

N2 / junio 2012

hostelpro

proyectos y proveedores de hostelería y restauración

ENTREVISTAS



Carlo Suffredini
HOTEL ALFONSO XIII



Abel Matutes Prats
FIESTA HOTELES GROUP



Cristina Majó
HOTEL DO

Hotel Alfonso XIII

SEVILLA

Hotel Finca de Los Arandinos

LA RIOJA

Hotel DO

BARCELONA

REPORTAJES

Software de Gestión Hotelera

Limpieza Industrial Horeca

Con la Cartelería Digital llegará a sus clientes de una manera más clara e impactante, con la información precisa en el momento idóneo.

Para Hoteles, Restaurantes y Cafeterías

Las pantallas digitales, proporcionan una imagen corporativa actual, además de servicios interactivos para clientes pudiendo actualizar la información de manera centralizada e inmediata.

En el hotel: una plataforma de información diversificada

- En la recepción le permitirá mostrar su imagen corporativa, ofertas y horarios de sus servicios, tipos de cambio, noticias actualizadas, eventos, saludos para organizaciones o huéspedes especiales, datos de su Staff, mensajes para huéspedes, instalaciones del hotel, información general (el tiempo, deportes, mercados, etc.).
- En el vestíbulo, y de forma interactiva (con pantalla táctil o teclado), se podrá consultar, localizar y visionar un plano de la planta, la guía o directorio del hotel, información de sus distintos establecimientos (tiendas, restaurantes, gimnasio...), Información sobre eventos y reuniones, banquetes. Lugares de interés, excursiones, transportes locales...
- En salas de conferencia con información puntual de la agenda de los eventos y conferencias (logotipos, horarios, temática, etc.).

Para el restaurante y las cafeterías, una plataforma de información concentrada:

Ayudar a la elección de menús, bebidas y promociones, porque más del 80% de los clientes no tienen decidido lo que quieren consumir.

- En la entrada, mostrando los menús, precios y las promociones del día.
- En el interior, de forma dinámica, con videos, animaciones y contenidos multimedia, presentando lo que ofrece el restaurante: la carta y sus especialidades, sugerencias del chef, las mesas libres y las asignadas, el tiempo de espera.... Información siempre de interés para quien espera.

Personalización y flexibilidad en los mensajes, aumento de la eficiencia, reducción de costes y plazos, control y centralización de la información.

En definitiva una solución que permite mostrar el contenido idóneo para cada momento y en tiempo real.





Foto: Hotel Alfonso XIII

SUMARIO

página 04. Grandes Construcciones

“Calviá Beach Resort” de Magaluf

página 08. Proyecto Hotelero

Hotel Alfonso XIII de Sevilla

página 22. Entrevista

Carlo Suffredini
Director General
Hotel Alfonso XIII

página 24. Reportaje

Software de Gestión Hotelera

página 39. Proyecto Hotelero

Hotel Finca de los Arandinos

página 48. Entrevista

Abel Matutes Prats
Director General
Fiesta Hotel Group

página 51. Reportaje

Limpieza Industrial
Horeca

página 63. Proyecto Hotelero

Hotel DO: Plaça Reial
Barcelona

página 70. Entrevista

Cristina Majó
General Manager
Hotel DO: Plaça Reial
Barcelona

Secciones /

Actualidad. Grandes Proyectos 04

Novedades del Sector 74

Proveedores del Canal 78

Equipamiento de Hotel 72

Establecimientos del Canal 76

Agenda 82

Portada: Hotel Alfonso XIII de Sevilla | Fotografía: Hotel Alfonso XIII



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.revistahostelpro.com
www.editorialprotiendas.com
redaccion@editorialprotiendas.com

P.V.P. del ejemplar: 15 euros

STAFF

Editor / Director / Martín Aleñar
Directora de Contenidos / Marisol Navalón
marisol@editorialprotiendas.com
Redactores y Colaboradores / Marta Fernández
Cobo, David Ramos, Victoria Serena, José
Ortiz, Susana Cremades, Carmelo Ricart, Diego
Esteban, Juan Manuel Miranda y Patricia Pari

Directora de Publicidad / Pilar Romero
Departamento Comercial /
Puri Mariscal, Carmen Sánchez
y María Moratilla
Soporte Informático / Telemáticos
Soporte Web / Cibeles Group
Maquetación / Departamento propio

Impresión y Fotomecánica:
Gráfica Ruiz Polo, S.A.
C/ Comunicación 6
19200 Azuqueca de Henares (Guadalajara)

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

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



Asociación Española
de Editoriales
de Publicaciones Periódicas





Foto: Hotel Beach House

“Calvià Beach Resort” de Magaluf: inversión, renovación y revalorización

calvià beach
resort by Sol Hotels

Una iniciativa privada de Meliá Hotels para crear el primer destino lifestyle en Mallorca

La “Declaración de Interés Autonómico” aprobada el 30 de septiembre de 2011, por el Gobierno de las Islas Baleares, daba el pistoletazo de salida al proyecto “Calvià Beach Resort”, una iniciativa privada para reposicionar un destino maduro y en franco proceso de degradación, como el núcleo de Magaluf, en Mallorca. La compañía hotelera líder en España, Meliá Hotels International, se comprometía con las Autoridades locales a invertir en renovación y reposicionamiento de este enclave privilegiado de la costa suroeste mallorquina. El resultado es el funcionamiento actual del hotel Sol Antillas Barbados y el Sol Wave House, a los que se acaba de incorporar el Beach House. Al conjunto se une, desde este mismo verano, el primer centro artificial de surf de Europa, el Wave House, y el club de playa Nikki Beach.

Foto: Hotel Sol Wave House



Con una playa de casi dos kilómetros de largo y una variada oferta de alojamiento y de entretenimiento, Magaluf es uno de los destinos turísticos más concurridos de la isla de Mallorca. Pero, al igual que ocurrió con Miami Beach en su momento, Magaluf se desarrolló durante el “boom” turístico de los años 70 y es un claro ejemplo de la decadencia social, medioambiental e incluso moral, que pueden alcanzar los destinos turísticos obsoletos y olvidados. La compañía hotelera Meliá Hotels International, S.A., que posee en la zona ocho

“La misión del proyecto es ofrecer a la zona nuevos productos y servicios de alta calidad dirigidos al residente actual y a un nuevo perfil de cliente turístico”

establecimientos hoteleros, lo que sin duda le otorga masa crítica y una clara capacidad de influencia, decide invertir en reformar los hoteles y su entorno, modernizando la oferta para elevar la categoría del cliente y el destino. Por su parte, la Administración facilita los trámites y la llegada de inversores, ofreciendo seguridad jurídica, apoyo y agilidad en la tramitación de los proyectos y coordinación con otras instancias a fin de acometer una renovación integral. Las Administraciones involucradas son: la local (Ayuntamiento de Calviá); la Autonómica (Govern de les Illes Balears); y la Estatal (Costas, Turismo).

Y es que la confluencia de factores como la crisis económica, agudizada por la fuerte estacionalidad y caída de precios de la zona; las dificultades de financiación pública y privada; el cambio de gobierno autonómico - insular - estatal; y el hecho de que Magaluf está ubicada en pleno Centro del Litoral, pero no está alineada con sus alrededores. Unido a los intereses de la familia Escarrer en la zona, que ve como peligra el valor de sus activos en la zona, conduce al compromiso de los empresarios de emprender esta iniciativa, con el apoyo de la Administración –con la que comparte sinergias e intereses-, en una carrera por poner solución a la problemática de la zona y, en consecuencia, a su oferta hotelera.

La misión del proyecto es ofrecer a la zona nuevos productos y servicios de alta calidad dirigidos al residente actual y a un nuevo perfil de cliente turístico, ofertando nuevos núcleos de atracción unidos al ocio con los de combatir la demanda actual de bajo nivel y el progresivo declive del destino, y potenciando la integración de Magaluf con el resto de zonas residenciales a su alrededor. Para ello hay que: reposicionar el destino mediante la mejora del entorno y la oferta; incrementar el valor y sostenibilidad económica y social de la zona; abrir el resort al residente actual y futuro, como palanca de mejora; extender la temporada; mejorar los hoteles incluidos en el futuro resort al igual que la urbanística de la zona; mejorar la playa y crear nuevas áreas comerciales y aparcamientos, entre otras importantes acciones.



Foto: Entorno del proyecto



Foto: Descripción del Proyecto. Inmuebles



Foto: Hotel Sol Wave House



Foto: Hotel Sol Wave House

La primera fase, una realidad

Aunque las áreas de actuación potenciales abarcan los hoteles Sol Wave House, Beach House, Sol Antillas Barbados, Sol Jamaica, Sol Trinidad, así como el Paseo Peatonal y la Unificación de la concesión de la Playa, dentro de las distintas actuaciones que comprende el proyecto en sus diversas fases, la primera es ya una realidad. En funcionamiento están ya el hotel Sol Antillas Barbados y el Sol Wave House, a los que se termina de incorporar el Beach House. Junto a estos tres establecimientos renovados Meliá ofrece, desde este mismo verano, el primer centro artificial de surf de Europa, el Wave House, así como el club de playa Nikki Beach.

Sol Wave House

El nuevo hotel Sol Wave House en Magaluf, que forma parte del nuevo complejo vacacional Calvià Beach Resort junto con los hoteles Beach House y su club de playa Nikki Beach, y el Sol Antillas Barbados, es un establecimiento creado por la compañía hotelera Meliá Hotels International y la firma de ocio americana Wave House, destinado a ofrecer una de las mejores propuestas de deporte y entretenimiento de toda la isla. Se trata de reinventar por completo el destino y estimular una experiencia vacacional y de ocio

totalmente revolucionaria en Mallorca, a través de la "ola perfecta" o, lo que es lo mismo, un reflejo del estilo de vida de las playas californianas, que combina música, bares, restaurantes, tiendas de moda y fiestas al aire libre con espectaculares instalaciones de simulación de olas, tanto para expertos como aprendices de cualquier edad.

La experiencia y el ambiente característico de Wave House se extiende a lo largo de toda la planta baja del edificio, abierta tanto a los huéspedes como al resto del público en general, pero el hotel ofrece a sus clientes mucho más: en la primera planta descubrirán una gran terraza de 2.000 metros cuadrados con vistas frontales al mar; un amplio espacio de relax, equipado con tumbonas, camas balinesas y una espectacular piscina "infinity" desde donde contemplar la puesta de sol, con la pequeña isla de Sa Porrassa al fondo. Sol Wave House reúne así la mejor propuesta de entretenimiento, diversión, ambiente y relajación que el cliente busca para sus vacaciones en Mallorca.

Beach House

Meliá Hotels International ha diseñado un nuevo concepto de hotel dispuesto a ofrecer la más calurosa bienvenida a sus huéspedes, proporcionarles una cálida sensación de bienestar y, al mismo tiempo, ofrecerles una experiencia orientada a adultos, moderna, atrevida, sensual y energizante. El resultado de esta explosiva mezcla es el nuevo hotel Beach House, que abre sus puertas en la costa de Calvià (Mallorca), acompañado del club de playa más cool y sexy del planeta: Nikki Beach.

Foto: Calvià Beach Resort



Foto: Hotel Sol Antilla Barbados



El binomio perfecto para unas vacaciones sin precedentes en la isla.

En un enclave privilegiado de arena blanca, pinos y palmeras mediterráneas, Beach House invita a relajarse, a contemplar el mar, a disfrutar del atardecer y bailar hasta la madrugada, porque el hotel es, ante todo, un estilo de vida. El llamado House Style, un conjunto de sensaciones y posibilidades que el huésped percibe a su llegada, se refleja también en la cultura de servicio de cada uno de los colaboradores del hotel, comenzando por el House Mood Manager, encargado de hacer de la experiencia del cliente un recuerdo imborrable.

El deseo de superar las expectativas del público y exprimir al 100% su tiempo en el hotel hace que la actividad social se convierta en uno de los grandes atractivos de Beach House y Nikki Beach, donde sin duda tendrán lugar algunos de los mejores eventos del verano en Mallorca. El hotel tampoco perderá detalle de toda esta actividad, dado que ha sido concebido para que sus clientes puedan estar siempre conectados a las redes sociales.

Nikki Beach

En 1998, Nikki Beach presentó en Miami un concepto revolucionario y sorprendente de club de playa que combina lo último en moda, música, cocina y entretenimiento, siendo mundialmente conocido por sus célebres fiestas de playa, envueltas de exclusividad y glamour, frecuentadas por las caras más conocidas del momento y por las que se ha ganado la fama de “el lugar más sexy de la



Foto: Hotel Sol Wave House

Tierra”. Catorce años después, Nikki Beach sigue marcando tendencia en alguna de las playas más atractivas y afamadas del mundo, convirtiéndose en una prestigiosa firma internacional con presencia en Miami Beach, St. Tropez, San Bartolomé, Marbella, Cabo San Lucas, Marrakech o Koh Samui. Desde este verano, Nikki Beach aterriza en Mallorca abriendo su mayor y más espectacular club de playa junto al hotel Beach House, convirtiendo la costa de Calviá en el lugar más cool de la isla y escenario de las mejores fiestas del verano.

Alojado en un nuevo edificio de tres plantas, junto al hotel, Nikki Beach Mallorca cuenta con una amplia terraza frontal que comunica con la playa, cubierta de pinos, que se entremezclan con el mobiliario, hamacas y camas balinesas del estilo chill out inconfundible de la marca: cortinas de lino blanco, madera natural, cojines de tejidos orgánicos, etc. Todo ello crea el ambiente perfecto para relajarse durante el día en su piscina, compartir en pareja una selecta comida, contemplar el atardecer con una botella de champagne y disfrutar del ambiente irresistible de la noche con la mejor música de Djs, rodeado de gente atractiva.

Foto: Hotel Sol Antilla Barbados



Foto: Hotel Beach House, Nikki Beach



The image shows the interior of the Hotel Alfonso XIII de Sevilla, a grand and ornate space. The architecture features a series of arches, some made of brick and others of stone, supported by columns. The ceiling is a dark, coffered wood. The walls are decorated with intricate tilework and murals. A large, ornate chandelier hangs from the ceiling. In the foreground, there is a curved reception desk with a red and black finish. To the right, a red armchair sits on a tiled floor. In the background, a glass display case filled with trophies is visible. The overall atmosphere is one of luxury and historical grandeur.

PROYECTO HOTELERO

Hotel Alfonso XIII de Sevilla

UN ICONO DEL LUJO Y LA GRANDIOSIDAD



Tras 12 años de construcción e inaugurado por Alfonso XIII, del que tomó su nombre, el Hotel Alfonso XIII fue diseñado por el arquitecto sevillano José Espiau Muñoz para alojar a los dignatarios internacionales en la Exposición Iberoamericana de 1929. Ubicado en la Calle San Fernando número 2 de Sevilla, este majestuoso hotel ha sido objeto de una profunda rehabilitación que dignifica, aún más si cabe, su grandiosidad. Gestionado por Starwood Hotels&Resorts bajo una de sus marcas más lujosas The Luxury Collection, la cadena cuenta con 1103 propiedades en más de 100 países bajo 9 marcas diferenciadas y con 154.000 empleados a nivel mundial. La compañía es concesionaria de su explotación y promotora de la rehabilitación llevada a cabo, aunque el hotel es propiedad del Ayuntamiento de Sevilla. La meta de su Director, el italiano Carlo Suffredini, es la de continuar manteniendo la posición del hotel como uno de los hoteles más emblemáticos y lujosos de Europa.



Foto: Hotel Alfonso XIII

El Hotel Alfonso XIII, que se caracteriza por una mezcla de estilos que varía entre el andaluz, el castellano y el morisco, ha sido remodelado en diversas ocasiones, manteniendo en todo momento su elegancia y tradición, pero incorporando nuevas comodidades para ir adecuándose a los tiempos. La edificación principal, de estilo Regionalista y que se inauguró en 1928 por Alfonso XIII, está emplazada en los antiguos jardines de Eslava, con acceso en la calle de San Fernando 2, de Sevilla. Consta de planta semisótano, planta baja, entreplanta, tres plantas de pisos, camaranchón - espacio bajo cubierta por

el que discurren instalaciones- y cubierta con varios castilletes.

En mayo de 2011, la cadena Starwood Hotels & Resorts puso en marcha un ambicioso proceso de reforma, llevado a cabo por el estudio de arquitectura que dirige Antonio Lissen, Demópolis, que mantuvo el hotel cerrado hasta su reapertura el 15 de marzo de 2012. Tras la rehabilitación realizada el hotel, ha pasado a tener 151 habitaciones. A su vez, pero sin alterar el número de habitaciones, se ha redistribuido cuatro unidades en las plantas 1ª, 2ª y 3ª para permitir la colocación de un ascensor

“Room Service”, y para la adaptación de dos de éstas, en las plantas 2ª y 3ª, para minusválidos.

Entorno y magnitudes

El edificio se encuentra en una parcela de 13.088 m², que tiene forma rectangular con las esquinas achaflanadas y sus dimensiones aproximadas son 132 m de largo (dirección norte-sur) por 100 m de ancho (dirección este-oeste). La superficie construida de 19.148 m². La parcela se encuentra aislada, delimitada por distintos viarios, en el lindero norte por donde se accede se encuentra



La Clave del Éxito reside en nuestra Capacidad de Superación

Adaptarnos a las nuevas exigencias del mercado, a las nuevas tecnologías constructivas más actuales, a la dimensión y complejidad de cada proyecto... nos permite superar los más exigentes requisitos de calidad, seguridad y respeto medioambiental. Manteniendo nuestra responsabilidad con cada uno de nuestros clientes y cumpliendo más allá de nuestros compromisos. Es así como ALDESA se sitúa hoy entre los diez mayores grupos de construcción de España, consolidándose y proyectándose con éxito hacia el futuro.

REHABILITACIONES Y REFORMAS - EDIFICACIÓN - OBRA CIVIL



 **aldesa**



Alzado Norte

la calle San Fernando, hoy en día de circulación limitada por la implantación de los tranvías y la peatonalización de la zona; en el lindero este se encuentra la calle Doña María de Padilla sin acceso a vehículos; en el lindero sur la calle Palos

de la Frontera y en el lindero oeste la Avda. de Roma. El acceso rodado al hotel está garantizado. La situación estratégica de la parcela del hotel hace que esté rodeado de edificios significativos, la Real Fábrica de Tabacos al este, el Palacio de

“La edificación principal, de estilo Regionalista y que se inauguró en 1928 por Alfonso XIII, está emplazada en los antiguos jardines de Eslava”

Foto: Hotel Alfonso XIII. Bodega Alfonso





Foto: Hotel Alfonso XIII. Royal Ballroom

“La cadena Starwood Hotels & Resorts puso en marcha un ambicioso proceso de reforma, llevado a cabo por el estudio de arquitectura que dirige Antonio Lissen, Demópolis”

San Telmo al sur, los Jardines del Cristina y Puerta Jerez al oeste y norte, etc.

El edificio principal se desarrolla en cinco plantas, semisótano, baja más tres, y la planta de castilletes de salida a cubierta, además de una planta técnica entre la tercera y la cubierta denominada camaranchón, que aprovecha el espacio bajo cubierta para distribución de instalaciones.

En la planta primera existen 46 habitaciones, 6 individuales, 32 dobles, 4 junior suite, 2 delux suites, 1 suite real y 1 suite ejecutiva. En la planta segunda existen 48 habitaciones, 6 individuales, 35 dobles, 3 junior suite 2 suites delux y

El nuevo modelo de gestión

Serenissima Hotel Management System



PMS



Back Office



Food & Beverage



Spas & Activity

- Front Office, Event Management y Guest Relation (CRM) en una única base de datos
- Conectividad con los principales canales online (GDS/IDS/CRS/WB)
- Movilidad: protel for iPad, Cockpit y Voyager
- Web Booking enlazado con Facebook y Twitter
- Business Intelligence (cuadro de mandos para gerencia)
- Cloud computing



Foto: Hotel Alfonso XIII

2 suites ejecutivas. En la planta tercera existen 46 habitaciones, 6 individuales, 38 dobles, 1 junior suite y 1 suite ejecutiva; además de los espacios de office y almacenaje, y los ascensores, montacargas y escaleras, comunes en las tres plantas. Y en la planta noble existen 11 dobles.

Las habitaciones están decoradas en tres estilos diferentes: las anteriores de estilo barroco isabelino, cuya decoración recordaba los tiempos de oro mercantil de la ciudad, han sido sustituidas por el estilo andaluz; se han mantenido las de estilo castellano, caracterizadas por sus camas y cabecera de madera tallada; así como las habitaciones árabes de decoración interior mudéjar con yesería arabesca y ricas telas.

Todas las habitaciones están amuebladas con el mayor lujo y confort y dotadas de las instalaciones más actuales, acorde con un hotel de su categoría: aire acondicionado, línea telefónica directa, televisión con canales internacionales y un canal interactivo de televisión propio Spg-TV, wifi, minibar, caja fuerte y línea de

alta velocidad Adsl. Al igual, y sumados a los ya existentes, se han incorporado 3 nuevos salones de reuniones y eventos

en la planta sótano -Santelmo, Santa Cruz e Itálica-, todos insonorizados para cualquier tipo de evento y con sistema de

Foto: Hotel Alfonso XIII. Bodega Alfonso



separación cierre acústico y retráctil que, junto a los Salones Triana y Betis, pueden tener una capacidad máxima de 320 m² para atender hasta 300 personas.

Plan de Mejoras

Durante la vida del edificio, además de las intervenciones de mantenimiento, se han realizado obras de mejora y consolidación, como las realizadas entre los años 1971 y 1974. Pero es ahora cuando el Plan de Mejoras, establecido por el promotor y considerando el estado de conservación del edificio, lleva a modificaciones e incorporación de alguna redistribución con el objetivo de mejorar el funcionamiento del hotel.

Destacan, de las intervenciones necesarias: Lograr resolver el problema de accesibilidad que actualmente tiene el edificio para las personas con discapacidad y usuarios de ruedas. El realizar sectorización de incendios. El restaurar y decorar distintas estancias del hotel. La renovación completa de las instalaciones. La decoración interior de las habitaciones, acondicionando dos para personas discapacitadas. El repasar carpintería de ventanas exteriores. El convertir la lavandería en zona almacén. Mejorar los vestuarios del personal del hotel. La renovación de cocinas y bares-restaurantes. Y la impermeabilización



Foto: Hotel Alfonso XIII

de las cubiertas, entre otras muchas mejoras.

La intervención, que se localiza en el edificio principal, los dos edificios auxiliares, el cerramiento de la parcela, el

área de la piscina y el garaje de sótano, se ha desarrollado en dos fases, con el fin de mantener en funcionamiento, en cada una de ellas, aproximadamente la mitad de la instalación hotelera. La actuación proyectada comprende la subsanación de las lesiones que presenta la edificación, en su mayoría de carácter leve y que afectan a los acabados y elementos decorativos y la redistribución de algunos usos para mejorar el funcionamiento del Hotel.

En la Planta de Semisótano se mejoran las condiciones de higiene del suministro de alimentos al economato y la cocina, así como la evacuación de basuras, delimitando un pasillo limpio y situando el cuarto de basuras con accesibilidad directa desde el exterior. Se remodelan los aseos y vestuarios del personal del hotel. Se independiza la cocina principal y se segrega la cantina. Se reubican las cámaras frigoríficas en el área de la cocina, delimitando un vestíbulo previo. Se mejora el actual acceso de minusválidos adecuando uno de los ascensores existentes con parada en planta semisótano, e instalando una plataforma que comunique el corredor de planta baja donde desembarca con el

Foto: Hotel Alfonso XIII. Patio





Foto: Hotel Alfonso XIII



Foto: Hotel Alfonso XIII. American Bar

vestíbulo de recepción. También se facilita el acceso de minusválidos a la piscina.

En la Planta Baja se interviene recuperando una antigua habitación actualmente ocupada por la centralita, realizando la supresión del pequeño bar actual cuyo espacio se convierte en vestíbulo de servicio para comunicación entre la zona

de desayunos, una pequeña cocina y el Salón Real, y redistribuyendo en el espacio del actual restaurante el antiguo American Bar. Bajo la escalera principal se localizan nuevos aseos adaptados para uso de minusválidos. Se reubican la centralita telefónica, el guardarropa, el Bussines Center y el local de cajas de seguridad para clientes. Se localiza

una cabina telefónica adaptada a minusválidos a la que se accede desde el corredor principal de esta planta. En las Plantas Primera y Segunda se realizan intervenciones relativas a subsanación de daños en elementos decorativos y adecuación a las normativas que son de aplicación. También se redistribuyen las habitaciones 130 y 230 para liberar

Foto: Hotel Alfonso XIII. Hall



una caja de ascensor destinado a Room Service. La habitación 230 se acondiciona para el uso de minusválidos.

En la Planta Tercera se redistribuye la habitación 343 para adaptarla al uso por minusválidos y la habitación 334 para liberar una caja de ascensor destinado a Room Service. A su vez, se realizan otras intervenciones también relativas a subsanación de daños en elementos decorativos y adecuación a las normativas que son de aplicación.

