo como mover el control deslizante en la dirección del aclarado y desplazarlo de nuevo a la posición inicial después de enjuagar o cuando el purgado está listo. La ventaja es que el usuario no tiene que mantener presionada la válvula de descarga. Esto significa un ahorro sustancial de tiempo, especialmente cuando se trabaja con filtros Purity C, de mayor capacidad, debido a que cuanto más grande es el volumen del filtro, más es el tiempo requerido para el purgado.

3. Bloqueo Inteligente de calidad: a partir de ahora los filtros Purity C están listos para su uso en un solo paso, gracias a la nueva tapa de protección segura, que proporciona una protección superior de las piezas sensibles de los filtros. Esto significa un beneficio para el usuario y el medio ambiente. La eliminación de la lámina de embalaje ahorra 19 toneladas de CO₂ al año y la simple retirada de la cerradura reduce el tiempo empleado durante la instalación.



Adicionalmente los filtros usados y los filtros nuevos equipados con la nueva tapa serán fácilmente distinguibles: filtro con una cerradura intacta significa que el filtro no ha sido utilizado previamente y está listo para la entrega. En el supuesto que el filtro presente una manipulación en la correa de bloqueo significa que el filtro ha sido utilizado.

El concepto de envase ecológico e inteligente es una de las muchas soluciones con las que Brita Profesional contribuye a un futuro sostenible.

4. Purity C1100 Quell ST: en negocios con enormes consumos de agua, la calidad tiene que ser constante. Dentro de la gama de filtros Purity C, el nuevo filtro Purity C1100 Quell ST se ha diseñado para las cafeterías con un alto consumo, ya que proporciona una alta capacidad de aproximadamente 11,500 litros. El filtro se puede instalar tanto verticalmente como horizontalmente. Este nuevo filtro ya está equipado con la nueva tapa de protección de calidad para un fácil manejo por parte del usuario.

Debido al gran volumen de filtración, el nuevo cabezal Purity C 0-70 % es el compañero ideal para este filtro. Provisto de una entrada y salida de agua en el lado superior del filtro para un ahorro de espacio, una instalación rápida, cambio del filtro sin necesidad de herramientas y una interrupción del caudal del agua si no se inserta el filtro. Las ventajas del sistema de cabezal Purity C y el filtro C1100 están concebidas para facilitar el trabajo del operario. Para más información consulte la web: www.profesional.brita.es

CON BRITA TENGO UN SOCIO DE CONFIANZA

BRITA Professional calidad de confianza

No dude en contactar con nosotros

+34 93 342 75 70

O visite nuestra web :

www.profesional.brita.es



■ Recuperadores de condensación Totaleco de Ygnis en el hotel Hipotels Barrosa Park ■



■ el proyecto y el material ■

El hotel

En la playa de la Barrosa, en la gaditana localidad de Chiclana de la Frontera, se encuentra el hotel Hipotels Barrosa Park, un establecimiento en el que se han instalado tres recuperadores de condensación Totaleco de Ygnis para el suministro de agua caliente sanitaria.

Se trata del último caso de éxito protagonizado por la marca de Groupe Atlantic, pionera en soluciones globales para instalaciones centralizadas de ACS y calefacción.

Inicialmente, se partía de una instalación que alimentaba, además de a un hotel, a una lavandería. Esto requería unas temperaturas muy altas en el suministro de ACS. Sin embargo, al dismantelar la

lavandería, ya no era necesario obtener un nivel de temperatura tan alto, pero sí en cambio incrementar el rendimiento de las calderas a temperaturas más bajas.

El equipamiento

Para ello se optó por la instalación de tres recuperadores de humo Totaleco, acoplados a las calderas ya existentes. Así, en una primera fase de precalentamiento, el suministro vendría por parte de los recuperadores. Las calderas aportarían el resto, hasta la temperatura más alta.

Estos productos cuentan con la ventaja de que se acoplan directamente a las calderas ya existentes, reduciendo la inversión

necesaria y simplificando el proceso de instalación. Otro de sus beneficios es que el coste de operación es cero.

Una vez realizada la inversión inicial, todo lo demás se traduce en ahorro. El mayor beneficio se obtendrá cuanto más demanda exista dentro del hotel. Es decir, cuanto más tiempo esté en marcha la caldera y a mayor temperatura, más ahorro de energía se produce, lo que maximiza el beneficio que ya supone de por sí una alta ocupación en el hotel.