En el Camaranchón se proyecta ejecutar un forjado ligero que facilite la seguridad de uso de este espacio para el registro de instalaciones y mejore también las condiciones acústicas, térmicas y de seguridad en caso de incendio de las habitaciones de la planta inferior.

En la Cubierta se requiere localizar maquinaria para el sistema de renovación de aire para lo que se ejecutan cuatro castilletes, localizándolos de forma que produzcan el menor impacto visual en la



Foto: Hotel Alfonso XIII

imagen del edificio. Donde antiguamente se ubicaba el restaurante Japonés existe ahora el atractivo restaurante Taifas, de decoración morisca y gastronomía mediterránea. La zona de vestuarios de la piscina se ha visto mejorada con un espacio destinado a gimnasio, 2

cabinas de tratamientos, Sauna, jacuzzi y baño turco. Por último, y entre otras actuaciones, también destacan las intervenciones en las Fachadas y el Cerramiento de la finca donde se ha procedido a su limpieza y subsanación de lesiones.

instantRes

Un producto GESTIMUSA



Y adiós a picar Reservas....

milleniumsoft
O T H E L L O®

www.millenium-soft.com

télf.: 902 300 065

comercial@millenium-soft.es



Arquitecto: Antonio Lissen

Director de Demópolis Arquitectura e Ingeniería

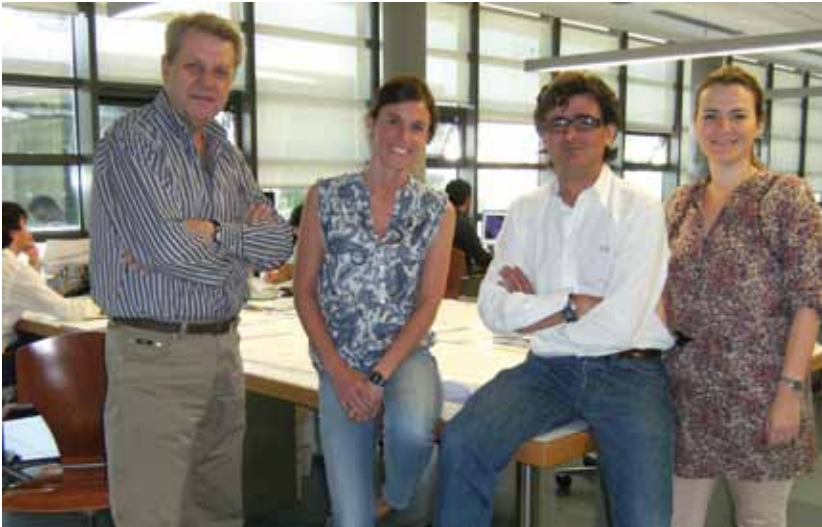


Foto: derecha-izquierda: Olga Fdez-Montes Gonzalez (Directora de Obra), Antonio Lissen Ortega (Director de Obra), María Solís Garmendia (Colaboradora), y Jaime Montaner Roselló (Director de Obra).

Entrevista a Antonio Lissen

¿Qué ha supuesto para Demópolis trabajar en un proyecto tan emblemático como es el Hotel Alfonso XIII? ¿Y sobre el trabajo de José Espiau Muñoz?

Por supuesto una gran satisfacción, no solo por intervenir en un edificio emblemático para la ciudad de Sevilla, sino también por la cantidad de conocimientos que D. José tenía escondidos entre las entrañas del histórico edificio. Digo entre las entrañas porque el edificio ha sufrido varias reformas a lo largo de su historia y ha sido sometido a muchas transformaciones, aunque los espacios de mayor interés, han conservado su esencia a lo largo del tiempo como el Salón Real y Salones de planta baja, la configuración del patio, aunque éste originariamente estaba deprimido respecto a la galería.

Como anécdota, el hotel, que se termina en el año 28, tiene 225 habitaciones frente a las 141 que nos encontramos cuando iniciamos el proyecto y las 145 que finalmente se han reabierto el pasado mes de Abril.

El equipo de DEMÓPOLIS, se ha identificado profundamente con la intervención en el edificio, ha sido muy complicado, con muchos equipos técnicos intervinientes y muchas constructoras, evidentemente no hemos podido recuperar lo que con el paso del tiempo se ha ido transformando de la obra original de D. José Espiau, pero si hemos

estado 7 meses defendiendo un edificio de 100 años de edad, al que de repente hay que aplicarle el código técnico, RITE, Normativa hotelera, estándares de la cadena hotelera....

Hemos ganado muchas batallas y perdido otras, pero en general el Hotel sigue manteniendo su esencia que era fundamental no perder. La experiencia y el resultado han sido satisfactorios.

¿Supuso algún problema añadido la coordinación de la rehabilitación en dos fases?

Bueno, ese fue un condicionante plasmado en la concesión que el Ayuntamiento de Sevilla hace a la cadena hotelera STARWOOD "el Hotel debía permanecer abierto durante la ejecución de las obras". Cuando analizamos en profundidad la intervención y sobre todo lo concerniente a instalaciones, acordamos que era inevitable cerrar el Hotel. Después de terminar hemos visto que fue una decisión muy acertada.

El problema añadido fue el tiempo, ya que el Hotel se cerró al público el 30 de mayo, al finalizar la temporada alta, y tenía que entregarse terminado a finales del mes de febrero del año siguiente, es decir, 9 meses de obra. Habría que descontar aquí el desalojo del Hotel, inventarios e implantación en obra de las 5 contratas que finalmente ejecutaron la totalidad de las obras. Todo esto nos llevó a ejecutar las obras en un tiempo record de 7 meses.

Desde el punto de vista operativo ¿cómo ha mejorado la redistribución realizada el funcionamiento del hotel? Y ¿cómo la entienden sus usuarios y empleados?

La operatividad no ha cambiado, los usos siguen siendo los mismos, en este sentido los cambios han sido de poca entidad, no hay cambios sustanciales. Se ha incorporado un ascensor destinado a "Servicio de habitaciones" desde la planta de cocina al resto de plantas de habitaciones. También se ha llevado un ascensor hasta cubierta para



facilitar las labores de mantenimiento, se han reorganizado los vestuarios del servicio y la distribución de la cocina principal uniendo todas las cámaras en una misma zona contigua a ésta.

La planta de Camaranchón (planta bajo cubierta) por la que discurren gran parte de las instalaciones se ha sectorizado con respecto a la planta tercera, la sustitución de todas las instalaciones ha permitido construir una pasarela perimetral por la que discurren las instalaciones en forma de anillo para perforar en las distintas plantas de Hotel a través de los patinillos de servicio que existen entre cada dos habitaciones y volver a cerrar el anillo de instalaciones en la Planta Sótano. Esto permitirá una mejora en el mantenimiento de todas las instalaciones.

En cuanto a las barreras arquitectónicas, ¿qué principales elementos han contribuido a mejorar la accesibilidad para las personas discapacitadas?

Un edificio regionalista de principios del siglo pasado.....¿accesibilidad?, no parece que haya mucha compatibilidad.

Descartada la posibilidad de una rampa exterior por cuestiones estéticas, se optó por dignificar y convertir en zona de clientes el acceso de maletas ubicado también en la fachada principal de la planta semisótano, de esta forma, mediante un ascensor, se accede al vestíbulo de la escalera y ascensores principales, el resto fue "coser y cantar". Mediante una plataforma logramos salvar la diferencia de cota existente entre el vestíbulo principal de escaleras y ascensores con la zona de recepción. Esta plataforma se colocó detrás de recepción y dando a una galería en cota superior que comunicaba con el vestíbulo, por lo que finalmente no hubo mucho problema de integración

A su vez, se han adaptado las dos habitaciones exigidas por la normativa, cumpliendo dimensiones y equipamientos como habitaciones adaptadas. Tanto los aseos públicos como los vestuarios de servicio, también se han redistribuido para albergar un baño para personas con movilidad reducida.

¿Cómo ha contribuido la rehabilitación a las mejoras tecnológicas? (software, domótica, internet...)



Se ha implantado un Sistema de Control (DMS) de todas las instalaciones, Iluminación, climatización, fontanería, es un Sistema de Gestión Integral de las Instalaciones del Hotel. Permite detectar anomalías así como el funcionamiento incorrecto de las instalaciones. Es una buena optimización de los recursos.

Se ha instalado también un nuevo Centro de Proceso de Datos de Comunicaciones (CPD), con un Rack independiente en cada planta del edificio, también se ha incorporado red wifi en todo el edificio.

¿Por qué es ahora más energéticamente eficaz el Hotel Alfonso XIII?

Para empezar la cubierta se ha sustituido entera, se ha dispuesto aislamiento hasta alcanzar los parámetros exigidos por la Normativa de obligado cumplimiento, lo que ha supuesto que las pérdidas energéticas se hayan disminuido en un porcentaje bastante elevado.

Las ventanas de las habitaciones disponen de un sensor, de forma que si la ventana se

deja abierta, automáticamente el sistema de climatización se paraliza. En un hotel esto supone un ahorro energético muy alto.

La climatización y ventilación del Hotel son completamente nuevas, se han sustituido máquinas obsoletas por otras mucho más eficiente, con menor consumo y compresores variables. El RITE, aunque complejiza la instalación, posibilita en determinadas épocas del año y condiciones atemperar todo los espacios sin mucho consumo energético.

Otro punto importante ha sido la ejecución de una red de aguas grises, permitiendo reutilizar parte del consumo de agua para el agua de las cisternas, el consumo diario de agua de cisternas puede estar perfectamente entre 12.000 y 15.000 litros. Al año, estamos hablando en torno a 4 o 5 millones de litros

Se han eliminado todos los Asbestos de silicatos existentes y originarios de los años 20, se ha sustituido el material bituminoso del acceso por adoquinado de granito, integrando el acceso con los pavimentos pétreos reformados recientemente en los alrededores del Hotel.

Ficha Técnica

Propiedad · Cadena Starwood Hotels & Resorts · Situación · C/ San Fernando 2, Sevilla · Promotor · Starwood Alfonso XIII Hotel Company S.L.U. · Arquitectos · Lino Álvarez, Ólga Fdez_Montes, Antonio Lissén y Jaime Montaner · Project Manager · EC Harris España · D.F. Obra civil · Demopolis · D.F. Instalaciones · Ingenor · Decoración · HBA · Consultores de iluminación · Mbld · Obra civil · Aldesa construcciones · Instalaciones eléctricas · Elecnor · Instalaciones mecánicas · Inabensa · Equipamiento de cocinas · Flores valles · Ascensores · Schindler

Materiales / Tarimas, pavimentos pvc y entelado paredes · A. Reina · Suministro azulejos artesanos para baños y zócalos pasillos · Abaco andaluza de arte y artesanía · Carpintería de madera · Actividades de carpintería de madera, Enrique Castillo e hijos · Conductos chimenea · Aire clima proyectos e instalaciones · Impermeabilizaciones · Aistecan · Gestión residuos · Alcorec, Container Sevilla Siglo XXI · Casetas · Algeco construcciones modulares · Suministro terrazo · Alhambra terrazos y pavimentos · Alquiler maquinaria · Alquileres andaluces, alquileres luque, andaluza de maquinaria y rep, punto kilometrico cero rent · Carpintería de aluminio, persianas y vidrios · Aluminios-cristalería alvisa · Vinilo vidrios · Aluminios Guzmán · Suministro accesorios baño · Aquacontrol alta tec sanitaria · Cerraduras electrónicas · Assa Abloy Hospitality Iberica · Fotos aéreas · Aviat aviacion y trabajos aereos · Automatismos puertas · Besam Iberica · Suministro hormigón planta · Betonalia · Albañilería y revestimientos · Canapuerto 3000, Consbarman 2009, Madocle 2011, Romeluc · Estructuras metálicas y carpintería de acero · Carpintería metálica hnos nieto · Ensayos · Centro de est mat y ctrl obra · Vallado obra · Ceyconse · Suministro accesorios baño · Cifial, Marin suministros higienicos · Regolas y taladros · Cnes. y regolas fd camacho, Taladros Hispalis · Yesos y escayolas · Conforser Andalucía · Pulido y abrillantado suelos · Construcciones R S L · Tornos acceso obra · Controlphuc · Pinturas · Cosevi 2002, Eterama de pinturas · Mamparas aluminio · Cossio Lopez Miguel Angel · Demoliciones y gestión de residuos · Derribos y movimi de tierras Sevilla · Suministro trampillas · Diseño y colocacion · Tolva ropa sucia · Division industrial Artis Teril · Limpieza fachada y restauraciones ladrillo visto · Especialistas verticales alto nivel · Ferretería · Ferreteria industrial hispalis, Romeluc · Ejecución estructuras · Ferroutrera · Suministro acero · Ferroutrera · Bombeo hormigón · General de bombeo de hormigon · Pavimentos resina epoxi · Godur Andalucía · Autogrúas · Gruas Alejandro XXI, Gruas Maestranza · Suministro acero · Grupo Aliser · Suministro mallazos acero · Hierro instalado y suministrado · Fijaciones metálicas y tacos químicos · Hilti Española · Almacén materiales · Hormigones premacons · Suministro hormigón planta · Hormigones y morteros preparados · Suministro teja artesana de barro · Huertas Leon David del Seor · Moqueta Bar Americano · Ice international BV · Suministro aislamientos · Impermeabilizantes Sani · Estructuras, tejados, albañilería, revestimientos · Infraestructuras Orom · Seguridad integral · Ingeplus prevenciones · Tabiques móviles · Ismobel, Sismovil · Muebles EC Harris · J D M Silleria · Fontanería · Jada Fontanería · Grúas torre · Jaso equipos de obras y construcc · Aplicación perlita - vermiculita · Joaquin Ojeda Garcia · Suelo técnico · L Mas · Reparaciones mármol in-situ · Marm. y gran. Gonzal. de la Rubia · Suministro piedras naturales · Marm. y gran. Gonzal. de la Rubia · Almacén materiales · Mat. const. Matias arbol, Saneamientos Palma Japon · Vidrios RF · Metalisteria almanseña · Sistemas modulares · Metodos de instalaciones del sur · Suministro gres y azulejos · Navi xeram · Cálculo cimentacion grúas · Nesur tecnologia y servicios · Mortero nivelante · Obras atenea sur · Suministro ladrillo visto · Refractarios Andalucía · Regolas y taladros · Regolas y taladros del Sur · Reparaciones estructurales · Res. Epoxi para la const · Suministro de tejas, cerámica artística y restauración de murales · Rodriguez Gutierrez Josefa · Suministro tuberías · Saniplast · Restauraciones techos · Seco-Velasco · Secado soleras · Sedeco · Vigilancia obra · Serramar · Demoliciones y gestión de residuos · Sevillana contratas del Guadalquivir · Carpintería metálica · Taller y construc. metalicas Joise · Suministro tuberías · Saniplast · Restauraciones techos · Seco-Velasco · Suministro puertas RF · Talleres Roper · Alquiler torres ventilacion · Torres servicios tecnicos · Suministro viguetas hormigón prefabricado · Viguetas Guillena · Suminisro bovedillas hormigón prefabricado · Vipreluc · Control calidad · Vorsevi ·



SOLUCIONES
EFICIENTES EN
CALEFACCIÓN Y
CLIMATIZACIÓN

PROBLEMAS CON EL SUMINISTRO? ECO G ES LA SOLUCIÓN...

LA NUEVA ECO G ES LA OPCIÓN DE VRF MÁS ECOLÓGICA

La nueva bomba de calor con motor accionado a gas de Panasonic es el sistema perfecto para proyectos donde puedan existir problemas de suministro eléctrico. La nueva ECO G:

- :: Opera con gas natural o gas propano.
- :: Ofrece un amplio rango de capacidades para dar solución a cualquier proyecto, de 45 kW a 142 kW.
- :: Opera hasta -20 °C sin pérdida de capacidad y sin necesidad de ciclos de desescarche.
- :: Cogenera mediante el aprovechamiento del calor residual para producción de agua caliente.
- :: Se conecta a todas las unidades interiores y mandos de control de la gama ECO i.
- :: Dispone de un sistema de recuperación de calor a 3 tubos.

¿Quieres perder esta oportunidad?

Visita www.panasonic.es o regístrate en www.panasonicproclub.com para saber más sobre el nuevo ECO G.



ECO G

eficiencia
energética

ECO G

refrigerante
ecológico

R410A

hasta
-20°C en
modo calor

TEMPERATURA
EXTERIOR

heatingandcoolingsystems



Foto: Carlo Suffredini (Director General del HOTEL ALFONSO XIII de Sevilla)

Carlo Suffredini

Director General del HOTEL ALFONSO XIII de Sevilla



«El Hotel Alfonso XIII transmite lujo en todos los sentidos tanto en su arquitectura y decoración cómo en sus instalaciones actuales, acordes a un hotel de esta categoría»

Director del Hotel Alfonso XIII desde el año 2006, Carlo Suffredini, Italiano de nacimiento, europeo de vocación y sevillano de elección, lleva 25 años trabajando para la cadena Starwood Hotels & Resorts Inc. a lo largo del mundo. Actualmente, y en representación del Hotel Alfonso XIII, es miembro activo de la Asociación de Directores de Hoteles de España y de Europa. En esta entrevista concedida a HOSTELPRO, Carlo Suffredini, nos destaca las mejoras llevadas a cabo en el hotel, tras una inversión de más de 20 millones de euros y de 9 meses y medio de reformas, para que este singular establecimiento continúe siendo uno de los hoteles más grandiosos de Europa y uno de los edificios más emblemáticos de Sevilla.

“Starwood Hotels ha invertido más de 20 millones de euros en esta reforma de 9 meses y medio, con el objetivo de seguir siendo uno de los hoteles más grandiosos de Europa”

Toda una vida dedicada a la hostelería, 25 años en Starwood Hotels & Resort Inc, y actualmente como Director del Hotel Alfonso XIII, ¿qué llega a sentir un director por el establecimiento que dirige? ¿y por su equipo?

Me siento muy orgulloso por tener la oportunidad de dirigir este tan preciado patrimonio histórico de la ciudad y sobre todo por trabajar con un equipo tan profesional y experimentado.

¿Qué principales magnitudes tiene el hotel? (superficie, número de habitaciones, empleados, ocupación...)

El Hotel Alfonso XIII tiene una superficie de unos 39.000m² aproximadamente incluyendo los espectaculares jardines rodeando el edificio, ha aumentado a un total de 151 habitaciones donde hemos mantenido la mezcla de los tres estilos castellano, andaluz y árabe (18 deluxe queen, 56 deluxe dobles, 58 grand-deluxe dobles, 10 junior suites, 4 deluxe suites, 3 suites ejecutivas, 1 suite real y 1 suite reales alcázares) e incrementado a 180 empleados después de la reforma del hotel.

Tras la importante rehabilitación que ha experimentado el Hotel, ¿qué principales objetivos se ha marcado?, ¿qué espera la multinacional Starwood de su gestión del Alfonso XIII?

Starwood Hotels ha invertido más de 20 millones de euros en esta reforma de 9 meses y medio, con el objetivo de seguir siendo uno de los hoteles más grandiosos de Europa y continuar siendo uno de los edificios más emblemáticos de Sevilla, que habiendo sido construido para la exposición iberoamericana del 29 hemos conseguido renovarnos al siglo XXI.

¿Qué mejoras se han realizado que contribuyan al confort de los huéspedes? (Domótica y nuevas tecnologías) ¿Por qué es ahora mejor el Hotel Alfonso XIII?



Foto: Hotel Alfonso XIII. Exterior



Foto: Hotel Alfonso XIII. Patio

Esta reforma ha supuesto una mejora completa de infraestructuras, desde climatización independiente en cada habitación y zonas comunes, línea telefónica directa, televisión con canales internacionales y un canal interactivo de televisión propio SPG-TV, línea WIFI de alta velocidad, nuevos ascensores para dar agilidad al servicio, renovación de la decoración, hasta creación de nuevos espacios gastronómicos cómo la Bodega Alfonso, bar de tapas contemporáneo dónde sólo los productos de gran calidad son servidos con un toque único, dónde destaca su gran terraza abierta hacia la Puerta Jerez en pleno corazón de la ciudad, el Bar Americano con mucha solera que nos remonta a la época de la construcción del hotel donde

se puede disfrutar de un exquisito cóctel al mismo tiempo de escuchar fusión de jazz y flamenco en vivo todos los jueves, y el Restaurante Taifas junto a la piscina del hotel con fuertes connotaciones árabes en decoración y cocina estilo mediterráneo.

¿Afecta igual la crisis cuando se trata de este tipo de establecimientos? ¿Qué se está haciendo desde su Hotel para combatirla?

La crisis afecta cómo es lógico a todos, sin embargo estamos intentando acercarnos a los sevillanos y andaluces ofreciendo ofertas en fechas determinadas, organizando jornadas gastronómicas, menús de empresas, brunch todos los domingos, tertulias, catering deluxe, etc.; estamos

intentando adaptarnos, abriéndonos a la ciudad y lanzando precios muy competitivos.

¿Qué percepciones transmite el Hotel Alfonso XIII a sus visitantes? ¿Por qué regresan los antiguos clientes?

El Hotel Alfonso XIII transmite lujo en todos los sentidos tanto en su arquitectura y decoración cómo en sus instalaciones actuales, todas ellas acordes a un hotel de esta categoría.

Nuestros clientes continúan siendo fieles, ya que tras la reforma hemos conseguido mantener la esencia y el estilo del Hotel y además hemos mejorado en el servicio y atención personalizada a nuestros clientes.

Foto: Hotel Alfonso XIII. Restaurante Taifas





Foto: Barceló

Software de gestión: el corazón de los hoteles

En la última década, los sistemas de gestión para establecimientos hoteleros han tenido un enorme desarrollo en España, facilitando la propia modernización y crecimiento del sector, hasta convertirse en el corazón para manejar el negocio de alojamiento. Sin embargo, la actual crisis económica ha potenciado aún más la utilidad de estas soluciones informáticas, como claves para tres factores imprescindibles: optimización de los recursos, diferenciación ante la competencia y captación y fidelización de la clientela. Las principales comercializadoras de software en el mercado nacional opinan para HOSTELPRO sobre todos estos factores, el lanzamiento de nuevas aplicaciones y sus apuestas de futuro.

El turismo es uno de los grandes sectores económicos que está aprovechando con mayor intensidad los enormes avances tecnológicos que se suceden a ritmo de vértigo en todo el mundo. Dentro de él, los hoteles han alcanzado un nivel de sofisticación tal, que cualquier

establecimiento, sin importar su dimensión, ubicación o especialidad, puede gestionarse sin necesidad de presencia física por parte de sus propietarios o ejecutivos, mediante el manejo al instante todos los datos necesarios para la toma de decisiones. Gracias a las nuevas generaciones

de sistemas como PMS (Property Management System), las distintas áreas que conforman un hotel se pueden gestionar de manera integrada, si bien aún hay un camino por recorrer para solucionar diversos problemas, como el de compatibilidad. Así, conceptos tan heterogéneos como la recepción de huéspedes, disponibilidad de habitaciones, reservas online, compras y stocks, tarifas, facturas, salas de reuniones o restauración, junto a otros de mayor complejidad técnica como la atención de redes sociales, IPTV (televisión por Internet), zonas WIFI o fidelización de clientes pueden contemplarse como un todo que ayude a optimizar el funcionamiento global de un establecimiento hotelero, con un importante ahorro de costes y la consiguiente mejora del beneficio operativo.

Un PMS moderno, como el que comercializan todas las empresas

especializadas en su desarrollo, tiene entre sus principales ventajas ser un sistema modular, para adaptarse fácilmente a las muy diversas características y diferentes necesidades de cada uno de los negocios de hospedaje en los que está dividido el negocio hotelero. Entre estos, podemos encontrar perfiles tan divergentes como hoteles independientes, integrados en cadena, urbanos, resorts vacacionales, rurales, balnearios, de gran capacidad, medianos o pequeños, de lujo o low cost. Para todos ellos tiene que haber una solución específica y a la vez global, y su tecnología tiene que permitir al sistema estar alojado en la ubicación física del hotel o de forma remota en servidores de la proveedora del sistema. Por eso, todas las fabricantes de software “escuchan” la problemática de cada uno de sus clientes para dar así con una solución concreta a todos ellos.

En la actualidad, el software de gestión está ampliamente extendido por el mundo empresarial hotelero, alcanzando cuotas cercanas al 100% en los mercados más avanzados del mundo, como el norteamericano o el británico, y entre las cadenas hoteleras grandes y medianas de cualquier parte del planeta. Sin



Foto: Amadeus Hotel Platform

embargo, aún existe un amplio universo de establecimientos, generalmente los pequeños e independientes, todavía ajenos a una tecnología que ha probado su enorme utilidad, pero quizás aún con un precio elevado en un contexto de grave crisis en la economía mundial y un acceso limitado a la financiación, aunque su contrapartida es una notable simplificación de las tareas. No

obstante, es inconcebible la pervivencia en un futuro próximo de hoteles sin estos sistemas o con ellos ya obsoletos, fundamentalmente por las exigencias del cliente, que demanda información rápida y constante sobre tarifas, reservas, disponibilidad... y está atento además a las experiencias de otros usuarios, de las que a menudo depende su decisión definitiva de compra.

Foto: FrontHotel



Precisamente, el conocimiento minucioso del consumidor final (necesidades, gustos, frecuencia de hospedaje, interactividad en redes sociales, etc.), a través de herramientas como CRM -sistema de gestión de las relaciones con los clientes-, es una de las áreas más prometedoras en el futuro desarrollo de software para gestión hotelera, junto a la universalidad de accesos a cada programa a través de todo tipo de dispositivos móviles (como smartphones o tabletas). Asimismo, la potenciación del cloud computing (almacenamiento en la nube), que permite olvidarse del mantenimiento de complejas y caras infraestructuras de hosting en la propia empresa, y el novedoso pago por uso (“software as a service” –SaaS-), una especie de alquiler periódico de las aplicaciones, que pone al alcance de estos sistemas a los establecimientos de menos poder adquisitivo, son los actuales revulsivos de un sector en permanente revolución tecnológica y en constante creatividad.



Foto: Hostelpo

La crisis, motor de la competitividad

No obstante, entre las propias empresas desarrolladoras y comercializadoras de software de gestión se tiene conciencia de los problemas que atenazan al sector turístico en general, y al hotelero en particular, a la hora de implantar sus sistemas, pero también proponen soluciones y están dispuestas a adaptarse a esta difícil coyuntura. A este respecto, César Díez Rivera, director general de Micros Fidelio España, opina que “la incertidumbre en la evolución del negocio de nuestros clientes hace que la decisión de inversión en soluciones de gestión sean cortoplacistas y estén principalmente enfocadas hacia herramientas que les ayuden a potenciar sus ingresos, asumiendo el mínimo coste de entrada posible”. Es por eso que en un mercado hotelero tan competitivo como el actual, añade César Díez, “es indispensable el uso de herramientas que permitan llegar a sus potenciales clientes de forma más directa y ágil”. En esta línea, añade, “la demanda de soluciones de comercialización online, tales como motores de reservas enlazados con la página web del hotel o herramientas de channel management, son el tipo de soluciones que más interés despiertan”. Por ello, “Micros Fidelio ofrece la distribución de reservas por internet mediante la conexión a canales de distribución mundiales, con la ventaja de poder mantener un inventario único, simplificando de esta forma la

operativa, ya que permite gestionar todos los canales desde una misma pantalla dentro del PMS. Asimismo, se trata de una solución de distribución totalmente escalable y asequible para todos los hoteles, ya que no requiere de la adquisición de licencias”.

Por su parte, Covadonga Álvarez, delegada comercial de Serenísima Informática España (Protel), opina igualmente “que el mercado está retraído a cualquier tipo de inversión, aunque eso suponga unos claros beneficios. El hotelero centra todos sus esfuerzos en vender y rentabilizar su negocio con las herramientas que tiene, sin valorar que precisamente el contar con un sistema de gestión adecuado le ayudaría a obtener más fácilmente estas metas”.

“El software de gestión está ampliamente extendido por el mundo empresarial hotelero, alcanzando cuotas cercanas al 100% en los mercados más avanzados del mundo”

En este sentido, está convencida de que “herramientas como Protel Hotel Software permiten a los hoteles alcanzar sus objetivos rápidamente, al permitir conocer a los clientes, fidelizarlos, valorar a aquellos que realmente son rentables para su negocio y a obtener información en todo momento de sus principales ratios de negocio”.

Asimismo, Isabel Ballester, directora comercial de Datisa, pone el énfasis en la actual coyuntura económica como uno de los grandes inconvenientes en la modernización tecnológica de los hoteles, “a pesar de que este sector no es de los más afectados por la crisis, sin embargo se han parado muchas inversiones en nuevas tecnologías”. Si bien los hoteleros son conscientes de la importancia que tienen estas herramientas para la evolución del negocio, “muchos de ellos no se atreven a arriesgar y prefieren ‘tirar’ con lo que tienen, lo que representa un reto importante para los proveedores de este tipo de soluciones”. En su opinión, “el principal valor que demanda un hotelero es encontrar un sistema de gestión fiable,

Imagen de un producto de Tesipro

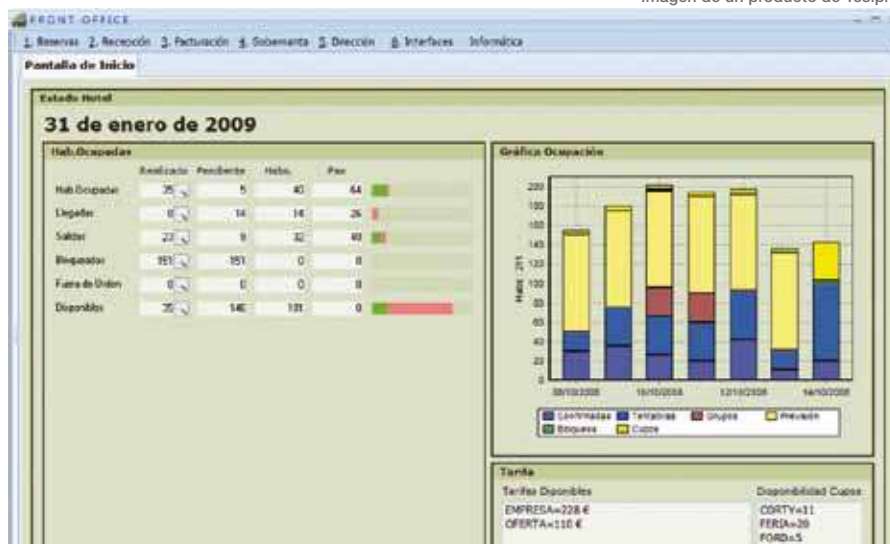




Foto: Melia

ya que al tratarse de establecimientos que ofrecen un servicio ininterrumpido 24 horas necesitan herramientas con máximas garantías de funcionamiento". Otro valor muy demandado por los hoteleros "es contar con herramientas modulares, que integren de una manera centralizada la información de las distintas áreas del negocio (financiera, de compras, del restaurante, etc.), para disponer de toda la información que se requiera con un solo click de ratón".

Por su parte, Carmen Guerrero, consultora preventiva de Sistemas de Gestión Baleares (Navihotel), también señala a la crisis como el mayor problema para una mayor penetración de la tecnología de gestión hotelera: "existe miedo a invertir, a causa de las dificultades de financiación y la incertidumbre respecto al entorno económico actual". Por ese motivo, "la implantación de un sistema de gestión se ha convertido en una necesidad fundamental ante los cambios que el mercado está experimentando actualmente -y el sector hotelero español es consciente de ello-, por lo que está entrando en un nivel de evolución en tecnología bastante óptimo, aunque queda un largo camino por recorrer". En su opinión, "la implantación de un software como Navihotel permite unificar y centralizar todos los procesos operativos de su hotel, potenciando la interoperabilidad entre los distintos departamentos y obteniendo como beneficio el control y la visualización de las operaciones, soporte para la toma

de decisiones, eficiencia administrativa, productividad, servicio a clientes y ahorro en costes operativos".

Uno de los problemas a resolver para una mayor implantación de software de gestión es saber trasladar al hotelero el conjunto de mejoras que representan y sus ventajas competitivas. A este respecto, Ángel Madrona, gerente de ICG Software (FrontHotel), opina que "debido a cuestiones formativas o por la experiencia que un gestor hotelero haya podido obtener, en ocasiones las empresas tecnológicas tenemos dificultades para intentar convencer de las mejoras que podemos aportar". Por eso, "aún existe un largo recorrido

para que el sector hotelero alcance un nivel óptimo de tecnología, si bien el elemento mínimo que debería contar un hotel sería un PMS totalmente integrado con el resto de departamentos del hotel y a la vez interconectado con motores de reservas y Channel Manager". Sobre este tema, Ángel Madrona afirma que "la integración total entre el software de gestión e internet es uno de los retos de este sector, a causa de que cada día se utilizan más herramientas y aplicaciones a través de internet como opción para consultar y formalizar reservas en hoteles, el cliente demanda que su presencia en la red y el PMS estén cada vez más integrados. Disponer de estas integraciones da como resultado más eficiencia y optimización de la gestión".

Frente a lo que pudiera creerse, nuestro país, una de las potencias mundiales en la industria hotelera, es también un referente en el software de gestión a nivel internacional. Así lo cree Francisco Vargas, director general de Tesipro Solutions, una de las empresas punteras del mercado nacional en este sector: "en cuanto a tecnología, los PMS desarrollados en España son más avanzados que los concebidos en otros países líderes, como Estados Unidos o Alemania, ya que están adaptados a las características de nuestra hotelería, además de contemplar cuestiones tan importantes como el servicio real del mantenimiento 24 horas. En ocasiones



Imágenes de un producto de Opera





Foto: Barceló

se vende mucho 'humo' en relación a los PMS y eso está confundiendo al mercado hotelero español".

Ahorro de costes y diferenciación

Antonio Morales, gerente de cuenta del sector público de Tectur, ahonda en esa misma opinión de compaginar la crisis con las mejoras tecnológicas: "el sector de software de gestión hotelera está asistiendo a un difícil equilibrio entre las dificultades del contexto económico de los últimos años, que llevan al freno de las inversiones por parte de los clientes en cuanto a la mejora o sustitución de soluciones tecnológicas que dificultan la eficiencia operativa, y la diferenciación estratégica. Aunque la situación no es nada propicia, sí podemos constatar la necesidad cada vez mayor de los hoteles de disponer de herramientas de gestión más completas que le faciliten todas sus tareas. Aun así, esta incertidumbre provoca que las decisiones de inversión sean en el corto plazo y orientadas a potenciar sus ingresos, asumiendo el mínimo coste posible". No obstante, Antonio Morales no rehúye la autocrítica al sector al señalar "que en España existen todavía carencias tecnológicas

que la oferta actual no puede cubrir, por la ausencia de integración entre los distintos sistemas presentes en el hotel". Aún así, "con la implantación de Host PMS, el hotelero logra de manera rápida y eficaz reducir los procesos operativos, obtener datos precisos y en tiempo real para la toma de decisiones estratégicas, una mejora de la comunicación entre departamentos y reducción de errores, gestionar reservas y tarifas de manera ágil e intuitiva y lograr una reducción de costes de hardware".

En este mismo sentido, Alberto García, director comercial de Millenium Soft (Othello), destaca también la "sequía de inversiones" que vive el sector hotelero: "la crisis va a retrasar bastante tiempo toda la inversión necesaria en el sector, pero creo que la conectividad y los nuevos retos compensarán el freno que supone este contratiempo, porque en un entorno tan complejo, cambiante e interconectado es absolutamente determinante poder tomar las decisiones y estar posicionado con la mismas armas que tu competencia, es decir, entender la demanda y vender a los mismos canales con criterios de competitividad en precio y en producto".

Como resume a la perfección Manuela Redondo, responsable de marketing de Proconsi, "las soluciones tecnológicas que demandan los establecimientos hoteleros se centran en cubrir dos objetivos fundamentales: el ahorro y control de costes y la diferenciación con respecto a la competencia".

Precisamente, el ahorro de costes y la optimización de los recursos es uno de los viejos problemas del sector hotelero y que los modernos sistemas de gestión han tratado siempre de perfeccionar. A este respecto, Isabel Ballesteró opina que el ahorro en costes que se obtienen con la implantación de software de gestión son múltiples: "el principal, sin duda, es la automatización de procesos, sobre todo administrativos, con la que se eliminan muchas tareas manuales que suponen tiempo y esfuerzo del personal. Después están los ahorros en recursos financieros (mejorando la gestión), pasando por ahorros en el consumo de productos en la preparación de platos (con la aplicación de fórmulas), hasta el ahorro en inmovilizado, a través de su mejor gestión o en las unidades necesarias de múltiples artículos (menaje, toallas, sábanas, etc.), con la optimización del almacén".

Y un ahorro muy importante con los sistemas de gestión, y que resulta difícil de medir, es el ahorro en errores. "Dicen que la mejor manera de evitarlos es no cometerlos y los modernos sistemas de gestión, con su filosofía del dato único, ayudan precisamente a esto, al automatizar la introducción y reutilización de los datos", concluye Isabel Ballesteró.

En opinión de Jeff Edwards, VP of Hotels de Amadeus, existen cuatro áreas clave en las que debe trabajar el sector hotelero para garantizar su competitividad y eficiencia: experiencia del cliente, globalización de los mercados, el valor de la marca y la agilidad operativa. "Ante un cliente cada vez más sofisticado y complejo, con un imparable crecimiento de los mercados emergentes, es obligada la eficiencia en la comercialización, la competencia operativa y un buen procesamiento de la información". En este sentido, "los hoteles necesitarán una infraestructura tecnológica sólida

“El uso de sistemas que aglutinen y procesen de manera ordenada los datos, será fundamental para identificar tendencias y anticiparse a las necesidades “

y flexible, que integre la gestión de reservas, canales, precios e ingresos, así como programas informatizados de fidelización, que refuercen la promesa de la marca en cada momento de interacción con el cliente. El uso de sistemas que aglutinen y procesen de manera ordenada los datos de los clientes y los establecimientos también será fundamental para identificar tendencias y anticiparse a las necesidades con eficacia y rigor para facilitar la agilidad operativa y el lanzamiento de nuevos productos”.

La adopción de soluciones tecnológicas de gestión, en opinión de Jeff Edwards,

“puede elevar los ingresos de un hotel entre un 4% y un 8%. La clave es que los hoteleros se puedan centrar en las funciones meramente de su negocio, sin tener que estar pendientes de la parte tecnológica”.

Oportunidades en el cambio de modelo turístico

Como siempre ha ocurrido, las crisis agudizan los sentidos y abren la puerta a nuevos negocios y desarrollos hasta entonces no explorados. En este punto, Cristina Hernández, directora de ventas de Rate Tiger, ve una gran oportunidad en el cambio de modelo del mercado turístico español, que tradicionalmente ha trabajado con agencias de viajes y GDS. Así, señala que “el desarrollo de tecnologías de reservas online está obligando a los hoteles a cambiar sus estrategias y a lidiar con una mayor selección de partners de reservas”. Al mismo tiempo, continúa, “la economía y las opciones low-cost están retando a las propiedades a mantener sus

ingresos y ser competitivos de manera simultánea, por lo que la fijación de precios es mucho más importante ahora; pero la limitada tecnología para comparar tarifas en este tipo de mercados ha hecho muy difícil esta tarea de revenue management”. Sin embargo, añade Cristina Hernández, “creo que tecnología como nuestros productos RTCorp y RTSuite Shopper satisface éstas nuevas demandas. Los hoteles también quieren hacer un revenue management más complejo e inteligente, especialmente porque anteriormente no usaban esta tecnología, debido a que España ha sido un destino muy popular durante muchas décadas y no lo había necesitado, mientras que ahora sí”.

Por su parte, para Chano Gómez, director comercial y de marketing de Consultores Canarios de Informática (Noray), “la industria turística, al igual que el resto de los sectores económicos, se enfrenta a una serie de retos y a continuos cambios. En el caso de los hoteles, la problemática gira en torno a

Soluciones informáticas para el Hotel de hoy

GH-HOTEL

Reservas
Facturación
Auditoría
Estadísticas
Yield

GH CREDITOS

Cobros
Remesas
Depósitos

GH-TPV

Ventas
Escandallos
Telecomanda

GH-SALONES

Planning
Ordenes
Presupuestos

GH-CONTAB

Plan General
Analítica
Amortización

GH-CRM

Gestión
Comercial

GH-STOCK

Pedidos
Albaranes
Facturas
Ofertas

GH-WEB

Reservas
On-Line

GH-SPA

Cabinas
Personal
Grupos

GH-BASIC

Hoteles
Hostales
Casas Rurales

GH-INTERFACE

Teléfono
Pay-TV
Llaves
Lector DNI

GH-CRS

Central
de
Reservas



www.gruphotel.com

Solicite más información:

Tel: +34 91 184 16 96

E-Mail: gruphotel@gruphotel.com

EL FACILITY MANAGEMENT ATERRIZA EN EL SECTOR HOTELERO

Una nueva herramienta de gestión de activos hoteleros acaba de llegar a España, después de su probada funcionalidad en otros mercados más maduros, como el británico o el norteamericano. Se trata del Facility Management, cuyo cometido principal es administrar y asegurar el mejor funcionamiento de un inmueble y sus servicios asociados, mediante la integración de personas, espacios, procesos y tecnologías. Permitirá al hotelero centrarse en su actividad principal, la comercialización de alojamiento y comida y bebida, para encomendar a esta nueva herramienta la optimización del resto de actividades conexas, como los suministros energéticos o tecnológicos, costes laborales, subcontratas, horarios del personal, etc. El uso de este sistema persigue la optimización global de todos los recursos disponibles, de acuerdo a las necesidades particulares de cada inmueble y ofrecer la información necesaria para tomar las decisiones oportunas en cada instante, con el objetivo final de mejorar la competitividad y maximizar los beneficios.

De momento, este novedoso sistema de gestión se va a poner en marcha en España a través de un proyecto piloto a gran escala, tras el acuerdo firmado por el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) y la inmobiliaria y gestora de centros comerciales NEINVER. Los hoteles participantes en este ensayo podrán optimizar la gestión de sus inmuebles a partir de un modelo basado en una avanzada matriz de indicadores específicos de rendimiento, que se adaptarán a las circunstancias concretas de cada hotel (localización, dimensiones, tipo de instalaciones, volumen de usuarios, consumos energéticos, etc.). Estos criterios de medición no sólo podrán dibujar una completa "foto fija" del funcionamiento de las instalaciones, sino que facilitará la implementación de estándares dinámicos de mantenimiento preventivo y correctivo del edificio (protocolos de funcionamiento de instalaciones, procedimientos de actuaciones pautas de consumos energéticos, entre otros), que permiten hacer un seguimiento exhaustivo de los costes de mantenimiento, consumos, y servicios del inmueble y su impacto en la estructura de costes del hotel, de los servicios externalizados y las inversiones realizadas, y tomar así decisiones ágiles para modificar y mejorar los procesos que intervienen en su rendimiento.

El proyecto, denominado "Haz que tu edificio sea más rentable: Mejora de resultados del negocio hotelero a través de la optimización en la gestión de activos", no sólo aportará nuevas soluciones que ayuden a mejorar la gestión y competitividad de los hoteles que participen en este piloto, sino que, además, aportará información precisa sobre las áreas y departamentos de gestión clave, y permitirá diseñar un modelo de Facility Management Hotelero adaptado a las particularidades del mercado turístico español.



Foto: Pedro García y Salvador Torres (Vicepresidente y Presidente de Asociación Internacional de Facility Management [IFMA] España)

Inteligencia de Negocio –obtención de información veraz para la toma de decisiones-, soluciones que le ayuden al control del gasto y el aumento de la productividad”.

Covadonga Álvarez abunda también en esta problemática de los profundos cambios estructurales que está sufriendo el turismo a nivel mundial: “la coyuntura actual y la creciente utilización de internet para la obtención de información están haciendo que el sector hotelero cambie sus prioridades en el modelo de gestión, pasando de un puro control de gestión a un modelo con más énfasis en el área comercial. Ya no basta con controlar los principales parámetros de gestión (ADR, RevPAR....), como hasta ahora; hoy es imprescindible conocer al cliente y saber su fuente de origen, para vender más y a mejor precio”. En este sentido, continúa Covadonga Álvarez, “los directivos de los hoteles buscan soluciones para trabajar en tres importantes frentes: el primero, la obtención de los datos de gestión a través de herramientas como la Business Intelligence, que les facilitan la labor de cruzar los datos de gestión, atendiendo a criterios complejos, de una forma dinámica. El segundo, una herramienta de CRM que facilite al departamento comercial la explotación de los datos de los clientes para desarrollar campañas de marketing, mejorar de la relación con los clientes y establecer programas de fidelización. Y el tercero, la distribución electrónica que ha revolucionado la forma de hacer negocios en este sector”.

De su lado, Marc Llobet, director comercial de Gubse (Sihot), se decanta por el desarrollo futuro de soluciones que “favorezcan el pago por uso –el ya citado SaaS- y las que permiten trabajar en entornos abiertos y faciliten la movilidad”. Pero además, “cada vez estamos comercializando más sistemas que integran extranets, para maximizar así el revenue del hotel, a través de las ventas generadas mediante agencias e IDS/ADS. Por supuesto, estos sistemas están perfectamente integrados con Sihot.Web y Sihot.Channel Manager, lo que permite incrementar las ventas, optimizar los recursos humanos y minimizar errores, ya que las reservas entran directamente al PMS sin ninguna

nuevos destinos competidores, cambios en el modelo de negocio, nuevos hábitos de los turistas, mayores exigencias de los mismos, etc. Por lo tanto, el sector hotelero tiene que incorporar soluciones

de gestión que le permitan dar respuesta a todas esas demandas, incorporando herramientas para la conexión con los canales de ventas, CRM para la continua comunicación con sus clientes,

intervención humana, todo está automatizado”.

Para Cristina Hernández “los hoteles están buscando tecnología para simplificar continuamente y hacer más rápida y efectiva la toma de decisiones en tiempo real para hacer fluir la distribución. Además, también están buscando conectividad entre los sistemas existentes y el creciente número de canales de distribución. Es aquí donde la conectividad de nuestro RTConnect ha logrado mayores avances. También está la necesidad de descarga de reservas en PMS, con el fin de eliminar la actualización manual que incrementa el elemento del error humano, y así ayudar a ahorrar tiempo para poder atender otros retos. Algo que tienen los hoteles en común es que la gran mayoría están usando channel manager y PMS, aunque los más grandes y las cadenas tienen múltiples sistemas que incluyen además RMS y CRS, al tiempo que también usan nuevas herramientas que incluyen Google y social media”.

Soluciones para cada necesidad

“En los estudios realizados, tanto sobre nuevo mercado, como en nuestra cartera de clientes, señala Carmen Guerrero, vemos que las necesidades están encaminadas a potenciar la venta a través de canales online -que Navihotel cubre con el módulo CRX-, así como mejorar y personalizar el servicio de los clientes hospedados y el poder usar herramientas de fidelización, como son las de CRM. También tienen bastante demanda “las soluciones de movilidad, que permitan a los directivos acceder a la información actualizada en tiempo real de los datos de explotación y estadísticos de sus establecimientos desde cualquier lugar y en cualquier momento”.

En el caso de Gruphotel, según ha comprobado Mariola Molina, “la mayor demanda está centrada en el control de stock (Gh-Stock), ya que muchos de nuestros clientes no lograban controlar eficazmente este aspecto de la gestión y gracias a las herramientas del módulo han podido obtener la información necesaria para la valoración de resultados y toma de decisiones.

También hemos visto un crecimiento importante en clientes que demandan su propio motor de reservas, porque además de seguir trabajando con otros canales de distribución, el hotelero está interesado en tener su propio motor que le proporciona mayores ventajas, tales como alta automática de las reservas en el software de gestión y tarifas más ventajosas”.

Por su parte, Isabel Ballesteros constata que “crece el interés hacia las herramientas de contabilidad analítica avanzada, que permiten analizar cual es el centro o salón, por ejemplo, que está reportando más beneficios y en qué otro se pueden reducir los costes, etc. Los hoteleros no buscan únicamente aumentar las ventas, sino identificar negocios eficientes que maximicen la rentabilidad, porque estos también repercuten en los beneficios. Por otro lado, lo que buscan las empresas hoteleras españolas en su back-office es la capacidad de disponer de un programa adaptado a la cultura y legislación de su entorno, que les permita optimizar todos sus procesos sin consumir un importante número de recursos”.

En opinión de Joaquín Sánchez Eguren, responsable de soluciones de comercio y turismo de Informática El Corte Inglés,

“La coyuntura actual y la creciente utilización de internet para la obtención de información están haciendo que el sector hotelero cambie sus prioridades en el modelo de gestión”

“el sector hotelero español cuenta con una tecnología razonable y la mayoría de estos establecimientos se han preocupado de equiparse en mayor o menor medida. Aún así, la tecnología sigue avanzando y cambiando, y por ello es necesario e importante que los hoteles sigan adquiriendo nuevas TIC y adaptándose a la innovación”. Actualmente, añade Joaquín Sánchez, “la tecnología está poniendo su foco en las aplicaciones en la Nube, en las redes sociales y en las herramientas para dispositivos de telefonía móvil. Todos estos avances son totalmente adaptables a las aplicaciones para el sector hotelero, por lo tanto veremos cómo los hoteles y cadenas mas pioneras del mercado pronto comenzarán a introducir esta tecnología en su negocio”.

Sulcus Solutions, por su parte, ha optado por especializarse en la comercialización e implantación de soluciones de alto valor

Imagen de un producto de Protel





Foto: Barceló

añadido para hoteles independientes y cadenas hoteleras. Su director general, J. Ramon Alandí, lo explica así: “entendemos que un simple PMS que realiza reservas, check-in, facturas y listados no aporta valor, por lo que ofrecemos un conjunto de soluciones tecnológicas complementarias al PMS, que aportan nuevos ingresos y mejoren la explotación”. Entre este conjunto de nuevas e innovadoras soluciones, añade J. Ramon Alandí “cabe destacar: eRes – CRS y Hub de Distribución Hotelera Online, CRM On Demand by salesforce.com, Medallion PMS SaaS, SEBI Business Intelligence HMS, etc. Todas estas herramientas se comercializan en modo SaaS (Software como Servicio) y no requieren de inversión inicial ni de equipamientos de hardware, ya que están en la nube”.