Con un ahorro diario de 200 litros, que se traduce en 190/200 euros, lógicamente los costes de explotación son más bajos. Al darle un mayor uso en invierno, que es la temporada baja para ellos, significa que los precios son inferiores pero los costes energéticos son importantes; toda inversión en ahorro de energía siempre saldrá rentable.

Así, la solución Totaleco de Ygnis se configura como una opción segura y rentable a la hora de mejorar la eficiencia de las instalaciones ya existentes, garantizando máximos niveles de rendimiento y ahorro energético.

El sistema Totaleco de Ygnis es válido para todo tipo de instalaciones, tanto nuevas como existentes. Esta es una de sus principales ventajas, pero además se puede utilizar tanto para combustible gasóleo o gas. Permite reducir hasta un 20% la factura de combustible, tiene un fácil mantenimiento. Al estar fabricado en acero inoxidable tiene una larga vida útil. Cuenta con una cámara de agua aislada.



■ Eurofred cuenta con equipamientos con altas prestaciones para las cocinas más exigentes .



El equipamiento

Cualquier establecimiento de restauración necesita de una cocina con equipamientos eficientes capaces de jugar a favor del tiempo y la calidad del producto que se prepara en ella. Eurofred es consciente de ello y por eso trabaja día a día para seguir ofreciendo los equipos capaces de cubrir las necesidades de las grandes cocinas.

Cuenta con una trayectoria profesional de más de 47 años, lo que la posiciona como una de las empresas líderes en climatización, energía solar térmica y equipamiento profesional HORECA, en gran medida, gracias a las diferentes alianzas estratégicas y al lazo de unión cada vez más fuerte con sus partners y proveedores más importantes, a destacar el vínculo con Fujitsu General Ltd.

Empezó como empresa de venta e instalación de equipos de refrigeración comercial en un mercado regional en el que fue creciendo y ampliando sus actividades hasta consolidarse en el territorio español y mostrar su solvencia a nivel europeo en países como Portugal, Francia, Reino Unido, Irlanda e Italia.

Uno de sus aspectos diferenciales es su extensa red de servicios de asistencia técnica con cobertura a nivel nacional, caracterizado por su servicio rápido y cercano. Otro de los pilares de la compañía es su capacidad logística. Eurofred siempre ha apostado por la disponibilidad de stock de todos los productos que comercializa. Los más de 125.000 m² de superficie de sus almacenes asegura la entrega inmediata en cualquier punto del área geográfica.

El equipamiento profesional HORECA es uno de los ejes de la compañía, cubriendo las categorías de producto de Frío comercial, Heladería-Pastelería y Hostelería. Dentro de la hostelería dispone de una gama específica para el equipamiento de cocinas, donde las zonas de cocción resultan imprescindibles. Una de las nuevas gamas de producto de HORECA de Eurofred son las cocinas de la serie Domina 900 disponible con distintos equipos configurables para obtener una cocina profesional de alta tecnología y eficiencia a medida de las necesidades del cliente. El modelo modular más completo puede incluir hasta 6 fogones de hasta 8 kW de potencia y opción de horno, permitiendo integrar también otros equipos como parrillas, marmitas y freidoras. Una de las ventajas que ofrece es que está construida enteramente en

acero inoxidable AISI 304, permite la opción de equipos eléctricos o a gas. Sus esquinas redondeadas para garantizar la máxima higiene y limpieza y el amplio rango de potencias desde los 3'5 kW a los 8 kW las convierten en cocinas punteras, de máxima usabilidad y de última tecnología.

En la zona de cocción de una cocina tampoco pueden faltar hornos como los de la gama de convección de Giorik disponibles en versión eléctrica, gas y mixta y con 99 programas de funcionamiento disponibles. El horno emblemático de la marca es sin duda alguna el Steam Box, este innovador sistema patentado por Giorik combina producción de vapor mediante dos sistemas: caldera y modo Instant. Con este sistema se consiguen que los tiempos de cocción sean decididamente más bajos (-40% aprox.) y lo mismo ocurre con el consumo energético (-50% aprox.) al mismo tiempo que aumenta la calidad del producto elaborado. Gracias al sistema de modulación del nivel de hidratación del producto, el cliente puede calibrar la cantidad de vapor y la calidad del mismo dentro del horno.

El diseño de los hornos Giorik también recobra importancia en sus cualidades ya que cuenta con esquinas redondeadas soldadas para garantizar la máxima higiene y limpieza, así como opción de precalentamiento automático y puerta de doble cristal para evitar quemaduras.