Múltiples mejoras y nuevos desarrollos

Cada una de las empresas consultadas para este reportaje tiene en marcha distintas soluciones para agilizar los procesos integrales en la gestión hotelera, cubrir nuevos nichos de mercado o actualizar y mejorar aplicaciones ya en activo, además de intentar hacer compatibles unos sistemas con otros y, en definitiva, conseguir beneficio al hotelero, incluso

mediante tarifas más económicas. Para César Díez la tendencia en el mundo de los programas de gestión en el sector y su evolución en la última década, sobre todo en lo que concierne a la distribución electrónica, “ha sido tan rápida que los diferentes programas de gestión han tenido que dar continuas respuestas a las demandas generadas en este punto. Por otra parte, la optimización de tarifas, como consecuencia de la cada vez mayor competitividad, ha provocado que sólo los más capaces puedan ofertar ya novedades y programas de Yield Management pasivo y proactivo, que facilita una gestión integrada con funcionalidades, incluyendo sofisticadas herramientas de análisis de grupos, gestión de clientes individuales y periodos de estancia”.

Entre los últimos lanzamientos de Micros Fidelio cabe destacar Opera Revenue Management System (ORMS), en palabras de César Díez “una herramienta única en el mercado, en cuya creación se ha invertido en los últimos 3 años -en colaboración con los clientes más importantes-, que utiliza un amplio número de recursos para analizar datos y obtener un pronóstico preciso de ocupación, overbooking, hurdles, etc”. Asimismo, Micros Fidelio ha desarrollado soluciones móviles integradas con el PMS a través del Smartphone del cliente,

“La tendencia en el mundo de los programas de gestión y su evolución, ha sido tan rápida que han tenido que dar continuas respuestas a las demandas generadas”

pudiéndose realizar desde el mismo teléfono todas las acciones necesarias para gestionar la estancia del mismo en el establecimiento y también ha logrado avances en cloud computing y SaaS.

También FrontHotel ha incorporado un módulo de gestión Revenue Management, que, según afirma Ángel Madrona, “optimiza la gestión y mejora los resultados de hoteles y cadenas, con filtros por tipo de canales de distribución (agencias online, touroperadores, etc.), indicadores visuales del número de reservas, estancias, y tasas de ocupación con respecto a años anteriores, actualización de la disponibilidad, precios y condiciones con sólo un click, e indicadores por canal de las habitaciones contratadas, canceladas, disponibles y reservadas”.

Por su parte, Gruphotel tiene entre sus novedades de los últimos meses la salida de Gh-Spa (para balnearios y spa del hotel), ampliando así su sistema modular adaptable a cualquier establecimiento, además de una nueva versión del motor de reservas Gh-Web para hoteles independientes y el acuerdo de colaboración con la plataforma de facturación electrónica BS Factura del Grupo Banco Sabadell. Sobre este último sistema, Mariola Molina explica que se trata de “la integración del software de gestión Gh-Hotel con la plataforma BS Factura, permitiendo la generación automática de facturas para su envío y la utilización de su sistema avanzado de corrección de errores, lo que supone un ahorro económico y de tiempo importante”.

Protel, en cambio, ha centrado parte de sus novedades en aplicaciones para dispositivos móviles, destacando Protel for iPad, “que gestiona las solicitudes de reservas desde cualquier lugar y en cualquier momento, registra los clientes, accede a todos los informes,

analiza las estadísticas más recientes y toma decisiones con fundamento, no importa dónde te encuentres”, según confirma Covadonga Álvarez. Otro sistema desarrollado por la empresa, Protel Cockpit, permite “un fácil acceso a las principales funciones e informes de Protel Front Office desde un smartphone y puede registrar reservas, hacer checkouts, realizar encuestas, verificar la disponibilidad, etc.”. Mientras otra importante novedad encaminada a la gestión de la fidelización de los clientes es Protel Survey.

Por su parte, el software de gestión de hoteles y cadenas Navihotel ha pasado a contar con un nuevo paquete de funcionalidad, diseñado especialmente para hoteles y cadenas de carácter urbano. Carmen Guerrero señala algunas de las mejoras incorporadas, como son “la gestión de tarifas diarias, adaptadas a las herramientas de Yield más avanzadas, un potente módulo de Grupos de Negocios para la gestión de convenciones y reuniones empresariales,

así como una completa central de reservas totalmente integrada en el PMS y con una verdadera visión de cadena”. Asimismo, ha desarrollado Movihotel, una solución de movilidad para el sector hotelero, “que recientemente ha sido seleccionada por Microsoft entre las 7 mejores aplicaciones de España para Windows Phone”.

Amadeus, que en 2011 destinó más de 360 millones de euros a I+D, ha lanzado la plataforma Amadeus Link Hotel, que ofrece servicios de marketing y distribución mundiales y en internet (GDS e IDS) a hoteles independientes y grupos hoteleros medianos y pequeños. “Permite la gestión centralizada de tarifas e inventarios, y la tramitación de comisiones de forma automatizada con el fin de garantizar que los intermediarios reciban de manera precisa y puntual el pago de sus hoteles adheridos”, según señala Jeff Edwards. Asimismo, ha incorporado nuevos componentes en la plataforma Amadeus Hotel Platform, “como la integración del módulo de



Imagen de un producto de Proconsi

gestión de ingresos (RMS), para permitir a los hoteleros llenar el máximo de sus habitaciones al precio más rentable según la demanda”.

Rate Tiger ha optado por actualizar, con nuevas versiones, algunos de sus productos más emblemáticos. Así, recientemente lanzó la versión 2.8.2 de RTSuite, que integra todos los módulos dentro de la aplicación -incluidos dos aplicaciones externas-, “para hacer más fácil a los usuarios

micros FIDELIO

MICROS-FIDELIO ESPAÑA
 Avda. Europa, 26 - ATICA VII - Edif. 5 - Planta 3ª
 28224 Pozuelo de Alarcón - Madrid
 Tel.: 902 115 085 - Fax: 915 566 195
www.micros-fidelio.es
www.micros-ecommerce.eu

Confía en los servicios de Micros e-Commerce para estar conectado siempre que lo necesites



Micros ofrece Servicios e-Commerce para aumentar la eficiencia competitiva dentro de la cadena de valores de la hospitalidad y para interactuar de forma activa con tus clientes finales

¿Estás buscando una página web o un motor de reserva on-line?

WEBHotel es nuestro sistema de diseño y gestión de páginas web totalmente personalizable, creado especialmente para hoteles y cadenas hoteleras. Para más información sobre este servicio, visite nuestra página web

Descubre lo que Micros Ecommerce Service puede hacer por ti

- En una única ventana encontrarás servicios de consultoría, productos, canales de distribución y marketing digital.
- Estos servicios especializados abarcan el desarrollo de aplicaciones web.
- Interfaces gráficas de usuario (GUI), interfaces de programación de aplicaciones (API) y servicios web.

Los servicios MICROS e-Commerce:

- cumplen con las necesidades de los hoteleros gracias a la construcción de la marca.
- la fidelización de clientes

acceder a herramientas adicionales de revenue management además dar un panorama completo de precios, channel management, gestión de inventario y opiniones online bajo la misma plataforma”, según afirma Cristina Hernández. Por su parte, en RTReview han sido agregadas la gestión de opiniones online de Facebook y Twitter, así como análisis semánticos de texto “para categorizar mejor el feedback de los clientes como positivo/neutral y negativo más allá de las calificaciones y ratings que dan los huéspedes”. Y en RTCorp los compradores de reservas, OTAs y cadenas de hoteles “pueden comparar precios con filtros inteligentes y parámetros que incluyen tipos de habitaciones o régimen alimenticio”.

Informática El Corte Inglés ha iniciado la distribución de un software de Channel Manager, según señala Joaquín Sánchez “desarrollado con la última tecnología, lo que le convierte en una solución fácil de usar, rápida y robusta. Dicho software es compatible con multitud de navegadores y funciona en múltiples dispositivos, como ipad, iphone, tabletas, etc.”. La filial del grupo de distribución está desarrollando actualmente nuevas aplicaciones basadas en el tratamiento masivo de la imagen digitalizada y la geolocalización.

Subirse a la nube

De su lado, la canaria Noray, que tiene implantadas sus soluciones en unos 200 complejos turísticos, ha sacado al mercado dos nuevos productos en la línea de ahorro de costes en la que está embarcado todo el sector, Noray en La Nube y Noray Alquiler de Soluciones. Chano Gómez resume así sus utilidades: “la instalación en ‘la nube’ y el alquiler de soluciones constituyen dos grandes ventajas para aquellas pequeñas y medianas empresas que tratan de optimizar sus recursos a la coyuntura actual. Con su implantación, se calcula que el ahorro de costes medios de adquisición de licencias puede alcanzar hasta el 60 por ciento y aporta además mucha flexibilidad, lo que permite optimizar los recursos del hotel”.

El pago por uso ha sido también la apuesta de Sihot, con Sihot.SaaS,



Foto: Parador de Alcalá de Henares

y las soluciones móviles, con Sihot. Mobile. Con el primer producto, según afirma Marc Llovet, “los pequeños y medianos establecimientos individuales o pequeñas cadenas hoteleras tienen la oportunidad de acceder a un sistema de gestión a través de la modalidad de pago por uso, con cuotas mensuales. Por su parte, Sihot.Mobile permite el desarrollo de nuestros productos en un entorno abierto, especialmente para ipads, iphones o smartphones, especialmente recomendado para los departamentos comerciales, de ventas y servicios técnicos”.

También Datasa ha añadido a su oferta las disponibilidades en la nube y bajo la modalidad de alquiler (SaaS), “ofreciendo a las compañías del sector una alternativa cómoda e inmediata, para acceder a capacidades de gestión de última generación en las áreas financiera, de compras, almacenes y stock, sin la necesidad de cuantiosas inversiones en software y hardware”, según afirma Isabel Ballester. Entre su oferta para los hoteles en plataforma Cloud Computing destacan las soluciones: Speedy Coda SaaS e Inmda SaaS, a los que se suma el aplicativo Gesda Tpv y Alda H SaaS, éste para la gestión del back-office en hoteles. Otra novedad ha sido la incorporación de módulos PDA avanzados, tanto a sus programas de restauración, como para la gestión de almacén.

Millenium Soft acaba de lanzar al mercado InstantRes –de la mano de “Gestimusa-, un complemento para

Othello. “Se trata de una conectividad para que entren directamente en el book engine del hotel todas las reservas de TransHotel, Keytel, Hotelbed, Booking, Expedia, etc., con el consiguiente ahorro de tiempo”, según afirma Alberto García. Por su parte, Proconsi ha lanzado Proconsi Card y Proconsi Menú. La primera es una solución de carta digital para bares, restaurantes y coctelerías, disponible tanto para Tablet como para Smartphone, mientras la segunda Proconsi es una solución táctil de autopedidos desde la mesa del comensal en mesa para restaurantes y cafeterías. Además, está desarrollando sistemas de fidelización mediante códigos QR. A su vez, Tesipro ha lanzado una integración XML con OTA's , agencias de viaje y GDS, así como integración con sistemas de revenue management.

Finalmente, entre los múltiples lanzamientos de Techtur cabe destacar la nueva versión del sistema de reservas online, que permite que el hotelero pueda, desde su propia web, tener su propio sistema de reservas integrado con su software de PMS, así como la integración con Booking.com, que permite que todas las reservas realizadas en el portal a un hotel puedan integrarse directamente en el software Host de forma automatizada, así como la integración con facebook. También ha creado un nuevo sistema de check-in y check-out automático y otro de control energético para identificar los tipos de consumo energético realizados y optimizar la utilización de energía en la instalación.

Principales empresas de Software de gestión hotelera

Empresa	Marca del Software	Web	Teléfono
ACIGRUP INFORMÁTICA Y ORGANIZACIÓN, S.L.	Acihotel	www.acigrup.com	902121110
A.M. SYSTEM S.L.	AM Hotel	www.amsystem.es	902151863
AMADEUS	Amadeus Hotel Platform	www.amadeus.com	913151575
ANTFOR	Avalon	www.antfor.com	871932000
ASTARTÉ INFORMÁTICA, S.L.	Maître	www.astarteinformatica.com	952601849
ARQUITECTURA DE SOFTWARE PARA HOTELES S.L. - GRUPHOTEL	GH-Hotel	www.gruphotel.com	911841696
ARS SOFTWARE (SAGE ESPAÑA)	GestHotel	www.ars-software.com	902113537
CHEFEXACT	Chefexact	www.chefexact.com	647291140
CLASS ONE	Seven Stars	www.classone.es	981613709
CPS - COMPUTADORES PROGRAMAS Y SISTEMAS S.L.	Hotelo Plus	www.hoteloplus.com	935947520
CONSULTORES CANARIOS INFORMÁT.	Noray Hotel	www.norayhotel.com	902440053
COPERMÁTICA	Copermática	www.copermatica.com	902443333
DATISA	Gesda H 64	www.datisa.es	902328472
E REV MAX	Rate Tiger	www.ratetiger.com	931849665
Ecotel Plus, S.L.	Ecotel Plus	www.ecotelplus.com	902700003
ELCO-DATA - ELECTRÓNICA Y CONTROL S.A.	Elco Gestión	www.elcodata.com	934239969
ENGISOFT - INGENIERIA DE SOFTWARE S.A.	Bird Hotel	www.engisoft.com	902153475
EVOLUCIÓN INFORMÁT. HOTELERA	Timón Hotel	www.timonhotel.com	971478001
GALDON SOFTWARE	gsHotel	www.gsbase.com	902882104
GREEN SOFTWARE	Green Hotel	www.greensoft.es	985195227
GUBSE SUC. EN ESPAÑA - SIHOT	Sihot	www.gubse.com	963449400
ICG SOFTWARE - INICIATIVES DE COMUNICACIONS GEMINIS S.L.	Front Hotel	www.icg.es	973751533
INFORMÁTICA 3 PROGEST S.L.	Hotel3	www.info3.es	972600800
INFORMÁTICA EL CORTE INGLES, S.A.	Informática El Corte Inglés	www.ieci.es	913874700
INFORTUR SOFTWARE S.L.	Infortur Hotel	www.infortur.com	977745002
INNOVACIONES INFORMÁTICAS S.A.	Suite ERP	www.innovaciones-inf.es	915605000
INTER POINT OF SALE	Bdp	www.ipos.es	917543212
K-ROOT	K-Root	www.k-root.es	902363716
LANDÍN INFORMÁTICA	Landín	www.landin.es	986858858
MICROS FIDELIO ESPAÑA S.L.	Opera	www.micros-fidelio.es	902115085
MILLENIUM SOFT S.A.	Othello	www.millennium-soft.es	915020400
NEWHOTEL SYSTEMS	Newhotel	www.newhotel.com	915563808
OFIMÁTICA JAÉN S.L.	OfiHotel	www.ofi.es	902250144
PARSEC SYS	Adapto	www.adapto.net	942367006
PLANET WINNER SPAIN	Winner	www.winnerspain.com	902103586
PRESTIGE SOFTWARE S.L.	Hotel Nómada	www.prestige-soft.com	902158229
PROCONSI S.L.	Proconsi Hotel	www.proconsi.com	902214010
SERENISSIMA INFORMÁTICA ESPAÑA S.L.	Protel	www.serinf.es	933949000
SISTEMAS DE GESTIÓN BALEARES S.A. (NAVIHOTEL)	Navihotel	www.sistemasdegestion.com	902221223

Principales empresas de Software de gestión hotelera

Empresa	Marca del Software	Web	Teléfono
STAFF & LINE	EasyVista	www.staffandline.es	902430412
SULCUS SOLUTIONS S.L.	Medallion	www.sulcus.es	902115784
TEC-SOFT CONSULTING, S.L.	Hotec	www.tec-soft.es	971774844
TECHTUR	Host PMS	www.techtur.com	955024684
TESIPRO SOLUTIONS S.L.	Sigh-Ulyses	www.tesipro.com	902006450
WINHOTEL SOLUTION	Winhotel Solution	www.winhotel.es	971498890

FUENTE: HOSTELPRO



Álvaro Carrillo de Albornoz

Director General del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH)

«ITH asume el papel de departamento de I+D+i de la industria hotelera»

El Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) nació en 2004 bajo el impulso de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), con el objetivo de mejorar la competitividad del sector hotelero y turístico, a través del uso masivo de nuevas herramientas y tecnologías, a cuyo desarrollo también contribuye. Su director general, Álvaro Carrillo de Albornoz, explica su funcionamiento y proyectos.

¿Cuál fue la finalidad y los principales objetivos para la creación de ITH?

Nuestra misión es mejorar la competitividad del sector hotelero mediante la innovación

y la tecnología. Para ello, trabajamos en dos líneas: facilitar el acceso a la innovación, a través de proyectos en escenarios reales, y sensibilizar al sector de la importancia de la innovación, la tecnología y la sostenibilidad

y la eficiencia energética en la gestión hotelera, a través de jornadas, talleres y campañas a nivel nacional e internacional.

¿Quiénes son los principales socios de ITH y qué ventajas obtienen de su participación?

Existen dos tipos de socios, hoteleros y tecnológicos. En el primero, contamos con algunas de las principales entidades del sector en España, incluyendo CEHAT, AEHM, Gremi d'Hotels, ACHE, HOSBEC, ASHOTEL, entre otras, a las que se suman hoteles independientes y cadenas, como Meliá, Iberostar, Sirenis, Fiesta, RoomMate, Hoteles Elba, Artiem Fresh People y Corporación Hispano Hotelera, etc. Entre los socios tecnológicos destacan Gas Natural-Fenosa, Repsol, Microsoft, la marca Buderus de Robert Bosch, TÜV Rheinland, Guardian Glass, Schneider Electric, Baumit, Micros Fidelio, Panasonic, Telefónica, Neinver, Euroconsult, etc.

Para nuestros socios, ITH es el puente entre la tecnología y la industria hotelera; asume el papel de departamento de I+D+i de los hoteles, capaz de analizar el mercado y las tendencias, de investigar nuevas herramientas y probar su aplicación y efectividad en el negocio hotelero; y actúa como una plataforma de difusión a gran escala entre todos los grupos de interés de la industria turística y hotelera. Por otra parte, somos centro de consulta y asesoramiento permanente en asuntos relacionados con sostenibilidad, mejora de la gestión y operativa, comercialización, aplicación de la tecnología, internet, redes sociales y reputación online, gestión de marca, etc. Los socios hoteleros gozan de descuentos preferentes en los productos y servicios de las empresas tecnológicas asociadas (por ejemplo, equipos a precio de

coste, búsqueda de subvenciones, asesoría en contratación eléctrica, ingeniería, apoyo técnico para la incorporación de tecnología, etc.); y además, tienen prioridad para participar en los proyectos piloto que ITH realiza.

¿Qué proyectos desarrolla ITH en la actualidad?

Desde el ITH llevamos a cabo proyectos innovadores que mejoran la competitividad de las empresas hoteleras españolas, en sostenibilidad y eficiencia energética, TICs, operaciones hoteleras, innovación y comercialización. En el Área de Sostenibilidad y Eficiencia Energética, estamos trabajando en un plan de acción global, el Programa Hotel Sostenible, para integrar una serie de tecnologías y equipamientos que, aplicados a un hotel, logren mayores niveles de eficiencia energética y reduzcan su impacto en el entorno. Además se desarrollan varias áreas complementarias, como iluminación interior y exterior, envolvente térmica, climatización eficiente con enfriadoras, micro-cogeneración y bombas de calor (convencionales y geotérmicas), venta de energía útil producida con biomasa y acristalamiento inteligente, entre otros.

Por otra parte, desde el año 2009, el Instituto Tecnológico Hotelero ha trabajado en la definición, diseño e implementación de un modelo de eficiencia energética que pueda aplicarse en instalaciones turísticas. Este proyecto, denominado Plataforma Intelitur, forma parte de la iniciativa desarrollada por el Consejo Superior de Cámaras de Comercio, con fondos FEDER y de la Secretaría de Estado de Turismo, para poner en marcha un Centro de Conocimiento, Inteligencia e Innovación Turística español. Intelitur tiene tres objetivos principales: unificar y transferir el conocimiento existente sobre el sector turístico entre administraciones públicas, entidades, empresas y asociaciones; potenciar la innovación y la transferencia tecnológica y fomentar el desarrollo tecnológico y la difusión de las mejores prácticas en el sector turístico, adaptando la oferta a las nuevas exigencias y oportunidades.

ITH también lidera una serie de iniciativas, enmarcadas en el área de Innovación, entre las que destacan la plataforma TOURISMLink, el proyecto de estándar europeo en sistemas de distribución turística B2B,

basado en la tecnología Travel Open Apps, una herramienta española que permite a empresas turísticas y a destinos de la Comunidad Valenciana comercializar, en una plataforma única, open source, la oferta de la región, y conectarla a los canales de distribución a un coste mínimo.

ITH dirige, además, la Plataforma Tecnológica del Turismo Thinktur, red de empresas y tecnológicas y agentes de la innovación turística, que integran un foro de conocimiento e información para el sector, que gestionan, además de ITH, la Asociación de Empresas del Sector TIC, las Comunicaciones y los Contenidos Digitales (AMETIC), el Instituto de Investigación Polibienestar de la Universidad de Valencia y la Sociedad Estatal de Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas (SEGITTUR).

También, en el Área de Operaciones, ITH concluyó recientemente el proyecto de gestión sin papeles eDocAssistant, en colaboración con Artiem Fresh People Hoteles, cuyo objetivo es mecanizar la información generada por otros sistemas vinculados a las operaciones del hotel (reservas, booking position, roominglists, facturas, albaranes, cartas de pago, movimientos bancarios, etc.), para eliminar tareas mecánicas y destinar los recursos liberados en los procesos de introducción de datos a otras actividades con mayor valor añadido. Finalmente, el Área TICs, el Instituto Tecnológico Hotelero se ha marcado como prioridad explicar la utilidad, el alcance y las posibilidades de las nuevas tecnologías y la web 2.0 como canal estratégico de comunicación y comercialización para el sector hotelero.

Desde el punto de vista tecnológico, ¿cuál cree que es el nivel de equipamiento del sector hotelero español y sus carencias principales?

En general, el nivel es bueno, aunque mejorable. Es satisfactorio ver estudios, como el Informe e-Pyme 2011 -que realizamos anualmente con Fundetec-, donde se evidencia que las aplicaciones ofimáticas tienen ya una penetración superior al 90%, las soluciones de facturación forman parte de la gestión de casi el 80% de nuestros hoteles o que herramientas contables están presentes ya en el 70% de nuestros establecimientos. Este tipo de soluciones de planificación de



Foto: Barceló

recursos empresariales ligadas al concepto de software ERP (Enterprise Resource Planning) están ampliamente extendidas.

Sistemas informáticos más específicos en hoteles, como PMS (Property Management System), por medio de los cuales un hotel recoge su situación operativa y que permiten hacer una reserva, un check-in, un check-out, reflejar el estado de ocupación y la disponibilidad de habitaciones (rooming), los precios e infinidad de variantes más o menos complejas, están integradas al 100% en compañías hoteleras. Estos programas de gestión especializados podemos considerarlos como imprescindibles. De hecho lo son si los hoteles quieren tener información clave sobre sus resultados; y, obviamente, constituyen la base fundamental para una correcta toma de decisiones estratégicas en el hotel. Desde ITH estamos impulsando la incorporación de este tipo de software, dinamizando su empleo no sólo en grandes hoteles, sino especialmente en pymes, a través de proyectos piloto específicos que estamos desarrollando con socios como Micros Fidelio.

La realidad de un entorno como el hotelero, donde los canales de venta cuentan con multitud de actores, y donde los procesos de comercialización son complejos y exigen una gestión esmerada; herramientas

Gestionamos sus servicios hoteleros para que solo se preocupe de la atención al cliente



HOTELES

Husa
Santos
Attica21
Sercotel
Hotansa
Aránzazu
Acevi Hoteles
GSA Hoteles

Axel Hotels
Carris Hoteles
Hotusa Hotels
Derby Hotels
Hoteles Center
Barceló Hoteles
Majestic Hotel Group
y muchos más...

LUGARES

España
Italia
Francia
Alemania
Bélgica
Rep. Checa
Marruecos

Argentina
New York
Austria
Hungría
México
Portugal
United Kingdom

SIGH-ULYSES

Tesipro Solutions ofrece una herramienta eficaz, rápida y de ayuda para la gestión y explotación de su negocio, con una evolución continua para adaptarse a las nuevas tecnologías y requisitos del sector hotelero.

Contacte con nosotros



Tel. 902 006 450
Fax 93 244 93 80
08011 BCN
c/Sepúlveda, 143 5ª Planta

Visite nuestra web

Tesipro 2.0
solutions

www.tesipro.com

Encontrará información al detalle de nuestros productos y servicios.



Tesipro
solutions

Software para hoteles

y módulos de Business Intelligence, soluciones de Revenue Management, CRS, CRM, Channel Management, entre otros, sirven como soporte importante a la gestión del establecimiento, y a corto y medio plazo deben formar parte del día a día del negocio hotelero, fundamentalmente para permitir un correcto diseño de las políticas de comercialización, facilitar la venta a un precio adecuado, aumentar la presencia del establecimiento en los distintos canales de venta y mejorar la experiencia del huésped. En definitiva, supone adecuarnos a la realidad de un mercado que varía constantemente.

Por otro lado, y junto a herramientas que favorezcan la comercialización y gestión del negocio, hay otras más específicas, que sin duda se irán incorporando a corto plazo, orientadas a la gestión de costes de nuestros activos, como el control y monitorización de consumos energéticos para minimizar las desviaciones de consumos respecto a presupuesto, identificar puntos de mejora y un largo etcétera.

¿La crisis económica ha supuesto un freno en la modernización de los hoteles españoles en cuanto a software de gestión?

La crisis financiera ha afectado a todos los sectores en muchos sentidos, especialmente en lo que a inversión en innovación se refiere, y la industria hotelera no es una excepción. Bien es cierto que el crecimiento de la inversión en software de gestión ha sido constante, por lo que la crisis no ha supuesto una pausa muy marcada, más aún si tenemos en cuenta que la madurez de la industria hotelera española había sentado ya las bases de un gestión marcadamente informatizada antes de los años más agudos de la crisis. Una inmensa mayoría de los hoteles españoles cuenta con equipos informáticos, más o menos sofisticados. No obstante, las restricciones financieras han afectado a la tipología, la especificidad y el alcance del software que los alojamientos españoles están adquiriendo, por lo que se postergan inversiones en módulos centrados en la gestión de operaciones hoteleras concretas o ampliaciones de ciertos sistemas de gestión. Estos programas informáticos tienen un coste que se debe considerar; ahora bien, la tendencia actual es que sus desarrollos se realicen cada vez más bajo el empleo de software as a service (SAS), y esto, sin duda, hará que el coste sea cada vez más reducido y los beneficios cada vez más palpables para el hotelero, por lo que es previsible que se incorporen, de forma gradual y generalizada, a la gestión de los establecimientos.

¿Existen ayudas oficiales para la implantación de sistemas de gestión de hoteles?

Hay diversos programas de apoyo en este sentido. Red.es, por ejemplo, ha convocado el programa de ayudas "Alojamientos Conectados", para pymes hoteleras y casas rurales, cuyo objetivo es mejorar la gestión de los establecimientos con un menor nivel de desarrollo tecnológico, y que cuenta con un presupuesto total de 8,3 millones de euros, aportados por el Ministerio de Industria, Energía y Turismo y cofinanciados hasta el 70% con Fondos Europeos de Desarrollo Regional (FEDER). De igual modo, algunas comunidades autónomas han puesto en marcha líneas de financiación para la innovación en gestión operativa a través del programa Innoempresa.

PROYECTO HOTELERO

Hotel Finca de los Arandinos

UN NUEVO ESPACIO SUGERENTE E INSPIRADOR EN LA RIOJA

Finca de los Arandinos es el primer hotel de cuatro estrellas en la región con spa y restaurante integrado en una bodega. Un espacio sugerente e inspirador que cuenta con el interiorismo del diseñador de moda David Delfín y que está rodeado de viñedos, olivos, campos de frutales y montañas. Este centro turístico, enológico y gastronómico, que se asienta en lo alto de una finca de 6 ha., invita a disfrutar de la belleza del paisaje, que se cuela por los ventanales del edificio en forma de tapices naturales. Una arquitectura que firma el arquitecto riojano Javier Arizcuren donde materiales como el hormigón, el vidrio, y la madera, dibujan líneas rectas que transmiten calma y que contrastan con la exuberancia paisajística del entorno.

Foto: Carlos Glera



Foto: Carlos Glera

El lugar, entendido como el conjunto de una serie de realidades físicas, topográficas, climatológicas, pero también de otro tipo, como históricas, económicas, familiares, etc., fue el punto de partida y de destino de este proyecto.

Un cantarral, conjunto de piedras depositadas por los agricultores que

cultivaron las tierras sobre las que descansa la bodega en el límite de las mismas, marca y guía el desarrollo en planta de la bodega.

Esa línea quebrada de piedras, parecía tener vocación de convertirse en muro, y así, el proyecto adopta su geometría a dicha línea reutilizando las piedras para construir un muro que se convierte de

esta forma en preexistencia sobre la que descansa una arquitectura blanca y tersa.

El resultado, una línea cóncava hacia el paisaje lejano, para amplificar las vistas desde el edificio hacia dicho paisaje, y convexa hacia el interior de la parcela, hacia los viñedos, con la intención de abrazarlos e “introducírlos” en el edificio mediante grandes paños de vidrio, en una suerte de fusión de la viticultura y la enología con un único fin, hacer vino.

El programa se resume en una pequeña bodega de elaboración y crianza de vinos de alta gama y un hotel de 4 estrellas con 14 habitaciones, dos de ellas suites.

Con estas premisas, se opta por resolver el programa buscando los dos usos a priori diferenciados, con la intención de que el visitante del hotel tenga la sensación de alojarse en una bodega y que la bodega cuente con una materialización más propia de un hotel que de una actividad industrial. Esto se consigue agrupando ambos usos en un mismo edificio en el que los espacios se suceden sin solución de continuidad, favoreciéndose las visuales cruzadas entre hotel y bodega y entre ambos y el paisaje de viñedos que rodea el edificio.

Foto: Carlos Glera



“la intención de que el visitante del hotel tenga la sensación de alojarse en una bodega”

El hall-recepción y el adyacente comedor en triple altura con vistas a la nave de barricas, son los espacios que mejor ejemplifican lo anteriormente expuesto, con su gran ventanal hacia el paisaje y el monte Moncalvillo, y con conexiones funcionales y visuales con la bodega y las diferentes estancias del hotel; habitaciones, spa, etc.

El hotel Finca de los Arandinos, como se ha comentado, dispone de 14 habitaciones, cuatro de ellas sobre la nave de barricas y decoradas por Javier Arizcuren. David Delfin se ha encargado del diseño de interior de las 10 restantes y las define como habitaciones transformables que sorprenden al visitante con un nuevo detalle tantas veces como las ocupe. El reconocido diseñador de moda ha



Foto: Carlos Glera

desplegado su imaginación además en diferentes espacios como la recepción, el mirador o el restaurante, abierto al público. El chef del restaurante Finca de

los Arandinos, Diego Rodríguez, se ha formado en los fogones de los mejores cocineros de España, como Martín Berasategui o en ‘El Bulli’ de Ferrán

Mercados emisores ¡Haz que reserven en tu hotel!

- ✓ Más de 750 canales (GDS & OTAs)
- ✓ Nuevos Canales: facebook & ebay
- ✓ Gestión de reputación online
- ✓ Integración RMS / PMS
- ✓ Datos de reservas
- ✓ Rate Intelligence

**Codigo
CM2012**

Contrata Channel Manager
y prueba gratis RTShopper
durante un mes

**Soluciones Premium Para Benchmarking
y Channel Management**

+ 34 68 753 88 99 | spain@ratetiger.com | www.ratetiger.com

RateTiger
Save Time Make Money



Foto: Carlos Glera

Adriá y la cocina rinde homenaje a esta tierra rica y generosa.

Una comida tranquila en un lugar tranquilo compuesta por 20 platos, 13 de ellos elaborados con productos 'kilómetro cero', es decir, productores a menos de 100 kilómetros que dedican su vida a sacar lo mejor de la tierra riojana. Luis el artesano charcutero, Eduardo y sus corderos, la familia Flores y sus verduras de Varea o Fernando, el maestro heladero, son algunos de estos elaboradores con nombre y apellidos. El resto de productos son, seguramente, los mejores del país.

En la bodega Finca de los Arandinos se elabora la uva proveniente de los viñedos familiares. En ella se ha empleado una tecnología sencilla, que de forma tradicional, permite elaborar unos vinos de gran calidad, con el máximo respeto por la uva. Actualmente se comercializa

un vino blanco con crianza sobre lías, el 'Viero 2009', y los tintos 'Finca de los Arandinos Crianza 2008', 'Malacapa 2010' y una edición especial 'Finca de los Arandinos 2007', el primer vino. Se organizan visitas guiadas por la bodega con una degustación de los vinos y

"cabe destacar otro espacio del hotel, el spa a pie de viña, que es de uso exclusivo para los huéspedes. Un rincón con espectaculares vistas dedicado a la relajación"

comentada por enólogos en la sala de catas.

También cabe destacar otro espacio del hotel, el spa a pie de viña, que es de uso exclusivo para los huéspedes. Un rincón con espectaculares vistas dedicado a la relajación, donde el huésped puede disfrutar de sauna seca y húmeda, ducha ciclónica y con aromaterapia, pediluvio, piscinas con burbujas caliente y fría, sala de masajes con vinoterapia y una terraza-solarium donde contemplar la paz de la naturaleza.

En un espacio anexo se encuentra 'La Vinería', un edificio multifuncional de dos plantas donde se pueden realizar tanto presentaciones de empresa, con catering, como comidas de grupos o de amigos que se reúnen junto a la chimenea para disfrutar de la típica parrillada riojana al sarmiento. En Finca de los Arandinos además celebran eventos privados como, bodas íntimas, comuniones, cumpleaños o aniversarios.

Accesos, Hall y Comedor

Los suelos, tanto de la entrada principal del hotel como del hall, se desarrollan en suelo continuo autonivelante tipo Pandomo en color crudo-gris. En la



Foto: Carlos Glera

zona de recepción y en la zona de estar próxima a los grandes ventanales y al café, estos son en tarima de madera de pino fijada con rastreles al forjado existente. Ambas zonas de madera se barnizan con incoloro extra mate.

Los techos del Hall y entrada, quedan en hormigón visto, mientras que los que corresponden a la zona de estar, próxima a los ventanales de vidrio, se resuelven con panelado de pladur sin pintar, respetando el color verde del tablero de Pladur hidrófugo.

El techo de la recepción se resuelve con tablero aglomerado chapado en pino y barnizado extramate fijado a forjado existente mediante perfilera de pladur. El techo de los aseos se resuelve con pladur pintado en blanco.

Los muros de hormigón quedan vistos en la totalidad de la entrada y hall. En la zona de recepción, los paramentos verticales del cajón de recepción se aplacan con tablero aglomerado chapado en madera de pino, barnizado en extra mate y fijado a las paredes existentes mediante perfilera metálica de pladur.

Los sanitarios de los aseos son inodoros modelo Happening de tanque bajo de Roca y Lavabo de Duravit, con grifería MR monomando. Se ha instalado en el lavabo un dispensador de jabón empotrado en lavabo en acero cromado. Se ha colocado un portarrollos y un perchero en acero esmaltado en blanco de Vinçon y escobillero en porcelana blanca Roca serie box.

Foto: Carlos Glera



Foto: Carlos Glera

Las canalizaciones vistas de la instalación eléctrica, se resuelven mediante tubo de acero galvanizado, fijado a techos y paredes mediante abrazaderas metálicas. Las cajas de conexiones, igualmente son de acero galvanizado.

La iluminación en la zona del acceso consta de apliques de pared fijados al muro de hormigón existente. En el techo de la zona de estar-café y como remate del encuentro entre el techo y los ventanales, se sitúa una fosa de iluminación en la que se instalan portalámparas de tubos fluorescentes.

En los baños la iluminación se resuelve con el mismo espejo acompañado con 3 linestras fluorescentes que se utilizan en las habitaciones y en los aseos del comedor, y se acompaña de dos luminarias de protección tipo "tortuga" en acero. Se sitúan diversas lámparas de pie independientes.

Los suelos de los aseos anexos al comedor se realizarán con baldosa hidráulica 20x20 en color liso. Los techos de los aseos se resuelven con placas de pladur pintado en color blanco.

PROYECTO DE ARQUITECTURA: ARIZCUREN ARQUITECTOS

Javier Arizcuren, Arquitecto



Javier Arizcuren

Luz, calma, exuberancia paisajística del entorno... ¿Cómo se integra en una bodega un centro turístico, enológico y gastronómico? ¿Qué valor debe predominar?

Luz, calma, paisaje de viñedo,... son conceptos comunes en todas las actividades que se desarrollan en el edificio; es lo que buscan los visitantes del hotel, pero también es lo que el vino necesita (calma) y de donde este procede (viñedo).

Todos los espacios participan de la misma idea que ha generado la totalidad del proyecto, la de permitir a la arquitectura desarrollar un papel unificador de las actividades propias de la bodega con los placeres inherentes a la estancia en un hotel de 4 estrellas y el paisaje de viñedos del entorno inmediato.

Por eso el proyecto cuenta con un único edificio que engloba la totalidad de usos, e incluso estos usos se entremezclan para conseguir diluir los límites apriorísticos entre ellos.

Y por eso ningún valor predomina; el propietario suele bromear diciendo que no sabe si tiene una bodega con hotel o un hotel en cuyo interior existe una pequeña bodega.

¿Cómo se transmite con la arquitectura la sensación de alojarse en una bodega? ¿Qué elementos arquitectónicos contribuyen a ello?

Quizá la sensación de alojarte en una bodega se consigue en momentos puntuales, al acceder y ver la nave de barricas a través del espacio a triple altura o cuando al final del pasillo de las cuatro habitaciones, la sala de catas ejerce como mirador hacia la nave de elaboración.

Resulta más radical la apuesta por hacer permanente la sensación de estar en un paisaje de viñedos en La Rioja, un paisaje bellissimo que cambia con las estaciones. Por la inmediatez de los viñedos propios de la bodega, es posible ver e incluso participar en alguna de las diferentes tareas agrícolas que durante todo el año se realizan en estos viñedos.

Evidentemente las grandes superficies acristaladas son fundamentales para este objetivo de integración del exterior en el interior del edificio, con un doble juego, hacia el paisaje lejano, ventanales puntuales que enmarcan determinadas zonas consiguiéndose una visión estática, como de lienzo colgado en la pared. Hacia el paisaje cercano, el del viñedo propio, una superficie corrida de vidrio permite percibir de manera más dinámica lo que acontece al exterior, es como si el límite, el cerramiento, desapareciese.

Hormigón, metal y vidrio, ¿por qué estos materiales, colores y formas? ¿Qué otros componentes destacan en la Bodega Hotel Finca de los Arandinos?

El vidrio ya ha quedado comentado, hormigón por representar la absoluta inexistencia de artificio que es propia de la naturaleza, convirtiendo los elementos estructurales del edificio en componentes expresivos de la imagen final del mismo.

También destacaría la utilización de mortero de cal y de los muros de mampostería ejecutados con piedra de la propia finca.

¿Obedece la disposición de la planta a algún criterio en particular? ¿Bajo qué premisas se han dispuesto los diferentes espacios? (comedor, habitaciones, zonas de relax...)

Obedece a la preexistencia de un "cantarral" con esa forma en la finca que no es otra cosa que un conjunto de piedras depositado por los agricultores en el límite de una parcela para facilitar las labores de cultivo. Esa línea quebrada de elementos constructivos en potencia como son las piedras, me llamó poderosamente la atención y me recordó a las construcciones autóctonas de los pueblos cercanos, a los cercados de corrales y fincas.

Por eso decidí utilizar no solo esas piedras, sino también hacerlo en el mismo lugar donde los agricultores las habían ido depositando en un trabajo quizá de siglos, de tal forma que el edificio rindiese homenaje y tributo a dicho trabajo.

Los espacios se han dispuesto de manera centrífuga a partir del hueco en triple altura, amoldándose a la topografía de la parcela para obtener las mejores vistas al entorno y proteger de los fuertes vientos del noroeste.

Independientemente de lo sostenible que pueda ser la propuesta, ¿por qué el proyecto es energéticamente eficaz?

Es un proyecto sostenible no solo en lo energético (se han utilizado calderas de cogeneración, galería ventilada para captación solar en invierno, etc.), lo es también en lo social y económico porque supone una inversión en el medio rural, con creación de puestos de trabajo directos e indirectos; su restaurante "Tierra" participa de la filosofía de "km 0" y la mayor parte de los productos son de proveedores locales.



Ficha Técnica

Propiedad · Velilla 2006 · Autores / Proyecto de Decoración · Tito Pérez Mora (Davidelfín y Aka Estudio) · Proyecto de Arquitectura · Javier Arizcuren Casado (Arizcuren Arquitectos) · Proyecto de Actividad de Bodega · Eva Valgañón · Arquitectos Colaboradores · Álvaro Rioja Montero y Miguel Martínez Sancha · Dirección de obra · Javier Arizcuren Casado · Dirección de ejecución · Sergio Ceñera, Jesús Navaridas de Pablo, Fernando Ayensa · Coordinación de seguridad y salud · Pablo Cueto (Riesgo y Trabajo) · Proyectos de instalaciones · Ingeniería Cruz Marqués · Promotor · Velilla 2006 · Gestor · Obras Barrio Mercado · Electricidad y clima · Alke Proyectos e instalaciones · Fecha de encargo del proyecto · Enero 2006 · Anteproyecto · Diciembre 2006 Inauguración · Agosto 2011

Materiales / Carpintería de madera · Carpintería Mecánica González · Fontanería-gas-climatizació · Car · Electricidad · Imel · Ascensores · ThyssenKrupp Elevadores · Resinas · Tezco · Pladur · Tabiques y Techos Rioja · SPA · Asetra Balnearios y Spa · Estructura metálica y cerrajería · Talleres E. Burgos · Estructura de hormigón · Naproycon · Albañilería · Javed Iqval · Vidriería · Espejos & Bisel · Movimiento de tierras y urbanización · Excavaciones Angulo · Pintura · Fausto Baquero Neila · Fachadas · Estucos Alfaro · Carpintería de aluminio · Jolsa · Cerámicas · RiojaCer · Muebles · Alba Rubio · Hormigón · Hormigones Cantabria Áridos Logroño · Albañilería · Villar Materiales de Construcción · Medios auxiliares · Díaz Miquélez · Acero corrugado · Ferrallas Río Tirón ·



Fotos: Carlos Glera

Las paredes del comedor se resuelven con baldosa cerámica tipo “metro” en color blanco.

Las paredes de los aseos anexos a los baños se forran con papel pintado y las de los distribuidores previos a los aseos se enfoscan y se pintan en verde.

Escalera

Las huellas y tabicas se resuelven con tablero de madera maciza de pino 40mm, barnizada en incoloro extra mate y fijada a los peldaños existentes de hormigón. El encuentro entre el tablero de madera y el peldaño se resuelve mediante un angular pintado en esmalte mate negro.

Los techos son de hormigón visto en la parte baja de los tramos de escalera. Y los cantos de las escaleras están pintados en esmalte mate.

Habitaciones

La entrada de las habitaciones se resuelve con solado de baldosa

hidráulica. El plato de ducha, está compuesto por un tablero de rasillones cerámicos y enfoscado de cemento, sobre el que se fija una capa de



Fotos: Carlos Glera



Fotos: Carlos Glera



Fotos: Carlos Glera

microcemento en color natural. En la zona del dormitorio se instala una tarima de madera de bambú industrial. Los rodapiés son angulares metálicos pintados en color negro.

En la zona del baño, el techo es de pladur pintado en color blanco. Se descuelga del forjado existente 50cm, quedando una altura libre de 250cm. Dentro de este cajón de pladur se sitúa la unidad interior de aire acondicionado y los conductos que dan servicio a cada habitación.

La salida de aire al dormitorio se realiza mediante toberas orientables en color blanco. Y en el dormitorio, el techo queda en hormigón visto.

Las paredes de la zona del baño están revestidas en azulejo rectangular biselado en color blanco tipo "metro", de suelo a techo colocado alternamente. Las paredes interiores de la cabina del inodoro van con papel pintado. En la zona del dormitorio, las paredes van trasdosadas en pladur, pintadas en color blanco.

El diseño y supervisión de la producción del mobiliario a medida (armario vestidor, las mesitas de noche, el cabecero de la cama, el banco para la televisión y el banco de apoyo para el armario vestidor) lo lleva a cabo el diseñador David Delfín.

"el visitante del hotel tiene la sensación de alojarse en una bodega que cuenta con una materialización más propia de un hotel que de una actividad industrial"

Fotos: Carlos Glera



PROYECTO DE DECORACIÓN: DAVIDELFÍN Y AKA ESTUDIO

Tito Pérez Mora, Arquitecto



Tito Pérez Mora (Arquitecto)

¿Cómo se adapta la decoración a un entorno vitivinícola? ¿Condicionó este contexto los elementos de decoración elegidos, o el trabajo previo realizado por el estudio de arquitectura?

El proyecto se desarrolló de la mano del proyecto de Arquitectura casi desde el principio, por lo que entendimos bien las necesidades y objetivos hacia los que se dirigía. Generosamente Javier Arizcuren, arquitecto del Hotel, contó con nosotros desde el principio y desarrollamos el proyecto de manera coral, entendiéndolo como un todo, donde cada uno aportaría lo que mejor sabía hacer, sin necesidad de diferenciar entre el proyecto de arquitectura y el de interiorismo.

El entorno rural y agrícola, aportó referencias vegetales y materiales, no en su forma, pero sí en su concepto, como elementos y realidades que cambian y envejecen de manera natural, sin revestimientos ni añadidos. Es inevitable no ser sensible a cómo cambia el campo riojano a lo largo del año; de alguna manera, está presente también en su interior. El tiempo debía ser un aliado.

¿Cómo se contrarrestan los materiales fríos de la edificación?

No consideramos que la edificación se haya resuelto con materiales fríos.

Hemos tratado de integrar y armonizar con los materiales de la edificación, de hecho, durante el proceso de ejecución de la estructura, se tomaron decisiones que ya tenían que ver con el proyecto de interiorismo, como mantener los forjados y los muros de hormigón vistos, en su estado original, sin ningún tipo de

revestimiento ni elemento decorativo posterior. El hormigón puede ser un material tremendamente cálido y acogedor. Se ha utilizado una paleta de materiales reducida, donde el material se respeta con su color y textura originales. Esto es lo que nos interesa de los materiales. Se trataba de mantener esa parte cruda, desnuda y original del material poco tratado. El material y el proceso constructivo no se oculta; hay incluso paramentos de pladur sin revestir...

Hemos utilizado madera de pino, fieltro, bambú, cobre, azulejo, baldosa hidráulica, papel...

¿Qué sensaciones busca transmitir el mobiliario en las habitaciones y en las zonas comunes? ¿Cuáles son los muebles y elementos que destacan?

Atemporalidad, calidad, calidez, sorpresa, bienestar, participación activa del usuario al transformar los elementos de la habitación.

Hemos utilizado piezas de Jean Prouvé, Piet Hein Eek, Jieldé, Tolix, Charles & Ray Eames, Jasper Morrison... otras diseñadas por nosotros, y muchas otras piezas anónimas, encontradas en anticuarios. Piezas especiales, con alma, que aportan la calidez buscada.

Además, hemos utilizado complementos gráficos realizados por David Delfín para señalar las habitaciones, mostrar la carta de colores del Hotel, bocetos de colecciones, collages de Nicolás Santos y fotografías de Gorka Postigo.

¿Qué papel juega la iluminación? (tanto la natural como la artificial)

El hecho de estar en el corazón de unos viñedos, en una privilegiada atalaya, probablemente condicionara a que existan grandes huecos y ventanales, para introducir toda la potencia del campo en el interior del Hotel. Por este motivo y por la correcta orientación del edificio, la luz natural está muy presente en cada estancia del Hotel. Los colores interiores en pavimentos son claros, potenciando esta cualidad. La iluminación propuesta trata de generar, mediante el uso de

luces indirectas o reflejadas, una atmósfera tenue, cálida y acogedora, complementada con iluminación puntual, focalizando las áreas de lectura y comedor. La iluminación propuesta es sólo la necesaria para entender el espacio, los materiales utilizados y la intimidad buscada.

¿Y los colores?

Pocas estridencias, colores silenciosos, sobrios; con el Polychromie de Le Corbusier como referencia constante. Los materiales utilizados mantienen sus colores originales, hay poca pintura en el proyecto. Somos partidarios de que las cosas perduren en el tiempo, y la elección de los pocos colores se hizo con especial cuidado, intentando no caer en tendencias o modas. Los colores del Polychromie llevan más de 80 años siendo actuales.

¿Qué percepciones tiene el usuario del hotel, una vez que se ha alojado en el mismo? ¿Cómo contribuye la decoración a ello?

Creemos que toda persona sensible, percibirá el cariño y especial cuidado que se ha puesto en todos y cada uno de los espacios y detalles pensados para este Hotel.

En las habitaciones huimos del modelo convencional de hotel, apostando por habitaciones dinámicas y personalizables por los huéspedes, con duchas escondidas, lavabos dentro de armarios, vestidores que son escritorios, etc.

Espacios con pocos elementos, elementos que transmiten, que tienen alma, diseñados por gente que nos interesa por su manera de entender y enfrentarse al diseño.