La línea de lavado es otro de los equipos imprescindibles en grandes cocinas donde se valoran equipos de altas prestaciones con la máxima eficiencia. Los equipos de lavado Elettrobar garantizan el óptimo nivel de higiene, con una elevada capacidad de lavado de hasta 270 cestas o 5.000 platos en una hora. Gracias a su exclusiva bomba a doble flujo con dos salidas independientes, se consigue una reducción del consumo e igual capacidad de lavado y un mejor aclarado. Con el sistema de enjuague de Elettrobar, durante

la fase de lavado no entra agua fría en el calentador y, por lo tanto, la temperatura del agua permanece constante, lo que hace posible su funcionamiento a temperatura más baja que con los sistemas de lavado tradicionales.

Por otro lado, la gama de lavado Elettrobar cuenta con un innovador brazo tecnológico de material compuesto ligero y duradero que absorbe menos energía para girar las aspás, distribuye el agua de una manera óptima y no produce cal, a diferencia de otros equipos que tienen el brazo de acero inoxidable. Uno de sus valores añadidos es sin ninguna duda su nuevo sistema patentado EDT (Elettrobar Drain Technology) que permite una circulación más eficiente del agua en la cuba. Ello conlleva menos volumen de agua y detergente por lavado y, por tanto, un ahorro en materia prima y energía. Dicho sistema obliga al agua a pasar por las zonas más sucias de la cuba antes de ser desaguada, ayudando a mantener el tanque más limpio. Ello permite una reducción del volumen de la cuba así como de la concentración de detergente y el consumo de agua.

El modelo de la marca que recoge todas estas características es el tren de lavado y arrastre River Multi 2258. Está disponible con salida del tren de lavado por la derecha o por la izquierda.

Elettrobar cuenta con una amplia gama de accesorios que cubre las necesidades del profesional más especialista y exigente.

La amplia gama de productos de Horeca de la compañía se adapta al diseño de cualquier establecimiento permitiendo crear cocinas ergonómicas y eficientes. Eurofred se ha convertido en el partner/proveedor de muchos profesionales del sector desde hace años gracias a la calidad e innovación de sus productos y al elevado nivel de servicio.





CAFÉS CANDELAS Lanza la nueva línea de Café Natural Ecológico

Empresa: CAFÉS CANDELAS S.L. // Teléfono: 982 209 025 // Web: <http://www.aromasdedakar.com/>

Cafés Candelas ha lanzado una nueva línea de producto: el Café Natural Ecológico, un café 100% ecológico cuya certificación garantiza que ha sido producido siguiendo procesos respetuosos con el medio ambiente y obtenido mediante un sistema de producción agroalimentario ecológico que garantiza la calidad del producto. El Café Natural Ecológico de Cafés Candelas cuenta con la certificación del Consello Regulador de Agricultura Ecológica de Galicia (Craega) y el Sello Europeo de Agricultura Ecológica. Estas certificaciones garantizan al consumidor una materia prima producida según las normas de la agricultura ecológica, así como un producto controlado en todo su proceso de elaboración, envasado y comercialización. Además, este tipo de agricultura supone una serie de beneficios para el medio ambiente, ya que fomenta el desarrollo de sistemas productivos más responsables con el entorno natural y ayuda a conservar la fertilidad del suelo. El Café Natural Ecológico se comercializa en paquete de 1 kilo de café en grano natural y en paquete de 250 gramos de café natural molido. Con esta nueva línea de producto la empresa gallega pone a disposición de los consumidores un tipo de café de gran calidad con la garantía de origen ecológico. Cafés Candelas da un paso más en su política de responsabilidad social, ya que el Café Natural Ecológico se une a la línea de Comercio Justo lanzada recientemente. Con estas gamas de producto la empresa pretende contribuir a una producción y comercialización de café más responsable y sostenible, al tiempo que ofrece al consumidor un producto de alta calidad con un valor añadido: el compromiso social y ambiental.



SAECO Completa la gama Aulika

Empresa: SAECO IBERICA, S.A. // Teléfono: 934 740 017 // Web: <http://www.saeco-iberica.com/>



Saeco completa la gama Aulika, destinada al profesional y al Office Coffe Service, con 4 modelos capaces de satisfacer y adaptarse a las necesidades que se pueden encontrar en la restauración actual, el mercado Office Coffee Service, despachos, oficinas y Pyme's. Atractivas, de reducidas dimensiones, totalmente automáticas y con soluciones de leche fresca, ofrecen alta calidad en café espresso y cappuccino con café recién molido y leche fresca. Aulika aporta soluciones y crea oportunidades en un mercado en constante crecimiento y está especialmente diseñada para ser gestionada por consumos y/o por créditos. Aulika, es la máquina superautomática que funciona con café en grano y leche fresca, proporcionando siempre un espresso perfecto recién molido, manteniendo todas las propiedades del café, así como todas las combinaciones con leche fresca, como cortado, cappuccino o café latte, gracias al "Cappuccinatore Pinless integrado" (versión Top y Focus) que permite regular la espuma de la leche a su gusto, permitiendo una total personalización de la bebida. Capaces de gestionar la leche fresca de un modo eficaz, sencillo y práctico tal y como siempre ha necesitado el sector. Caracterizada por su fácil

manejo en el entorno autoservicio, su capacidad de reducir los costes operativos y la excelente relación entre tamaño y capacidad, responde a las tendencias en el segmento del café fuera de casa con una propuesta nueva, moderna e innovadora. Las versiones Top y Focus equipadas con la función «One Touch», con erogación automática de cappuccino y leche manchada, dispensan un excelente cappuccino pulsando una sola tecla. La configuración standard del modelo TOP incluye la base con capacidad extra para posos y la posibilidad de conexión directa a la red hídrica (equipamiento standard en el modelo RH).



USSPA Nuevo Spa Divan Design

Empresa: USSPA HISPANIA S.L.U. // Teléfono: 966 446 052 // Web: <http://www.usspa.es/>

El fabricante europeo de Spas y Swim Spas de lujo USSPA, en cooperación con el afamado estudio checo de diseño industrial, DIVAN DESIGN, han creado el nuevo spa compacto de uso público. Su estreno mundial ha tenido lugar en la exclusiva Feria de Diseño Industrial DESIGN BLOK'13, del 7 al 13 de octubre, en Praga, capital de la Rep. Checa. ComfortCLUBSpa DIVAN, es un nuevo spa que completa la extensa gama de productos de uso público de USSPA. Se desmarca del resto de los productos del mercado, por su innovador y exclusivo sistema modular, By Kompakt®, que permite ocultar en el mueble del spa todo el equipo técnico y de filtración. A la vez, acoge la escalera de acceso al spa, todo ello bajo una estética minimalista con líneas definidas y redondeadas. DIVAN ofrece diferentes configuraciones dinámicas adaptables a cualquier espacio. Este versátil spa ofrece a los profesionales la oportunidad de disponer de un producto que puedan "hacer suyo" a través de configuraciones que rompa la estandarización de los espacios destinados al wellness.

Dentro de esta versatilidad, el nuevo diseño de USSPA cumple con la filosofía de crear "a la medida de las necesidades de los clientes" como sucede con el resto de la serie de ComfortClubSpa. Se dirige a profesionales del sector de la hostelería, arquitectos, interioristas, decoradores... que necesitan para sus proyectos un tipo de producto que sea totalmente versátil.



LLEDÓ Noa Led, on/off automatismo sensorial

Empresa: LLEDÓ ILUMINACION, S.A. // Teléfono: 916 656 180 // Web: <http://www.lledosa.es/>



NOA LED, cuando el concepto área de tarea es llevado a su máxima eficacia. NOA incorpora la más avanzada tecnología en ópticas microprismáticas y fuentes de luz LED de alta potencia para alcanzar la máxima eficacia y ambientes de trabajo más productivos. Su diseño contempla el total automatismo al incorporar en su cuerpo un sensor combinado que por un lado regula el aporte de luz artificial en función de la luz natural, garantizando los 500 lx sobre el área de tarea, y por otro controla la autoconexión-desconexión en función de si el puesto de trabajo está ocupado o no. NOA LED alcanza ratios de ahorro de energía de hasta el 80% en comparación con versiones de fuente de luz convencional. El análisis del aporte de luz natural y de la ocupación del puesto de trabajo sólo es posible con la utilización de la más avanzada tecnología de sistemas de control. Un solo sensor optimiza el nivel de iluminación y de utilización del sistema haciendo que el consumo energético descienda en más de un 50%. Parte de la iluminación regresa por reflexión al plano de trabajo desde el techo y las paredes, y así se obtienen nuevos conceptos de iluminación en la arquitectura actual. Sin duda, NOA optimiza nuestros puestos de trabajo en función del nivel de ocupación y del aporte de luz natural.