Abel Matutes Prats
Director General de Fiesta Hotel Group



«Soy un firme defensor del lujo que sufre menos en época de crisis... con el movimiento estratégico que hemos hecho los últimos años de apostar por los cinco estrellas, este año nos ha ido bien»

Abel Matutes Prats es Vicepresidente Ejecutivo de Empresas Matutes (GEM) y Director General de Fiesta Hotel Group. Miembro de la segunda generación de la familia, está licenciado en economía por la Universidad Autónoma de Madrid, además de realizar un Master Business Administration (MBA) en el Instituto de Empresa de Madrid, Curso de gestión de Empresa Familiar de ESADE en Palma de Mallorca y de Wealth Management Citigroup en New York y ha desarrollado distintos trabajos en empresas del grupo. En esta entrevista realizada por Hostelpro, Abel Matutes Prats nos desvela estrategias que está siguiendo en grupo.

La cadena vacacional "Fiesta Hotels & Resorts" y la urbana "Ayre Hotels", ambas con gestión independiente, conforman el grupo hotelero bajo diferentes enseñas, pero ¿qué principales magnitudes y pesos específicos tienen cada una de ellas?

El total de hoteles del Grupo es de 50. Habitaciones 14.000 incluyendo las de Ayre (10 hoteles ciudad) que son 1.700 camas aproximadamente.

La gestión es autónoma en el caso de Ayre, aprovechando las sinergias del resto del Grupo.

¿Cómo ha ido evolucionando la estrategia de crecimiento de FIESTA HOTEL GROUP hasta el presente 2012? Considerando la coyuntura, ¿han podido lograr sus expectativas en cuanto a inversiones y aperturas?

La estrategia de FHG, en el presente, es seguir creciendo y así seguimos. Hasta hace pocos años lo que hicimos fue el deshacernos de activos poco estratégicos y reforzar las marcas y esto ya lo hemos conseguido, ahora lo que tenemos es que intentar un crecimiento rentable que es el punto fundamental de nuestro plan estratégico. Crecer por crecer, no. Crecer si se dan las características físicas en el destino correcto y que además salgan los números.

Por tanto, la expectativas, si se mira nuestro plan estratégico, hemos crecido menos que lo que teníamos marcado, teniendo en cuenta que el plan lo marcamos antes de la crisis y de ahí que estamos rehaciendo uno nuevo. Lo que si estamos logrando, en buena parte, son los resultados, tanto Ebitda como de beneficio neto, que al final es lo más importante, si bien en cuanto al número de hoteles no tenemos los que teníamos planeado para este año.

¿Cómo está funcionando -dentro del plan de negocio- potenciar las enseñas de gama alta y abandonar los segmentos medios de oferta hotelera?

Está funcionando bien y por ello seguimos en ello, además soy un firme defensor del lujo que sufre menos en época de crisis. Si están sufriendo las familias que suelen ir a segmentos de gama media. Por tanto, nuestras marcas de más lujo, con el movimiento estratégico que hemos hecho los últimos años de apostar por los cinco estrellas, este año nos ha ido bien.

En España, la familia ibis contó con 55 hoteles en 2011 y se verá con 6 nuevas aperturas este año.

Jamaica, México, República Dominicana, Brasil, Italia... toda una expansión internacional ¿Contaremos en breve con más aperturas internacionales? ¿Cuál está siendo la experiencia del grupo fuera de nuestras fronteras?

Sí, contaremos con más aperturas internacionales. Evidentemente que hay operaciones que estamos viendo si se cierran o no y ahí me respetaran la confidencialidad y alguna de estas, la mayoría, son fuera de España. También estamos impulsando la segunda fase de Jamaica con cerca de 1.000 habitaciones más y hace poco que terminamos una reconstrucción de uno de los hoteles que tenemos en Vallarta, por tanto seguimos invirtiendo, tanto fuera como dentro, ya que el próximo año abrimos un nuevo Ushuaia en Ibiza. En definitiva que nuestra experiencia fuera de nuestras fronteras está siendo muy buena.

Búsqueda de nuevos nichos, mejora de las instalaciones, avances tecnológicos, formación de directivos y plantillas... forman parte de las medidas tomadas por muchos grupos hoteleros buscando la "excelencia" en momentos complicados. En este sentido, desde FIESTA estamos... (por favor, hablemos de ello)

Estamos haciendo lo mismo que he dicho hasta ahora pero tal vez con más énfasis que otras cadenas, sin ganas de compararnos con nadie, pero sí, estamos apostando por



Foto: Grand Palladium Vallarta Resort & Spa

la contratación de directivos de mucho recorrido, con experiencia y además con mucha formación.

Y en cuanto a instalaciones somos famosos, no solamente por la calidad de las mismas, sino por ser muy activos en cuanto a la remodelación de ellas, seguimos invirtiendo muchísimo dinero en adecuar e innovar. Por ejemplo el año pasado abrimos el Ushuaia en Ibiza donde nos dejamos más de 20 millones de euros en la remodelación; estamos dejándonos 30 millones de dólares en la remodelaciones en Bávaro y también remodelando en Riviera Maya: acabamos de cerrar la remodelación total de Vallarta y además todos los temas de búsqueda

de nichos lo estamos haciendo a través de medios tecnológicos de primera línea.

En los últimos años las grandes centrales intermediarias de reservas en internet se han consolidado -Logitravel, Destinia, Booking, ...- ¿Qué opina de esta forma de venta? ¿Considera que puede ser una ventaja para la hostelería?

Pues es un canal más que yo creo, por el volumen que conseguimos, podemos ofrecer unas tarifas interesantes para la gente, por tanto, sin ser la desintermediación total, ni mucho menos, pero sí que se encuentran menos intermediarios en el camino y por tanto al final digamos que puede ofrecer



Foto: Grand Palladium Jamaica Resort & Spa



Foto: Grand Palladium Vallarta Resort & Spa

“una crisis como esta, en todos los niveles, al final ayuda al más fuerte, al más profesional, quien a medio y largo plazo, sale fortalecido y el que no aguanta o no tiene, principalmente, un producto diferenciado sufre más”

tarifas, a veces, más competitivas que las que se consiguen a través de otros medios, de otros canales de distribución.

¿Podría avanzarnos alguna estrategia próxima de FIESTA HOTEL GROUP?

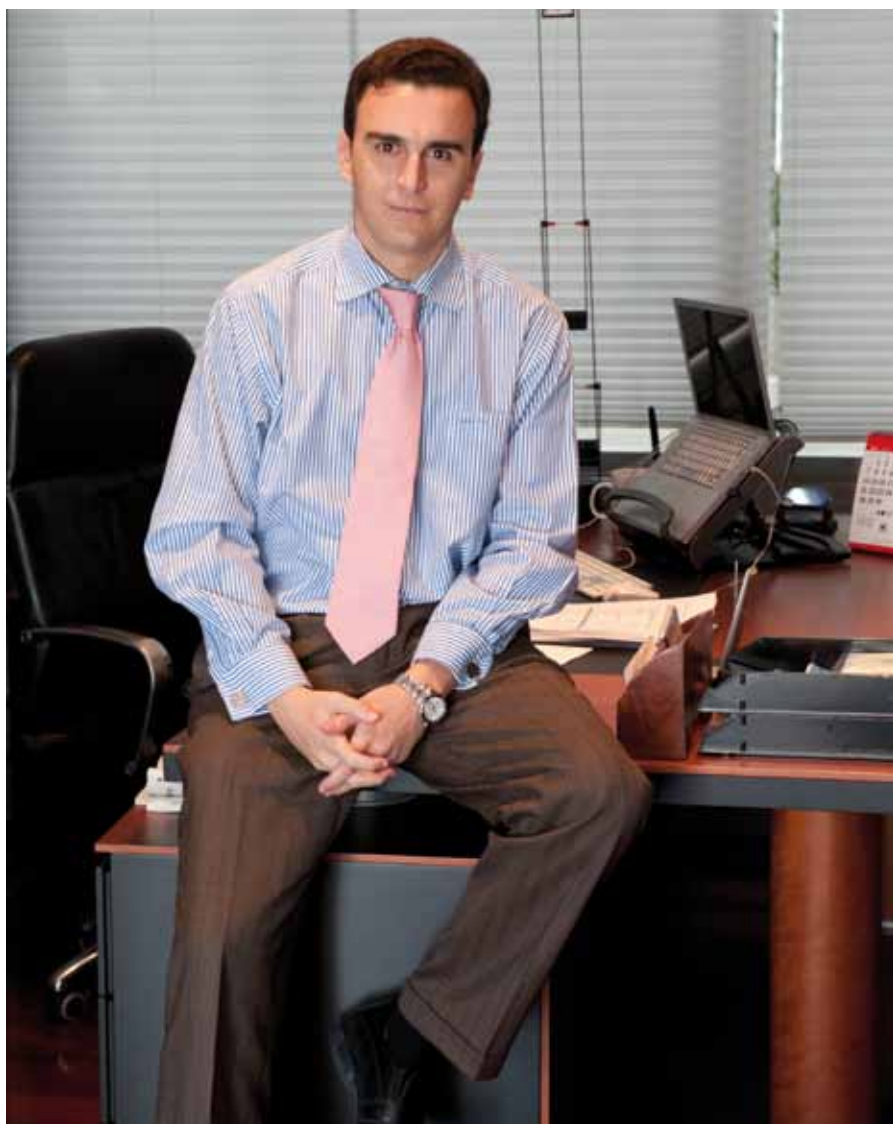
Nosotros vamos a impulsar, principalmente, la marca Palladium, que ya lo estamos haciendo, y la marca Ushuaia y como dije, el año que viene abrimos otro Ushuaia en Ibiza.

Y por último, desde su experiencia como empresario, ¿qué le depara al sector en nuestro país? ¿Existirá un antes y un después?

Siempre ha existido un antes y un después, es como el pasado y el futuro, pero claro, como en cualquier crisis, siempre ayuda a limpiar, aunque sea un término un poco frívolo.

Por tanto sí es verdad que se había metido bastante gente, seguramente no todo lo profesional que se tenía que meter y una crisis como esta, en todos los niveles, al final ayuda al más fuerte, al más profesional, quien a medio y largo plazo, sale fortalecido y el que no aguanta o no tiene, principalmente, un producto diferenciado sufre más. Si le digo la verdad, esto va a pasar más en la hotelería urbana que en la vacacional pues por cuestiones externas España, en costas, no está yendo mal sobre todo en lo que a turismo extranjero se refiere.

Yo, la verdad, queriendo que a todo el mundo le vaya bien, en la parte vacacional a veces echo de menos un poquito más de inversión para readecuar una oferta que, en algunos casos, se ha quedado un poco anticuada. Yo espero que en estos años que parece que no serán malos, se aproveche para adecuar la oferta por parte de todos los hoteleros. Nosotros lo estamos haciendo y esperemos que nos sigan tanto los pequeños como los grandes.



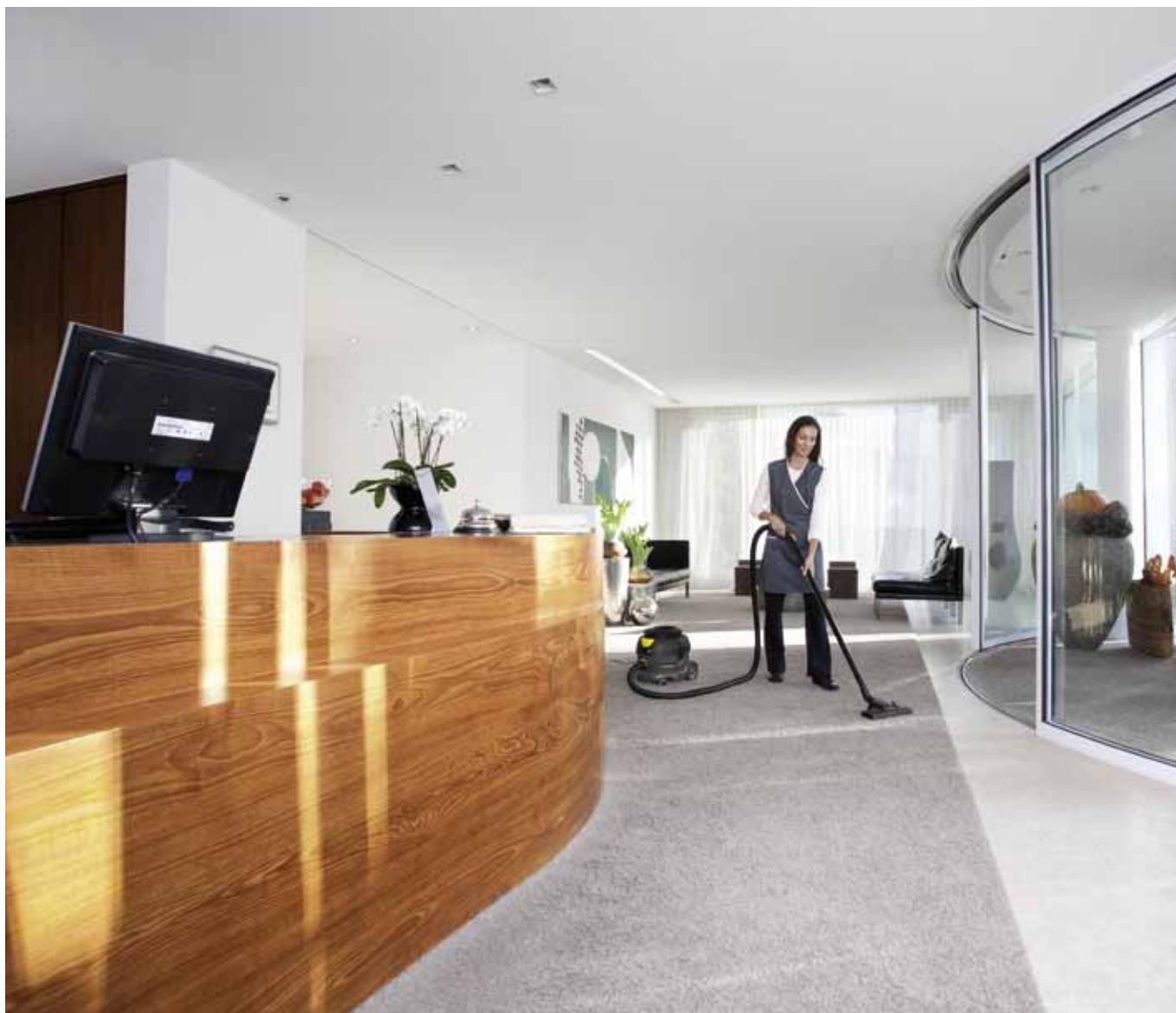


Foto: Kärcher

Productos de limpieza para hostelería: La “revolución” verde

La industria de productos de limpieza profesional ha encontrado en la sostenibilidad la clave no solo para la supervivencia, si no para su desarrollo futuro, haciendo compatible la eficacia con el respeto medioambiental y el ahorro de recursos. Desterrada ya su imagen contaminante, el sector se ha embarcado en una carrera imparable para el lanzamiento de innumerables novedades bajo la etiqueta ecológica, cuyos principales parámetros son su alta concentración, el empleo de envases reducidos y biodegradables y el uso de materias primas renovables. HOSTELPRO ha testado esta nueva realidad sectorial entre algunas de las más importantes empresas productoras, que han expresado tanto sus opiniones acerca de esta tendencia como las renovadas ofertas de sus respectivos catálogos.

Está limpio como una patena”, es una de esas frases hechas que, sin duda, quisiera escuchar con satisfacción cualquier empresario del sector hostelero en referencia a su negocio, porque sabe que expresiones como esa alimentan el boca a boca que atrae más clientela que un sinnúmero de campañas de imagen. En los establecimientos hosteleros, esa pulcritud en la limpieza es un elemento de confort fundamental para generar satisfacción -a su vez, el factor clave y motor de la buena reputación-, quizás por encima de otros elementos tan relevantes como el precio o la calidad de la atención. Y un cliente satisfecho suele convertirse automáticamente en un visitante recurrente y, aún con mayor importancia, en un entusiasta y gratuito prescriptor entre su círculo social.

Por ello, los establecimientos de hostelería dedican a la partida de limpieza una buena parte de sus recursos, tanto en personal especializado y su formación, como en productos y maquinaria, al tiempo que deben coordinar todos estos factores al máximo para no interferir en el desarrollo normal de las operaciones, así como facilitar el tránsito constante y sin molestias para los usuarios. En un hotel, por ejemplo, además de procurar una higiene total para cada una de las habitaciones –que será el hogar por 24 horas de sus huéspedes y tiene que estar a punto en el horario establecido–, la limpieza tiene que ser global y perceptible en todos sus espacios (suelos, mobiliario y paredes incluidos), desde el comedor a la recepción, pasando por ascensores, pasillos o escaleras, y otros elementos más novedosos y cada vez más habituales, como spa y wellness, piscinas o gimnasio, sin olvidar por supuesto los artículos textiles. En un restaurante, además del elemento nuclear que es la cocina, deben estar resplandecientes los suelos, mesas, mantelería, vajilla, cubertería y todo el mobiliario y decoración auxiliar, sin cuya perfección la mejor comida del mundo puede resultar una experiencia desagradable.

Junto al determinante factor humano, los productos, útiles y maquinaria específica con los que se realizan las tareas de limpieza son los elementos fundamentales en el proceso. En la actualidad, cualquiera

de los ofertados en el mercado cumple sobradamente las exigencias más altas. Sin embargo, la calidad de la limpieza se eleva considerablemente si los artículos elegidos facilitan o incluso mejoran los protocolos mínimos establecidos, ya sea sobre la normativa en vigor o los estándares del establecimiento. Cada vez más, los productos de limpieza se formulan para realizar un trabajo específico, de manera que se pueda asociar un producto a una operación determinada, que estén listos para su uso, con las dosis justas y prefijadas, pero además que protejan también la salud y la seguridad de los empleados. Es lo que podría resumirse con tres palabras: eficacia, ahorro y seguridad.

Primavera de lanzamientos sostenibles

Sin embargo, un cuarto factor, el respeto medioambiental, ha pasado a situarse como mínimo a la par de los otros tres citados, en coincidencia con la imparable conciencia ecológica y la responsabilidad social que se han instalado en todo el mundo. En sentido práctico, los fabricantes de productos de limpieza están diseñando sus envases cada vez más pequeños y biodegradables, con formulaciones concentradas, que fomentan el ahorro energético y el uso eficiente del agua. Al mismo tiempo, se ha declarado prioritario desterrar los productos químicos contaminantes,



Foto: Saltix

mientras se adopta una política general de reducción de residuos. Por eso, el sector fabricante de productos de limpieza está viviendo una auténtica primavera de lanzamientos en línea con la ecología, la gran mayoría bajo el paraguas Ecolabel, una certificación de la Unión Europea que se concede a todos los productos y servicios que aseguran un bajo impacto ambiental en todo su ciclo de vida. Además, las propias empresas hosteleras están priorizando la compra de productos “verdes”, más costosos que los tradicionales pero más en línea con la aplicación de los manuales de buenas prácticas y las preferencias de la clientela, pero sobre todo más eficientes en el ahorro de costes.

En este sentido, una de las gamas más ambiciosas con el etiquetado Ecolabel es el que acaba de presentar Thomil, bajo la marca Naturelle, una nueva línea de productos ecológicos para la limpieza profesional. Gema Fernández Martín, responsable de marketing de Thomil, asegura que estos nuevos productos “garantizan el cumplimiento de unos criterios ambientales selectivos, transparentes y respetuosos con el

Foto: Hostelpo





EUROSANEX
HIGIENE INDUSTRIAL VIVA

25 años contigo

Productos químicos,
Complementos y Maquinaria
para limpieza profesional



EUROSANEX, S.L. Pol. Ind. Castilla Esquina Vial 2 - Vial 5 • 46380 CHESTE (Valencia – España)
Tel. +34 962 510 407 • Fax +34 962 512 521 • www.eurosanex.com • correo@eurosanex.com



Foto: Barceló

medio ambiente, reducen los efectos ambientales adversos y contribuyen al uso eficaz de los recursos y la sostenibilidad de nuestro entorno”. Está gama se compone de seis nuevos productos, señala Gema Fernández, “que vienen a completar la demanda del mercado, con el objeto de cubrir todas las necesidades de limpieza y desinfección”. Se trata de un lavavajillas manual, un limpiador multisuperficies higienizante, un limpiador neutro de suelos, un limpiabaños desincrustante antical, un limpiacristales y un desengrasante general de superficies. Según Gema Fernández, “todos ellos cumplen con los requisitos de funcionamiento y calidad ambiental y garantizan un impacto medioambiental reducido en cuanto a recursos naturales, consumo de energía, contaminación y generación de residuos durante todo su ciclo de vida, desde la obtención de las materias primas hasta su eliminación final. Además, son totalmente biodegradables”.

También Proquimia ha apostado por líneas ecológicas en sus lanzamientos recientes, igualmente bajo la etiqueta Ecolabel, si bien tiene una larga historia en este campo. Así lo confirma Cristina Arola Vilella, del departamento de marketing de Proquimia: “nuestra apuesta por los productos concentrados y la reducción de los envases plásticos es actualmente una realidad, pero ya en 2004, siendo pioneros en este campo, desarrollamos la gama Xop, de productos concentrados

envasados en film hidrosoluble, y en 2006 presentamos la gama Conpack, productos concentrados en sistema de envase ‘bag in box’. En 2010, esta última pasó a ser Ecoconpack, al conseguir precisamente la certificación Ecolabel”. Según Cristina Arola, “Ecoconpack es el único sistema ‘bag in box’ del mercado con esta certificación. Es la gama más ecológica, no sólo por el citado registro, si no también por la mínima generación de residuo plástico, ya que reduce el volumen generado en más del 95%”. “Asimismo, Ecoconpack A10, A30 y abrillantador son los primeros detergentes líquidos y abrillantador, respectivamente, para el lavado automático de vajillas con registro Ecolabel”.

En el mismo sentido, Suministros Científicos Técnicos (Sucitesa) ha lanzado recientemente la nueva línea NaturSafe, también certificada por Ecolabel, compuesta por cinco nuevos productos concentrados para las tareas más habituales en higiene profesional: Plus Cleaner (fregasuelos), Plus Degreaser (desengrasante para cocinas), Plus Glass (limpiacristales), Plus Shine (limpiabaños) y Plus Quick (multiusos). Según David Pagan, director general de Sucitesa, “estos nuevos productos aportan soluciones que satisfacen los cada vez más exigentes requisitos sociales de higiene, sin poner en riesgo los recursos y posibilidades de las generaciones futuras. NaturSafe supone una ampliación de sus

productos concentrados, integrada hasta el momento por las referencias Ecomix y Xtrem, intergradas por fregasuelos, limpiadores multiusos, amoniacales, desengrasantes, desinfectantes, germicidas, limpiabaños y limpiacristales”.

Por su parte, Eurosanex tiene previsto lanzar próximamente una nueva línea de productos con etiqueta ecológica, bajo la marca Naturex, “elaborada con materias primas que respetan el medio ambiente”, según afirman desde la gerencia de la empresa. Está compuesta por lavavajillas (“Delenex Naturex”), limpiacristales (“Cristalín Naturex”), limpiador multiusos (“Klesing Naturex”), limpiador general con bioalcohol (“Nettion Naturex”), desengrasante (“Kenex Naturex”) y limpiador de baños (“Defort Naturex”), todos en formato 5 lts. En 2012, también ha presentado los nuevos formatos en bolsa sellada de la línea Dermex, “que proporcionan una higiene extraordinaria, debido a que no es necesario manipular el producto y no tiene así ninguna posibilidad de contaminación, genera menos residuos y ayuda a las empresas a ahorrar espacio, debido a su cómodo formato”, según la misma fuente.

Asimismo, Dermo ha presentado la gama Naturgreen, calificada por Julio Molina, su gerente general, “como muestra de nuestro compromiso con la sostenibilidad y el medio ambiente, ya que son productos altamente concentrados, lo que supone un gran rendimiento a bajo coste e impacto ambiental y están certificados con el sello de la etiqueta ecológica europea. Asimismo, en estos momentos



Imagen de un producto de Polti

“Junto al determinante factor humano, los productos, útiles y maquinaria específica con los que se realizan las tareas de limpieza son los elementos fundamentales en el proceso”

estamos desarrollando productos para el lavado de vajillas en máquina automática con materias primas biodegradables”. De su lado, Industrias Vijusa ya contaba con una familia de productos de higiene Ecolim, compuesta por desengrasante, lavavajillas, limpiador de baños, fregasuelos y multiusos, y este año ha incorporado tres productos nuevos específicamente para el sector hostelero, dos de ellos en la familia de limpiadores: Next, un multiusos perfumado para superficies modernas, y Sanaban, un limpiador de baños ácido perfumado de uso diario, más un fregasuelos insecticida (Xerona Tex).