Accor amplía su oferta “City Break” en las principales ciudades europeas



Accor ha aprovechado la World Travel Market en Londres para anunciar la ampliación de su oferta “City Breaks” en las principales ciudades europeas, a través de importantes aperturas. Las metrópolis europeas atraen a los adeptos al « City Break », que desean descubrir una ciudad y una cultura en el marco de una estancia corta. Desde principios de año y con el objetivo de permitir a sus clientes disfrutar plenamente sus desplazamientos,



Accor ha inaugurado más de una treintena de hoteles en el corazón de las ciudades, cerca de las actividades turísticas y culturales.

Disfruta de un city break en las principales ciudades europeas...Bruselas, Madrid, Lyon, París...

Sofitel Paris Arc de Triomphe, un espacio lifestyle que ha repensado el concepto de hotel de forma que sus huéspedes se sientan como en casa y disfruten la experiencia. Completamente renovado por el Estudio Putman, tiene 124 habitaciones que han sido diseñadas para parecer muy parisinas

Pullman Brussels Midi, su ubicación en el centro de la Estación Gare du Midi y su apuesta por la tecnología garantiza a sus huéspedes una estancia vibrante, cosmopolita y con estilo. Cumple con las expectativas de los viajeros hiper-conectados y móviles. La decoración de sus 237 habitaciones con su luz baja y su alto nivel de confort, recuerda viajes ferroviarios a través de la imitación de portadores de equipaje, luces en forma de ruedas de tren, etc...

ME London, gran vencedor en los European Hospitality Awards



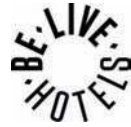
ME London, el hotel insignia de Meliá Hotels International en Reino Unido, e inaugurado a principios de este mismo año, acaba de recibir el mayor reconocimiento de la industria hotelera europea al coronarse como triple vencedor en los European Hospitality Awards, celebrados



el pasado viernes en Londres, donde se llevó los premios de mejor Apertura del Año, mejor Suite de Hotel y ganador absoluto a mejor Hotel del Año.

ME London, concebido íntegramente por la célebre firma de arquitectura Foster & Partners, fue elegido en la categoría de “Apertura del Año (Nueva Construcción)”, por su destacada innovación de diseño interior y exterior. También resultó premiado en la categoría de “Mejor Suite” por su espectacular ME Suite, una obra maestra coronada por una cúpula de cristal con vistas 360° a la ciudad de Londres. Finalmente, el jurado decidió conceder el premio especial de la noche, “Ganador absoluto: Mejor Hotel del Año”, al ME London; el mayor reconocimiento para el que es ya uno de los hoteles de lujo más innovadores de la capital británica.

El hotel Luabay Costa Los Gigantes obtiene el certificado medioambiental ISO 14001



El Luabay Costa Los Gigantes, un moderno hotel perteneciente al Grupo Globalia y situado en Tenerife Sur, ha sido certificado recientemente con la norma de sistema de gestión medioambiental eficaz, ISO 14001.

La ISO 14001, una de las más reconocidas distinciones que un hotel puede llegar a obtener, certifica que el establecimiento ha puesto en marcha todas las herramientas posibles para integrar el medio ambiente en su gestión global. Entre otros aspectos, destacan la optimización del tratamiento de recursos y residuos, la reducción de los impactos ambientales negativos derivados de su actividad o la disminución de los riesgos laborales como medida clave para motivar al personal.



El hotel Luabay Costa Los Gigantes, es un lujoso establecimiento para familias ubicado en la espectacular costa de Los Gigantes, una de las joyas naturales de Tenerife Sur.

Cuenta con amplias suites para parejas con niños, spa de 1.800 m² y servicio todo incluido.

NH Hoteles culmina con éxito la financiación para acometer su plan estratégico



NH Hoteles ha superado con éxito el primer paso para llevar a cabo la puesta en marcha de su Plan Estratégico, con la formalización de tres operaciones financieras tendentes a establecer una nueva estructura de deuda y un marco más flexible para los próximos años.

El Plan Estratégico a cinco años tiene como objetivo la transformación del Grupo para convertir NH Hoteles en la mejor opción para los consumidores, mediante la puesta en valor de las fortalezas de la Compañía y la redefinición de la experiencia dirigida al cliente. Actualmente, NH perfila su hoja de ruta para los próximos años, cuyas prioridades pasan por la construcción de una nueva propuesta de valor al cliente, la redefinición de la marca construyendo una segmentación más clara y perceptible de la cartera de activos, la mejora de las capacidades de gestión, o la definición de una proyección internacional acorde a los intereses del Grupo, entre otras. Asimismo, la Cadena contempla la mejora de sus márgenes a través de la transformación de su modelo de distribución y del impulso hacia un modelo de fidelización y relación con los clientes más cercano.

La reestructuración financiera de la Compañía despeja el camino en la activación del plan estratégico del Grupo y permite dotar de fondos de hasta 200 millones de euros para poner en marcha los nuevos planes de negocio e inversiones.

NH Hoteles ha construido una nueva estructura de deuda mediante tres operaciones significativas, que permitirán al Grupo atender los compromisos financieros en un marco más flexible e impulsar sus nuevos planes de negocio.

Datisa mejora la sincronización de datos y las funcionalidades del Módulo de Gestión Preventa



Datisa ha presentado la última versión del módulo de Gestión Preventa para plataformas PDA e iPad que forma parte de su solución de Gestión Comercial GESDA de su ERP Serie 32. Esta renovada aplicación móvil incorpora mejoras de sincronización de datos y amplía sus funcionalidades para aumentar la eficacia y los resultados de los equipos comerciales.

Isabel Pomar, Directora de Marketing de DATISA asegura que "cada vez son más las Pymes que entienden la movilidad como una estrategia corporativa crítica para la evolución de su negocio. La utilización de dispositivos móviles por parte del personal de empresas dedicadas a sectores como restauración, logística, telecomunicaciones, mantenimiento o transportes es prácticamente mayoritaria hoy en día. Pero todavía son muchas las que no han detectado los beneficios que aporta a las tareas de gestión y, en concreto, a las comerciales y de preventa".

Sin embargo, la posibilidad de poder acceder al ERP corporativo desde dispositivos móviles abre la puerta a nuevas oportunidades de negocio que pueden ser materializadas en tiempo real en cualquier momento y en cualquier lugar. La movilidad aporta a los equipos de venta un dinamismo que les hace más productivos y optimiza la operativa comercial de las empresas en general.

Datisa cuenta con un módulo de Gestión Preventa dentro de su solución de Gestión Comercial GESDA 32 que ha sido renovado en la versión 5.9 y que proporciona una amplia gama de funcionalidades para apoyar la venta móvil, impulsando su agilidad y ejecución en tiempo real.

Grupo Fontini expondrá en Interlight Moscú 2013



Desde 1995, Interlight Moscú se ha convertido en la Feria internacional de iluminación más importante para los países de Europa del Este. En la edición de la Interlight, que tuvo lugar del 5 al 8 de Noviembre, Grupo Fontini (con Font Barcelona y Fontini) estuvo ubicado en el Hall 8 Booth B110.



En el Stand del Grupo Fontini se presentaron las últimas novedades en mecanismos eléctricos 5.1 y una cuidada gama de luminarias de Font Barcelona. También se expusieron los mecanismos eléctricos decorativos de Fontini, desde mecanismos eléctricos de porcelana Garby hasta las colecciones más clásicas y siempre elegantes que la firma Fontini ofrece.

Es importante destacar la presencia de la colección 1950. Son mecanismos eléctricos fabricados íntegramente de metal y totalmente personalizados. Cada producto es único, ya que se puede elegir la configuración de cada pieza en diferentes marcos y con diferentes tipos de mecanismos eléctricos.

Mobile Travel Report de Expedia revela los destinos más reservados vía Smartphone y Tablet



Si hace unos días Expedia publicaba su estudio Mobile Travel Report sobre los hábitos de reserva de viajes desde los dispositivos móviles y apuntaba que el 12% se realizan vía Smartphone y Tablet, ahora el estudio revela cuáles son los destinos que más se reservan a través de estos dispositivos móviles.

Los datos del estudio revelan que la mayoría de destinos que los españoles reservan a través de su dispositivo móvil, ya sea Smartphone o Tablet, son ciudades nacionales: Madrid, Barcelona, Sevilla, Granada, Málaga y Zaragoza ocupan 7 lugares del Top 10.

De las otras 3 ciudades no españolas que logran hacerse un hueco en el ranking español, dos son capitales europeas: París, que se sitúa en la 7ª posición y Londres, que ocupa un 9º puesto.

Sorprendentemente, el único destino no europeo, que no solo consigue un lugar en el Top 10 sino que logra además pasar por delante de capitales europeas, es Bangkok (6ª posición).

Los resultados del Mobile Travel Report indican que la mayoría de destinos que los europeos reservan utilizando su Smartphone o Tablet son ciudades nacionales o destinos en países vecinos.