Por su lado, Proeco Químicas ha desarrollado un nuevo pack ecológico, específico para el sector de la hostelería, de sus detergentes ecológicos certificados con Ecolabel, entre ellos Green Cleaner (limpiador neutro de suelos y superficies), Green Crystal (limpiacristales), Green Dishwasher (lavavajillas manual), Green Degreaser (desengrasante) y Green Toilet (detergente). Mientras, Futur Química ha presentado la gama Futurmass Eco, igualmente con etiqueta Ecolabel, compuesta por cuatro productos: Futurmass Eco Bath (limpiador ácido), Futurmass Eco Multi (multiusos), Futurmass Eco Shine (lavavajillas manual) y Futurmass Eco Glass (limpiacristales), completando así su catálogo de limpieza y mantenimiento. Otra fabricante que ha lanzado novedades en el ámbito ecológico ha sido Sutter Ibérica, con la línea Ecocaps. Se trata de cápsulas hidrosolubles de producto detergente superconcentrado. Según la empresa, “utilizando los productos de la línea Ecocaps es posible reducir hasta un 91% el plástico utilizado y hasta un 90% el CO₂ emitido en atmósfera durante todo el ciclo de vida del producto”.

Sutter también ha lanzado una línea de jabón de manos, Sutter Care, en dos



Foto: Barceló

tipos de productos, espuma y crema, con sistema de dosificación y en dos especificaciones diferentes: ecolabel e higienizante. A su vez, Laboratorios Bilper ha puesto en el mercado Degrasan Ecológico No Corrosivo, con etiqueta Ecolabel, con alto poder biodegradable y poco agresivo con las personas. Y la central de compras Grupo Dino ha lanzado una completa gama de productos ecológicos y sostenibles para uso en hostelería. “Esta línea sale

al mercado por la gran demanda de productos sostenibles, debido a la mayor concienciación con el respeto al medio ambiente”, según afirma Marc Cerón, directivo de Dino. Entre otras referencias, se compone de limpiacristales, emulsión para suelos, lavavajillas, desengrasante y detergentes, todos bajo la certificación Ecolabel.

Laboratorios Vinfer, por su parte, ha lanzado una nueva línea profesional,



Foto: Karcher

ECOLABEL, EL CODICIADO CERTIFICADO MEDIOAMBIENTAL

La etiqueta europea Ecolabel, cuyo símbolo es una flor verde cuyos pétalos son estrellas azules, fue creada en 1992 para certificar los efectos medioambientales de un producto a lo largo de su ciclo de vida: consumo de materias primas, producción, distribución, utilización y desecho. Se otorga a los productos, entre ellos los de limpieza, que garanticen un alto nivel de protección ambiental en más de una veintena de categorías. Los criterios son únicos y válidos para todos los estados miembros de la Unión Europea y su gestión es competencia del Comité de Etiqueta Ecológica (CCEUE), con el apoyo de la Comisión Europea. Para obtener esta ecoetiqueta, los productos de limpieza de uso general y los productos de limpieza de cocinas y baños deben cumplir unos exigentes criterios ecológicos y de aptitud al uso, entre los que se encuentran la seguridad del producto en cuanto a ingredientes, información al consumidor sobre su uso y consejos de seguridad, dosis recomendadas, contenido de sustancias nocivas, facilidad de reciclaje del envase, etc. Aparte de garantizar la sostenibilidad del producto, Ecolabel viene a certificar también su eficacia y rendimiento en el entorno doméstico y profesional, por lo que su obtención puede ser una garantía de éxito ante el consumidor.



denominada Wins, que incluye productos de ambientación y limpieza “con una excelente calidad precio”, según la empresa. Al mismo tiempo, ha sacado al mercado nuevas formulaciones, entre las que destaca Matón Suelos Doble Acción, un fregasuelos que, a la vez que limpia en profundidad y deja un agradable aroma, crea una barrera protectora contra insectos rastreros; Ambientador Gran

Descarga, especialmente indicado para su utilización en grandes espacios; Matón Limpiador Desinfectante, un limpiador con acción bactericida, y Matón Doble Uso Insecticida en aerosol 750.

Disarp, por su lado, también cuenta con una línea de productos ecológicos con la etiqueta Ecolabel. Está compuesta por Multi Ecoverd (limpiador multiusos), Etna Ecoverd (lavavajillas manual), Vorax Ecoverd (desengrasante), Tergon Ecoverd (limpiador de suelos), Saniter Ecoverd (limpiador general) y Dispack H45 (limpiador ultraconcentrado). Además, en los últimos meses la empresa ha lanzado al mercado un nuevo lavavajillas manual (DSP 5.5 Bact), para el lavado y la desinfección de vajilla, y una línea de insecticidas (Q14R y Q14V), para insectos volátiles y rastreros. Igualmente, tiene una gama de productos monodosis hidrosolubles, denominada Displash, para suelos, baños, cristales y ambientador.

Finalmente, también la maquinaria de limpieza se ha unido a la conciencia verde, con el objetivo de ahorrar agua y energía, así como reducir el ruido de su funcionamiento. En este sentido, Kärcher ha lanzado la nueva barredora-aspiradora B40 c/w, accionada por baterías o alimentación por red. El sistema Intelligent Key (KIK), junto al concepto de funcionamiento Easy operation, permiten automatizar numerosas

funciones y la simplificación de otras. Está especialmente indicada para trabajar en zonas sensibles a los ruidos, como los hoteles, gracias a un sistema de reducción de potencia, a la vez que se consigue rebajar el consumo energético, permitiendo prolongar su autonomía así como la vida útil de las baterías.

Ahorro y eficacia en tiempos de crisis

Esta batería de nuevos productos se enmarca en una estrategia global del sector fabricante de productos de limpieza para generar una necesaria reducción de costes a sus clientes en estos tiempos de crisis, al mismo tiempo que se dan soluciones al impacto medioambiental y se evitan riesgos en su manipulación, potenciando así en conjunto la calidad y eficacia del producto final. En este sentido, Cristina Arola revela que el objetivo de Proquimia “es optimizar los costes de higiene mediante el uso de productos y sistemas innovadores altamente eficientes, reduciendo los costes de ‘no calidad’ a través de formación continua y servicio preventivo y aportando mejoras que incidan en la gestión medioambiental, laboral y de explotación de nuestros clientes”. “En este sentido -prosigue- el mercado tiende a los productos concentrados, en detrimento de los productos tradicionales, fundamentalmente por la creciente necesidad de control y reducción de costes, minimización de riesgos laborales y una mayor sensibilización medioambiental”. En su opinión, “Proquimia es la primera y única marca que presenta una propuesta integral para hostelería, que incluye las soluciones

Imagen de un producto de Ozosystems Elektra



Foto: Kärcher



higiénicas específicas para cada una de las zonas del hotel: recepción, habitaciones y aseos, bares y restaurantes, cocinas, lavandería, piscinas y tratamiento de agua de consumo humano”.

Por su parte, Gema Fernández sitúa la gran obsesión de Thomil en que “nuestras fórmulas, envases y sistemas sean sencillos y eficaces, que verdaderamente ayuden a nuestros clientes a conseguir rendimiento y rentabilidad. La calidad de nuestros productos, unido a un packaging impactante y atractivo, formatos más ergonómicos, cómodos en su uso y almacenaje, y etiquetados en siete idiomas, marcan la diferencia, además de estar ajustados a la nueva legalidad REACH -marco reglamentario de gestión de las sustancias químicas-”.

En esta misma línea de rentabilidad al cliente, Julio Molina opina que Dermo “pretende que nuestros productos tengan un alto valor añadido, formulando concentrados para ofrecer un gran rendimiento a la hora de usarlos, con etiquetas en diversos idiomas y pictogramas de uso para facilitar su aplicación, aún en el caso de no comprender ninguno de sus idiomas”. Mientras, María Carranza, del departamento de marketing de Laboratorios Vinfer, piensa que la actual crisis económica catapultará la actividad del sector de la limpieza profesional, “que se está manteniendo a base de mucho esfuerzo”, y cree que “la evolución en los próximos años se guiará por el crecimiento de productos concentrados y ecológicos, siguiendo la tendencia actual de la mayoría de los países desarrollados”.

Décadas de adaptación al mercado

Una de las empresas más orientadas al sector hostelero por su cartera de productos es Vijusa, con sus familias de lavavajillas, desengrasantes y limpiadores. Su gerente, José Ignacio Cebriá, resume la situación actual: “llevamos treinta años en contacto con la hostelería y debemos adaptarnos a las exigencias del mercado; ahora son tiempos difíciles por la incertidumbre económica y lo que nos queda es trabajar mucho para ser competitivos y dar la mejor solución posible a nuestros clientes”. “En concreto, nuestra compañía – añade José Ignacio Cebriá– ofrece el valor añadido de su departamento comercial, que demuestra los productos en el punto de venta, y ese valor lo trasmite a todos sus distribuidores de manera que conocen el producto, sus aplicaciones y beneficios frente al cliente. Los talleres de formación que ofrece la empresa periódicamente son bien valorados y además la firma tiene a disposición de sus distribuidores una plataforma (www.planesdehigiene.com) para realizar programas de APPCC al instante. En definitiva, creo que la familia de productos Tenaz cubren la mayor parte de las necesidades en higiene profesional, con una rentabilidad muy alta”.

Igualmente, una treintena de años son los que ya ha cumplido Sucitesa en el sector fabricante de productos de limpieza profesional. David Pagan piensa que este segmento actualmente ya se ha regulado y adaptado a la



RENSON



OLUTRON



OLUTRON



OLUTRON

Cortinas
Screens
Sistemas exteriores
Confección
Textiles
Tapizados

Lutron
Silent Gliss
Renson
Somfy
Kvadrat
Now Carpets



SYCAT
CONTRACT

SHOW ROOM
Calvet 29 2º Iª A 08021 BARCELONA

OFICINAS Y TALLER
P.Les Falguilles 35 08620 Sant Vicenç dels Horts, BARCELONA

+34 936 605 503 +34 671 949 515 info@sycat.es www.sycat.es

Control de la luz natural
Protección solar
Proyectos textiles integrales

EL OZONO ENTRA EN LOS HOTELES

Una de las tecnologías alternativas que se están introduciendo con fuerza en la limpieza e higienización de establecimientos de hostelería es el ozono, considerado como uno de los más poderosos desinfectantes y desodorizadores. Además, usa el aire como materia prima, no genera residuos y ahorra importantes costes energéticos y tiempos de trabajo. Una de las empresas nacionales que ha entrado de lleno en la comercialización de este tipo de equipos para hostelería es Ozosystems Corporation. Su directora general, Ana Milena, define así el mecanismo de actuación: “el sistema está compuesto de una base ionizadora, un pulverizador ionizador y una jarra ionizadora. El agua del grifo y dos gramos de sal por litro de agua son suficientes para provocar la ionización y transformar el agua corriente en el mejor de los limpiadores e higienizadores”. “En concreto, añade, en la limpieza e higienización hotelera hemos implantado un novedoso y eficaz sistema partiendo de agua ionizada, que permite prescindir de los productos químicos, a la vez que conseguimos una higienización del 99.99%”. Según afirma, “es suficiente que el hotel instale en cada office un equipo para poder realizar la limpieza”.



Entre los equipos producidos para el sector hotelero por Ozosystems, destaca el OZ-15, que incorporan los hoteles en el carro de limpieza de la camarera, para utilizarlo en las habitaciones durante el momento en el que realizan su limpieza y acondicionamiento. Según afirma Ana Milena, “este tiempo es suficiente para eliminar los malos olores corporales o de tabaco de las habitaciones e higienizar la calidad aeróbica y eliminar ácaros en colchones y almohadas, lo que permite certificar la habitación como antialérgica”. Ozosystems también comercializa equipos con otra de las tecnologías al alza, el vapor. En concreto, cuenta con el generador de vapor Elektra, que combina en una sola máquina vapor saturado a 160° C, aspiración total y baja humedad (5% de concentración de agua), reduciendo así el riesgo de generación de moho.

mercado de una manera irreversible, y empobreciendo notablemente la calidad de la higiene”. Por el contrario, prosigue, “en Sucitesa nos postulamos claramente como firmes defensores del valor añadido, ampliando nuestra gama de concentrados en formatos y sistemas, desarrollando nuevos sistemas de dilución que controlen y reduzcan los costes de productos y fomentando el desarrollo sostenible en su sentido más amplio: certificación de procesos y productos, más la reducción drástica de plástico y cartón innecesarios”.

Eurosanex también ha llevado la preocupación por el medio ambiente a sus propias líneas de producción: “hemos logrado el vertido cero, esto es, reciclamos el agua y no generamos apenas residuos líquidos; y los escasos litros que producimos, los trata un gestor acreditado, para asegurarnos así de que no dañamos el medio ambiente. En definitiva, continuamos mejorando los sistemas de producción y de control de vertidos para poder superarnos constantemente. Es por ello que estamos trabajando en la renovación de las acreditaciones de calidad y medio ambiente ISO 9001 y 14001”.

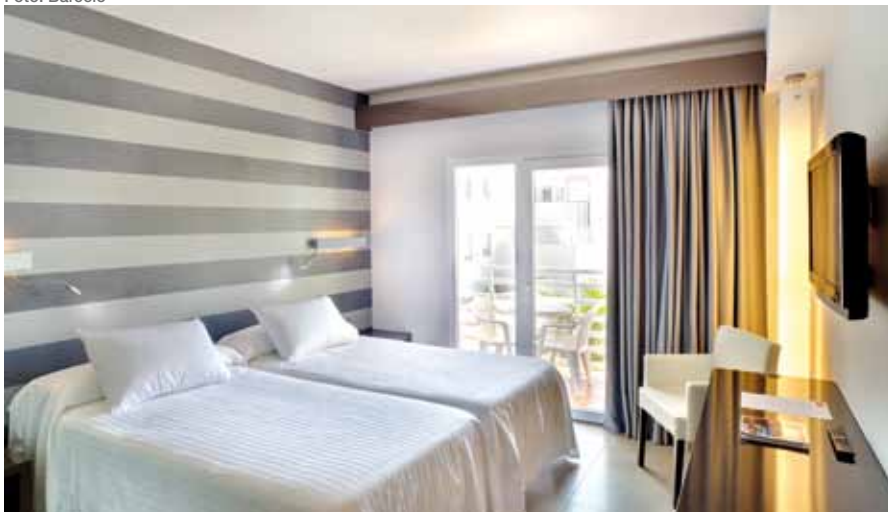
Por último, hay que hacer referencia a los pasos que la mayoría de empresas del sector están dando hacia los mercados exteriores, principalmente dentro de la Unión Europea, como salida natural a la lógica internacionalización. Entre las empresas que ya han establecido puntos de contacto en este sentido, cabe destacar a Proquimia “una multinacional española con presencia en América Latina, Francia, Andorra, Portugal, Marruecos, Argelia, Túnez, Cabo Verde, etc.”, según afirma la propia empresa. Igualmente, Thomil obtiene ventas en Portugal, Angola y Francia, mientras Vijusa exporta a 18 países, entre ellos Portugal, Lituania, Reino Unido, Francia y Bélgica. También Disarp está decidida a incrementar su internacionalización como una cuestión estratégica y en los próximos meses comenzará a vender sus productos en cinco nuevos países.

Incluso las centrales de compra tienen actividad con delegaciones fuera de nuestras fronteras, como Grupo Dino en Portugal.

situación económica que vive España: “nuestro mercado fue de los primeros en sufrir esta crisis, porque siempre la primera idea para reducir costes cuando llegan las vacas flacas es rebajar a la

mitad los gastos de limpieza”. Ante este hecho, el camino mayoritario seguido por la mayoría de fabricantes y distribuidores habría sido, según David Pagan, “la lucha de precio, reduciendo el valor del

Foto: Barceló



Principales empresas de productos para limpieza industrial para el canal horeca

Empresa	Población	Web	Teléfono
AGERUL INDUSTRIAS QUÍMICAS, S.L.	Utrera (SE)	www.agerul.es	955868040
ALCORNORDEMAN S.A.	Sant Boi de Llobregat (B)	www.alcornoderman.es	936402214
BIRGIN SELVA S.L.	Alcorcón (M)	www.birginseiva.com	916330422
BRECAMP S.A.	Terrassa (B)	www.brecamp.es	937834370
BRECH S.A.	Atarfe (GR)	www.brechlaboratorios.com	958437900
CYGYC S.A.	Les Franqueses del Vallès (B)	www.cygy.com	938493455
DEB ESPAÑA HIGIENE S.L.	S.Sebastián de los Reyes (M)	www.debgroup.com	916514870
DERMO S.A.	Polinyà (B)	www.dermo.com	937133500
DETERGENTES DERMAL, S.L.	Villalbilla (M)	www.cortyfader.com	918792405
DISARP S.A.	Daimús (V)	www.disarp.com	962819484
DIVERSEY ESPAÑA S.L.	Cornellà de Llobregat (B)	www.johnsondiversey.com	902011106
ECOLAB HISPANO-PORTUGUESA S.A.	Sant Joan Despí (B)	www.ecolab.com	934758900
EUROSANEX S.L.	Cheste (V)	www.eurosanex.com	962510407
HENKEL IBÉRICA, S.A.	Barcelona	www.henkel.es	932904000
INDUSTRIAS ARGUI S.A.	Palma de Mallorca	www.argui.es	971431010
INDUSTRIAS PROMISUR S.L.	Catral (A)	www.promisur.com	966787078
INDUSTRIAS VIJUSA S.L.	Cheste (V)	www.vijusa.com	962511414
INSTAQUIM S.L.	Vic (B)	www.instaquim.com	938891344
JABONES EL ABRA S.A.	Ortuella (BI)	www.jaboneselabra.com	944216236
LABORATORIOS BILPER S.A.	Zamudio (BI)	www.bilper.com	944520007
LABORATORIOS VINFER	Albacete	www.vinfer.com	967523501
ORBIVAL LEVANTE S.L.	Torrent (V)	www.orbival.es	963773293
PROECO QUIMICAS, S.L.	Sentmenat (B)	www.proecoquimicas.com	902105637
PROQUIMIA	Vic (B)	www.proquimia.com	938832353
PROYECTOS QUÍMICOS S.A.	Torrejón de Ardoz (M)	www.proyectos-quimicos.net	916762317
QUÍMICAS DEL VINALOPÓ S.L.	Monóvar (A)	www.quimicasvinalopo.com	965473113
QUIMICAS QUIMXEL S.L.	Carlet (V)	www.quimxel.com	962558105
RECKITT BENCKISER ESPAÑA S.L.	Granollers (B)	www.reckittbenckiser.com	934813200
S.Q. FUTUR QUÍMICA S.L.U.	Barcelona	www.futurquimica.com	934952565
SUMINISTROS CIENTÍFICOS TÉCNICOS S.A.U.	Barberà del Vallés (B)	www.sucitesa.com	902121411
SUTTER IBÉRICA S.A.U.	Madrid	www.sutterprofessional.com	902206600
THOMIL S.A.	Pinto (M)	www.thomil.es	916910263
Y. JOSAMI S.A.	Alaquàs (V)	www.josami.com	961503912
ZAMBU HIGIENE S.L.	S. Pedro del Pinatar (MU)	www.zambu.com	902180767

FUENTE: HOSTELPRO

Maquinaria y Equipos para la Limpieza Industrial

Empresa	Población	Web	Teléfono
KARCHER, S.A.	Granollers (B)	www.karcher.es	902170068
NILFISK- ADVANCE	Mataró (B)	www.nilfisk.es	937412400
OLANDIA	Córdoba	www.olandiawetrok.com	902157753
OZOSYSTEMS CORPORATION, S. L	Manresa (B)	www.ozosystems.com	938738135
POLTI ESPAÑA, S.A.	Gavá (B)	www.polti.it	936334640
WINTERHALTER IBERICA S.L.	Málaga	www.winterhalter.es	952247600

FUENTE: HOSTELPRO

Principales Centrales de Compras Profesionales con Productos de Limpieza Industrial

Empresa	Población	Web	Teléfono
ADIAL HIGIENE S.L.	Madrid	www.adial.net	913238363
ADIS HIGIENE S.L.	Pozuelo A. (M)	www.adishigiene.es	917992316
CENTRAL LOGÍSTICA AGRUPADA A.I.E. (CELEA)	Leioa (BI)	www.celea.es	944003700
D.I.S. DINO S.L.	Madrid	www.dino.es	915934010
EUROCIDAL DISTRIBUCIÓN S.L. (GRUPO CIDAL)	Madrid	www.grupocidal.com	915701221
GRUPO HELEO S.L.	Madrid	www.grupoheleo.com	914472056

FUENTE: HOSTELPRO



Juan V. Robledo Cuesta

Director general de ADELMA

«Actuamos como interlocutor único en la defensa de los intereses del sector»

La Asociación de Empresas de Detergentes y de productos de Limpieza, Mantenimiento y Afines (ADELMA) es una organización empresarial promovida por fabricantes y comercializadoras de productos de limpieza y detergentes, fundada a mediados de los años cincuenta del pasado siglo, para defender conjuntamente sus intereses.

¿Qué labores realiza actualmente ADELMA para sus socios? ¿Cuál es su representatividad a nivel sectorial?

ADELMA realiza distintos servicios a sus empresas miembro, entre los que destaca la información sobre todos los temas de interés para el sector que se remite mediante boletines informativos, circulares y publicaciones especiales (detergentes, biocidas, REACH, CLP, envases y residuos de envases, transporte, responsabilidad

medioambiental, preparados peligrosos, etc.). Además de la información individualizada a las consultas particulares de cada empresa, durante el pasado año se ha procedido a renovar por completo la página de internet, que cuenta con un área específica para las empresas miembro.

Por otra parte, la asociación imparte seminarios de formación, especialmente en el terreno técnico, a los que pueden asistir libremente todas las personas

pertenecientes a las empresas miembro de la Asociación. Estos seminarios son gratuitos y son impartidos por expertos. Lógicamente, ADELMA actúa como interlocutor del sector ante los organismos públicos o privados que tienen relación con las actividades de sus empresas. Especialmente, se suelen tratar los proyectos legislativos en su fase de elaboración, así como los problemas de interpretación y de aplicación de la legislación ya aprobada. Estas gestiones se realizan tanto sobre la legislación española, como sobre la legislación comunitaria. Como interlocutor único del sector, la asociación reúne periódicamente a sus miembros en los diversos órganos de trabajo y de gobierno con que cuenta, con el fin de unificar posturas y opiniones dentro de la asociación, mantener criterios homogéneos y presentar posturas unánimes frente a terceros.

¿Qué servicios complementarios ofrece actualmente la asociación?

En los dos últimos años, ADELMA ha venido estableciendo acuerdos de colaboración con distintas entidades, con el fin de ofrecer servicios complementarios, pero de gran importancia, a las empresas asociadas. En la actualidad, contamos con las siguientes entidades de colaboración: Aserchem, asesoría química para la elaboración FDS y clasificación y etiquetado de productos para su comercialización; Azerta Abogados, como asesoría legal en diversas; Élogos, consultoría especializada en Outsourcing de Formación; Eurofins Biolab, para la realización de estudios de eficacia y análisis de principios activos y ensayos toxicológicos y ecotoxicológicos; Laboratorio Control Microbiológico, que realiza ensayos de eficacia de biocidas y análisis de principios activos; Laboratorio de Diagnóstico General (LDG) y Leitat, centro tecnológico de soluciones para todo tipo de entidades.



SOLUCIONES DE ALTA CALIDAD EN HIGIENE PROFESIONAL



**HORECA - INDUSTRIA ALIMENTARIA -
LAVANDERIA PROFESIONAL -ECOLÓGICOS**



TU SATISFACCIÓN NUESTRO MEJOR PRODUCTO

Porque para Vijusa tu **Éxito**, es y será, nuestra mejor Fórmula.

Más de **30 años** aportando productos de vanguardia para la Higiene Industrial nos avalan como una empresa líder en el Sector.

Ya son más de **18 países** los que ofrecen nuestros productos. Millones de clientes ya los disfrutan

Tenemos **pasión por innovar**, por avanzar por cuidar de nuestro entorno. Tenemos pasión por nuestro trabajo y eso se nota.

...y tú?

be **VIJUSA**

SARA STEMPHOUSE

DIRECTORA HOTEL (BRUSELAS - BÉLGICA)

**“Siempre he buscado la excelencia en la limpieza y
VIJUSA... lo consigue”**

www.vijusa.com





Foto: Kärcher

¿Cómo está afrontando el sector de fabricación de productos de limpieza la actual crisis económica?

Es cierto que en los últimos años el sector de los productos de limpieza ha sufrido un descenso en las ventas, sin embargo parece que en los meses que llevamos de 2012 el decrecimiento es menor que el experimentado en los años anteriores. En cualquier caso, nuestro convencimiento ha sido siempre que las empresas que

“ADELMA ha establecido acuerdos de colaboración con distintas entidades, con el fin de ofrecer servicios complementarios”

logren mantener un ritmo de crecimiento aceptable a pesar de las dificultades económicas actuales, se verán fortalecidas cuando se supere esta fase. En este sentido,

ADELMA apuesta de manera firme y tajante por la unión de las empresas en el ámbito asociativo.

¿Qué relación institucional existe entre ADELMA y otras asociaciones relacionadas con los productos de limpieza?