MoinSA amuebla el nuevo Hotel-Residencia Neo*Magna



La recientemente inaugurada Residencia de Estudiantes Neo*Magna ubicada en el Barrio de Salamanca ha elegido un diseño minimalista con el color blanco como base.



Un nuevo establecimiento hotelero ha abierto sus puertas en uno de las zonas más prestigiosas y cosmopolita de Madrid. Se trata de un nuevo concepto de residencia de estudiantes basado en las comodidades y servicios que puede ofrecer un hotel, dirigido a un público universitario y de postgrado que busca una vida de alto nivel.

MoinSA se ha encargado del equipamiento de sus 90 habitaciones, con la fabricación e instalación de la carpintería interior (que responde a las exigencias en materia de seguridad contra incendios (EI 30)) y el mobiliario en acabado polimer blanco para su integración en el conjunto de la decoración interior, este laminado sintético, recubierto sobre un soporte macizo de MDF, consigue el aspecto y la luminosidad similar a la laca, pero con una mayor resistencia al rayado y a los golpes, en definitiva una mayor resistencia al uso.

Con su creación Neo*Magna pone en el mercado una nueva generación de residencias en las que los estudiantes puedan encontrarse como en casa, pero con todos los servicios y comodidades que ofrece un establecimiento hotelero.

Disponible la aplicación on-line de rotulación y decoración de mecanismos Jung



Las teclas de los mecanismos de Jung pueden llevar rótulos, símbolos o decoraciones e imágenes personalizadas gracias al programa on-line de rotulación 'Jung Graphic Tool' que el fabricante alemán pone a disposición de sus clientes en su sitio web (www.jung.de/gt).



Con este servicio se consigue una mejor integración de interruptores, enchufes y demás mecanismos en el diseño y la decoración de viviendas, oficinas, hoteles, industrias, etc., adaptándose a paredes o espacios determinados e incluso al propio mobiliario. Además, abre nuevas posibilidades ante personas con dificultades, niños o simplemente para usuarios no familiarizados con la instalación, como puede ser el caso de hoteles o viviendas no permanentes o alquiladas.

El servicio on-line 'Jung Graphic Tool' permite realizar el pedido de todos los mecanismos necesarios para la instalación mediante un práctico 'carrito de la compra'. El procedimiento para aplicar la personalización deseada se basa en menús, por lo que es extremadamente sencillo. Además, la aplicación muestra en todo momento en pantalla el resultado final de cada opción introducida por el usuario.

El programa presenta dos modalidades principales: láser monocromo o impresión a todo color, aunque debido a las características de los materiales, no siempre es posible utilizar ambas en todos los modelos de mecanismos. Están disponibles muchos símbolos normalizados para elegir, organizados en categorías según su aplicación: climatización, domótica, iluminación, escenas, etc., así como algunas imágenes que pueden utilizarse.

Inves presente en la Feria eShow Madrid



Inves, fabricante de equipos informáticos perteneciente al Grupo El Corte Inglés, mostró en la Feria eShow 2013, que se celebró el pasado septiembre en el Recinto Ferial de IFEMA en Madrid, sus últimas novedades vinculadas al entorno de las consignas inteligentes, la cartelería digital y las soluciones para el comercio.

Esta VII edición de eShow, un evento de referencia que también cuenta con ediciones en Barcelona, Lisboa, Sao Paulo, y Bogotá, acogió a 120 expositores.

El stand de Inves se convirtió en un showroom para descubrir sus nuevas propuestas mediante el despliegue de múltiples paneles LEDs que señalizaron sus distintas áreas. Allí se pudo conocer el formato totalmente novedoso de la pantalla curva del Inves Primalia Serie C que puede utilizarse para los, cada vez más populares, entornos inmersivos de realidad virtual o para espacios más habituales como museos, universidades, exposiciones, etc.

hotel.info publica el último barómetro de precios europeo e internacional



Cada año las tarifas de pernoctación varían en función de la oferta y la demanda y del contexto político-económico de cada zona. En consecuencia, el servicio gratuito de reservas hoteleras online, hotel.info, ha plasmado las últimas variaciones de precio de las tarifas de pernoctación de las principales capitales de la esfera europea e internacional.

Londres es la ciudad con el precio de alojamiento más elevado de Europa. La capital inglesa se coloca en primera posición del ranking, con un precio medio de alojamiento de 203 euros, correspondiéndose



así con la ciudad más cara del ámbito europeo. A Londres le siguen Estocolmo y Moscú, con un precio medio de 194 y 188 euros respectivamente. Además, cabe

destacar que, mientras los huéspedes de la ciudad londinense han tenido que pagar un 11% más que el año pasado, los que han optado por la capital rusa han podido ahorrarse un 15% este año.

Zummo recibe un 25% más de visitantes en Host



La última edición de Host, el Salón Internacional de la Hostelería y la Restauración Profesional, reunió estos días en Milán a más de 130.000 profesionales de todo el mundo. Una cifra de participación que se dejó notar en el stand de Zummo. La compañía especializada en exprimidores de cítricos recibió a un 25% más de visitantes que en 2011, procedentes de Arabia Saudí, países de Europa de Este, China, Magreb o países nórdicos, entre otros.

El evento, celebrado entre el 18 y el 22 de octubre, acogió las últimas tendencias en herramientas, servicios, productos y tecnologías innovadoras. Un punto de encuentro internacional que Zummo aprovechó para presentar en primicia su nuevo modelo Z40, la máquina exprimidora más rápida de su gama de productos.

"La Z40 ha generado una gran expectación gracias no solo a su velocidad, sino también a que cuenta con nuestro sistema de exprimido único, una garantía segura para nuestros clientes", afirma



Rafael Olmos, Gerente de Zummo. Y es que el nuevo modelo de la firma valenciana, que saldrá a la venta el próximo año, es capaz de exprimir hasta 40 frutas por minuto con un sistema único patentado en el mundo en el que zumo nunca toca la corteza. De este modo, se evita que el aceite y los ácidos de la piel de la fruta estropeen su sabor.

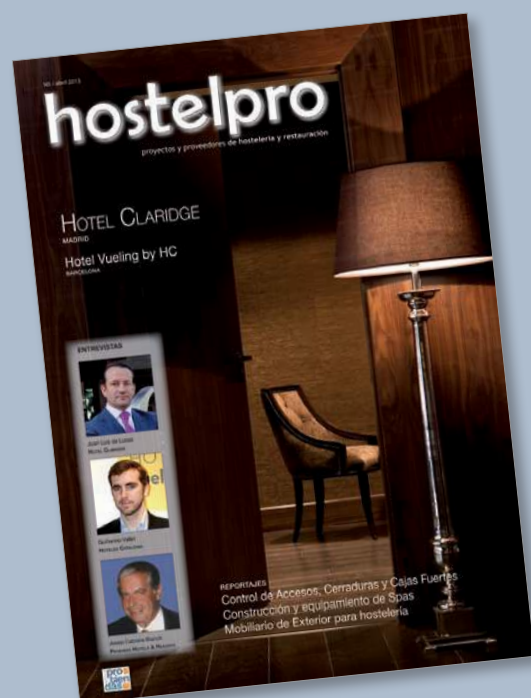
El stand de Zummo, con un original diseño que dio protagonismo al producto valenciano por excelencia –la naranja–, contó también con el resto de modelos de las gamas Horeca y Vending. En total, 8 máquinas diferentes que se ajustan a las necesidades de cada establecimiento.

promateriales

de construcción y arquitectura actual

Información de Arquitectura y Materiales de Construcción

- Análisis de Proyectos de Edificación
- Entrevistas a arquitectos
- Reportajes de Materiales de Construcción



hostelpro

proveedores de hostelería y restauración

Información de Hostelería y Restauración

- Análisis de Proyectos Hoteleros y de Restauración
- Entrevistas a Directores y Responsables de Compras
- Reportajes de Equipamiento Hotelero

protiendas

la revista para proveedores y tiendas de electrodomésticos, electrónica, imagen y sonido

Información de Electrodomésticos, Imagen y Sonido

- Análisis de Sectores (Gamas Blanca, Marrón y PAE)
- Entrevistas a Fabricantes y Distribuidores
- Reportajes de Distribución de Electrodomésticos





La cartelería digital proporciona una imagen corporativa actual, servicios interactivos para sus clientes e información actualizada de manera fácil, centralizada e inmediata.



3ª generación de procesadores Intel® Core™

Intel, el logotipo de Intel, Intel Atom, Intel Core, Core Inside Intel Celeron, Intel Inside, el logotipo de Intel Inside, Ultrabook, el logotipo de Ultrabook son marcas comerciales de Intel Corporation en EE UU y en otros países.

Invés es una marca registrada del Grupo El Corte Inglés.

Información y venta 902 550 220
www.invés.es
www.telecor.es