ADELMA mantiene vínculos con diversas asociaciones. En concreto, con el sector de empresas de limpieza, podemos destacar la estrecha relación no sólo con la Asociación Profesional de Empresas de Limpieza (ASPEL), sino también con la Asociación Española de Fabricantes e Importadores de Maquinaria Industrial de Limpieza (AEFIMIL), las Asociaciones Federadas de Empresarios de Limpieza Nacionales (AFELIN) y la Asociación de Fabricantes Españoles de Productos de Limpieza e Higiene (ASFEL), debido al trabajo de organización que todas estas organizaciones y ADELMA hemos desarrollado en los últimos años como Comité Organizador de las dos ediciones del Congreso Nacional de Limpieza e Higiene Profesional. Como resultado del buen hacer de este Comité, el Congreso, en su segunda edición (mayo de 2011), contó con la presencia de más de 400 congresistas, en representación de las 19.046 empresas del sector de la limpieza e higiene profesional, que mueven un volumen de negocio de 7.850 millones de euros y dan empleo a casi 500.000 trabajadores en toda España.

Foto: Barceló





PROYECTO HOTELERO DE REHABILITACIÓN

Hotel DO: Plaça Reial

UN HOTEL BOUTIQUE GASTRONÓMICO ÚNICO EN BARCELONA

El Hotel DO Plaça Reial acaba de abrir sus puertas en el centro de Barcelona con una firme apuesta por la gastronomía local de calidad y el turismo de contenido cultural. Situado en una de las plazas con más historia de la ciudad, este hotel boutique de cinco estrellas ocupa un edificio protegido construido en 1856 y rehabilitado en su totalidad. El hotel dispone de un total de 18 habitaciones de lujo, la mayoría de ellas con vistas a la Plaza Real. Cuenta también con piscina y solárium en "El Terrat", sauna y spa y una cuidada y selecta oferta gastronómica basada en la excelencia del producto local, en la autenticidad de lo autóctono y en el concepto slowfood, representada en sus espacios de restauración: La Cuina del DO: y La Terrassa del DO:, así como en El Terrat del DO:, de próxima apertura. El Hotel DO: Plaça Reial, se encuentra próximo a los principales atractivos turísticos del centro de Barcelona como las Ramblas, el Liceo, el mercado de la Boquería, el Palacio de la Música, la Catedral, el Palau Güell, Santa María del Mar, el Museo Picasso o el Puerto de Barcelona, entre otros. El Hotel DO: Plaça Reial es propiedad del Grupo Majó Grau, empresa familiar de larga trayectoria y referente del sector textil catalán.

Fotos: Hotel DO



Foto: Hotel DO

El Hotel DO: Plaça Reial ocupa un edificio neoclásico protegido, como patrimonio histórico de la ciudad, que fue construido en el año 1856 en el número 1 de la Plaza Real.

Ubicación privilegiada en el corazón de Barcelona

Situado entre la Plaza Real y las Ramblas, muy cerca del Liceo y del mercado de la Boquería y a pocos minutos a pie del Barrio Gótico, de la Plaza Cataluña -centro neurálgico de la ciudad y del Paseo de Gracia -la zona comercial y de shopping más prestigiosa de Barcelona-, el Hotel DO: Plaça Reial se encuentra rodeado de un entorno único y de la mayoría de atractivos turísticos de la ciudad.

El Barrio Gótico, con la Catedral, Santa María del Mar, la iglesia del Pi, el Palau de la Música o el Museo Picasso; las Ramblas con el Liceo, la Boquería, el Palau Güell y la propia Plaza Real; centros de arte como el MACBA o el CCCB en el Raval; el Museo Marítimo

o el monumento a Colón en el Puerto; la autenticidad del barrio mariner de la Barceloneta, o el ambiente de la Plaza Cataluña, y el glamour de una jornada de shopping visitando las mejores boutiques internacionales en el Paseo de Gracia. Todo está al alcance del Hotel DO: Plaça Reial.

Arquitectura y Diseño en un edificio singular

El prestigioso arquitecto Oriol Bohigas ha sido el responsable del proyecto de rehabilitación del edificio. El resultado es un hotel singular con un diseño funcional, instalaciones modernas, detalles muy



Foto: Hotel DO

“El Hotel DO: Plaça Reial se encuentra rodeado de un entorno único y de la mayoría de atractivos turísticos de la ciudad”

cuidados y un servicio personalizado y trato familiar que hace que sus huéspedes se sientan como en casa.

Habitaciones con vistas

El Hotel DO: Plaça Reial dispone de un total de 18 habitaciones -3 de ellas suites. Todas las habitaciones dobles y suites son exteriores y con vistas a la Plaza Real y a las Ramblas. La habitación El Terrat, situada en el último piso, ofrece una terraza con piscina privada de uso exclusivo para sus ocupantes. Todas las habitaciones disponen de entorno domotizado con iluminación por escenas, conexiones USB y RCA para equipos multimedia, televisor interactivo de última generación, acceso a internet y servicio de oficina virtual, así como amenities Molton Brown. El desayuno, minibar gratuito, WI-FI, prensa diaria y el acceso a la piscina y al spa están incluidos en la tarifa de la habitación.

El cuidado interiorismo y la calidad de los materiales y acabados, junto con el confort y la funcionalidad del diseño, hacen de la estancia en el Hotel DO: Plaça Reial una experiencia única y gratificante.

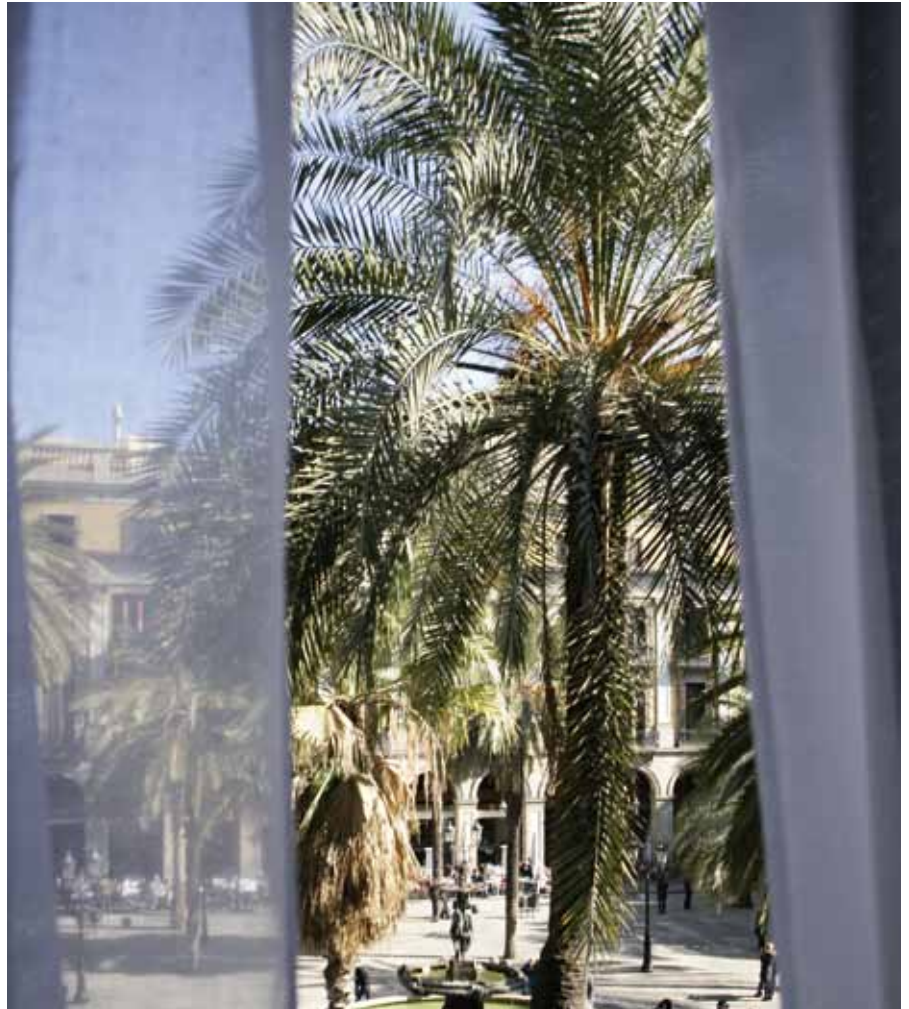


Foto: Hotel DO

Spa y servicios

El Hotel DO: Plaça Reial ofrece a sus huéspedes una experiencia de relajación y bienestar en la intimidad de un spa de

uso exclusivo y privado para los clientes del hotel y que dispone de sauna, baño de vapor y banco calefactado. Además, los huéspedes del hotel pueden disfrutar de diversos servicios complementarios

Foto: Hotel DO



Fachada Hotel DO



PROYECTO DE REHABILITACIÓN: MBM ARQUITECTES

Francesçs Gual, Arquitecto



Francesçs Gual

La ubicación privilegiada del Hotel DO en una de las plazas con más historia de la ciudad de Barcelona; la Plaza Real... ¿hasta qué punto condicionó su rehabilitación?

No todos los días se tiene la oportunidad de intervenir en un edificio con unas características tan singulares, ya sea desde el punto de vista histórico como urbano. La idea básica de la intervención fue precisamente la de ser respetuosos tanto con la historia como con el entorno urbano. La formalización de estos conceptos se cristaliza despojando al edificio de todo lo superfluo con el fin de que sean los elementos originales los que impriman el carácter a los nuevos espacios. Que sea la parte histórica del edificio la que defina la atmósfera. En contrapartida, que toda nueva intervención sea hecha con materiales actuales, sin mimetizarse ni parecerse a "lo antiguo", sino contraponiéndose y diferenciándose de lo existente. El diálogo entre ambos lenguajes fue el punto de partida que condicionó la rehabilitación.

La intención arquitectónica de la intervención del Hotel DO, es la restauración de la fachada, en el exterior, y la recuperación de unos espacios arquitectónicos que mantengan el criterio de la composición original, en

el interior. ¿Cómo se ha llevado a cabo esto?

La fachada del edificio forma parte del conjunto unitario que formaliza la fachada de toda la plaza Reial. Por este motivo la restauración debía armonizar con el resto de la fachada de toda la plaza. Para ello, seguimos las directrices que nos indicó el "Institut de Paisatge Urbà" del Ayuntamiento de Barcelona. Se efectuaron catas en diversos puntos de la fachada para descubrir las texturas y los colores de los diversos elementos que componen la fachada: paramentos, pilastras, cornisas, balaustradas..., que se restauraron de la forma más parecida a los originales. Igualmente, se sustituyeron los elementos de la carpintería existentes por unos nuevos e idénticos a los originales.

En el momento de iniciar la rehabilitación, el edificio era una pensión económica, por lo que la distribución interior había cambiado mucho respecto a la original. El criterio fue el de eliminar todos los elementos añadidos a lo largo del tiempo y proponer una distribución coherente con la composición de la fachada y con el nuevo uso al que iba destinado el edificio.

Rehabilitar un antiguo edificio para reconvertirlo en un hotel de cinco estrellas... ¿Supuso demoler alguna parte importante del edificio?

Sí, de hecho se demolió toda la parte del edificio que daba al patio interior, que no formaba parte de la crujía más próxima a la fachada de la plaza. Podemos decir que se demolió una superficie relativamente importante del edificio pero ningún elemento con valor arquitectónico.

¿Qué medidas se han llevado a cabo para transformar el edificio en hotel y ajustarse a la normativa municipal, a la de turismo y a la de protección contra incendios? Háblenos de ello.

Toda la intervención se ha realizado ajustándose a las diversas normativas que, bien interpretadas, son las que dotan de sentido

común al trabajo que se ha llevado a cabo. En la parte que se demolió se han construido las dos escaleras de comunicación vertical –la principal y la de servicio–, los pasillos de distribución de cada planta, y los ascensores, así como los espacios de administración del hotel en el entresuelo, y el vestíbulo, recepción y bar en la planta baja, cumpliendo los requerimientos de las tres normativas.

Las habitaciones, que ocupan la crujía que forma la fachada de la plaza, se han proyectado en coherencia con el ritmo compositivo de la fachada. De esta forma se han conseguido unas estancias amplias, bien iluminadas y con vistas a la plaza, tal como debe ser en un hotel de cinco estrellas.

¿Cómo se han dispuesto los recorridos, considerando el flujo de los huéspedes, en el interior del hotel?

Como ya he comentado, los recorridos se han dispuesto en la parte que se edificó de nuevo. La escalera principal y el ascensor ocupan lo que podríamos llamar el centro de gravedad de la planta del edificio, por lo que la distancia entre estos elementos de comunicación y las habitaciones es mínima, en beneficio de los huéspedes.



¿Qué criterios se han seguido para el diseño de las zonas comunes y habitaciones del hotel?, ¿y de los restaurantes?

Tal como expresaba al principio de la entrevista, la honestidad en mostrar lo existente y lo nuevo como tal fue el criterio que se siguió desde el inicio del proyecto.

Dado que las habitaciones ocupan la parte original del edificio, y con el fin de ser coherentes con el concepto predeterminado, se dejaron los techos con las vigas de madera y las bovedillas vistas, así como las puertas y las persianas de los balcones igual que los originales. De esta forma se tiene siempre presente la idea de estar en un edificio del siglo XIX. En el restaurante situado en el sótano el criterio fue el mismo. El carácter de este espacio lo imprimen los arcos y las bóvedas que forman el techo. Así pues, se dejaron estos elementos en su máxima amplitud para que determinaran la atmósfera de este restaurante.



Foto: Equipo MBM Arquitectes



¡500 hoteles trabajan con OfiHotel en España y Latinoamérica!

El programa especializado para Hoteles

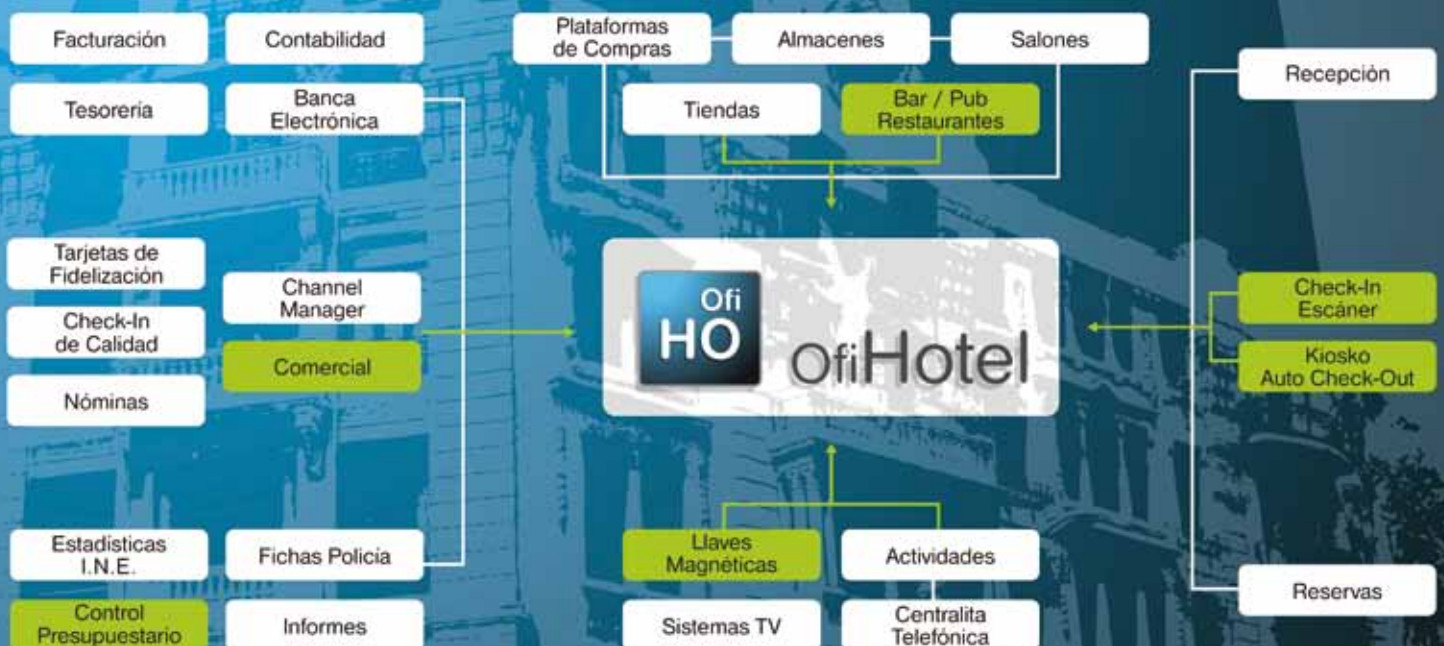




Foto: Hotel DO

tales como chófer, peluquería, guías turísticos, masajes, reserva de entradas para teatros y espectáculos, WI-FI gratuito en todos los espacios y servicio de conserje las 24 horas.

Gastronomía: Cocina de mercado de autor con personalidad

El Hotel DO: Plaça Reial ofrece una cuidada y selecta oferta gastronómica basada en el concepto de la excelencia del producto de temporada y de proximidad y de la autenticidad de lo autóctono. En los espacios de restauración: La Cuina del DO: y La Terrassa del DO:, y en El Terrat del DO:-de próxima apertura-, nuestro chef Sergio Ruiz Nieves –discípulo del prestigioso Paco Pérez- ofrece una cocina mediterránea de autor, con personalidad, que potencia el producto autóctono de calidad y de cultivo ecológico procedente de los mejores proveedores locales. Un claro ejemplo son los quesos Reixagó, propiedad de la familia Majó, elaborados únicamente con leche cruda de la propia granja. Del mercado a la mesa con la mínima transformación y en tres formatos: una carta elaborada en La Cuina del DO:, platillos y tapas inspirados en la cocina de mercado en La Terrassa del DO: y próximamente cocina marinera en El Terrat del DO:. La Cuina del DO:

La Cuina del DO

Ubicado en la bodega del hotel, bajo unas bóvedas históricas, el restaurante



Foto: Hotel DO

La Cuina del DO:, ofrece una cuidada carta de platos de autor de inspiración mediterránea, basados en el concepto de la cocina de mercado de alta calidad y del producto de proximidad de temporada. La carta y los menús degustación, la excelente selección de vinos autóctonos y un servicio selecto y refinado, en el entorno histórico único de Ciutat Vella, satisfarán a los gourmets más exigentes.

La Terrassa del DO

Una amplia y atractiva selección de platillos, tapas y copas de vino y de cava es lo que ofrece

La Terrassa del DO:, el punto de restauración más casual y cosmopolita del Hotel DO: Plaça Reial. Un lugar ideal en el que compartir de forma flexible, relajada y al aire libre, la mejor cocina de mercado a cualquier hora del día observando el animado ambiente de la Plaza Real y frente a la magnífica fuente de Las Tres Gracias, de Antoni Gaudí.

El Terrat del DO

De próxima apertura, en la parte superior del Hotel DO: Plaça Reial, El Terrat del DO: ofrecerá una selección de platos de inspiración marinera, rodeados por los tejados góticos de Ciutat Vella. Aquí podremos degustar el mejor pescado y marisco de la costa catalana de manera relajada y en una singular terraza con vistas.



Foto: Hotel DO

Foto: Hotel DO





Cristina Majó Morales

General Manager del Hotel DO: Plaça Reial



«Producto de calidad con una excelencia en el servicio y todo ello al mejor precio posible»

Cristina Majó Morales, Directora del Hotel “DO: Plaça Reial” e hija del empresario catalán Ignasi Majó, aporta con esta original propuesta -savía nueva para la gastronomía y oferta hotelera de Barcelona- una forma diferente de entender y valorar el trato a comensales y huéspedes. Y es que la estrategia que se ha marcado con este “Hotel Boutique Gastronomic” tiene una vocación clara “de crecer, aprender y seguir ganando en excelencia”, con la ventaja de que “existe una venta cruzada... desde una cena en la terraza ganamos un cliente en el hotel o viceversa”, como afirma Cristina Majó en esta entrevista.

¿Por qué es la apuesta por la gastronomía local de calidad y el turismo de contenido cultural el principal objetivo de este hotel de lujo? ¿Hasta qué punto ha sido su privilegiado enclave el valor determinante de esta estrategia?

Nuestro objetivo siempre ha sido claro: producto de calidad con una excelencia en el servicio y todo ello al mejor precio posible. Nuestras pretensiones no son las de

posicionarnos como un servicio de lujo sino de calidad.

Ofrecer una gastronomía rica es dar la oportunidad de disfrutar y conocer nuestra tierra y forma de vida. Y, explotar nuestros productos es la mejor vía posible para llegar a ello.

Evidentemente, no podemos obviar la ubicación debido a que nos proporciona

una singularidad especial, ya que nos encontramos en un lugar de referente histórico y patrimonial de la ciudad, así que desde el principio consideramos que era un fiel reflejo de nuestra misión.

¿Qué principales motivos han movido a la familia Majó Grau a diversificar en un negocio como la hotelería con una doble apuesta -hotelera y de restauración? (un hotel pequeño y original con piscina y solárium, sauna y spa y una cuidada oferta gastronómica formada por varios restaurantes).

Después de una larga y exitosa vida profesional dedicada al sector textil, mi padre (Ignasi Majó), decidió emprender un nuevo rumbo, basándose en su pasión por la comida. El conocimiento adquirido durante un sinfín de temporadas fuera de casa viajando y viviendo en hoteles hizo el resto. Creando un modelo de hotel con un objetivo claro: dar al cliente una experiencia única basada en cómo nos gustaría que nos sirvieran a nosotros.

Así que la mayor motivación ha sido la ilusión y las ganas de emprender. La pasión con la que he visto trabajar a mi padre ha sido la que ha llevado a toda la familia a involucrarse junto a él. Yo, como directora del hotel, me considero una privilegiada en poder participar en esta gran oportunidad. El proyecto es precioso y las ganas de trabajar muy duro son muchas para lograr nuestros objetivos.

El estudio de Oriol Bohigas ha sido el responsable de su rehabilitación, ¿amor por la arquitectura?

¿Amor por la arquitectura? Yo diría más bien respeto. El objetivo era aprovechar la riqueza arquitectónica del edificio original, además de devolver la vida de antaño. Tuvimos muy claro que la persona más indicada era Oriol Bohigas, quien ha demostrado su amor por la plaza y su vida en general. Es un orgullo tenerlo de vecino y haber contado tanto con él como con su equipo.

Domótica y nuevas tecnologías contribuyen al confort de los huéspedes... (háblenos de ello)

Hemos incorporado las nuevas tecnologías en nuestro hotel, pero siempre de un modo funcional y cómodo para el cliente. Nuestro sistema de domótica ha facilitado que el

cliente encienda o apague todo el sistema de luces desde un interruptor, o el poder ofrecer una serie de enchufes que funcionen las 24 horas sin la necesidad de tener la tarjeta conectada facilita mucho la comodidad de nuestro cliente.

En cuanto a tecnologías, además de ofrecer televisores Loewe y telefonía de Bang & Olufsen, hemos incorporado en el escritorio la facilidad de conectar cualquier dispositivo multimedia al televisor, ya sea para ver imágenes o escuchar cualquier audio, además de poder navegar cómodamente por internet a través de la televisión.

¿Por qué tres espacios gastronómicos diferentes?

Los espacios se crearon pensando en la versatilidad del cliente a la hora de probar nuestra cocina:

La Cuina, es un espacio gastronómico donde consideramos que el cliente quiere disfrutar de una carta rica en producto y con un grado de elaboración sofisticado sin dejar perder los sabores de una buena materia prima. Nuestro chef (Sergio Nieves), se permite el lujo de jugar con los snacs y entrantes deliciosos introduciendo a los comensales en un juego rico y confortable. En sala, nuestro maître (Thomas Rossini), ejecuta el servicio como si de una pieza musical se tratara. Nuestra aportación ha sido la de utilizar un espacio noble como el subterráneo con sus bóvedas y pilares de piedra original aportando máximas calidades en vajilla, cristalería y menaje. Además de una buena oferta de vinos y licores, fundamentalmente creados en nuestro país.

La Terrassa, a pie de Plaça Reial, ofrece una gran oferta de platos y tapas tradicionales desde unas buenas patatas bravas o calamares a la romana, hasta un canelón de gallo tradicional o la selección de quesos elaborados en nuestra propia granja (Reixagó). Los clientes conviven con los transeúntes de la plaza pero desde los arcos que ofrecen un pequeño espacio de desasosiego ideal para brindar con cava, con una buena copa de vino o sangría o un gin tonic.

Y, por último, todavía sin estrenar, esperamos crear nuestro tercer lugar: El Terrat. Situado en la última planta del hotel y ofreciendo las vistas de toda la ciudad, hasta ahora desconocidas por el público, buscamos crear

“El objetivo era aprovechar la riqueza arquitectónica del edificio original”

un tercer espacio más íntimo donde la oferta se fundamente en pocos productos pero de excelente calidad.

¿Qué expectativas esperan del HOTEL DO, y de sus restaurantes, en los próximos ejercicios? Después de estas primeras aperturas ¿contemplan futuras inversiones en el canal horeca?

Nuestras expectativas siguen siendo las de crecer, aprender y seguir ganando en excelencia. Para ello estamos trabajando en formar un equipo de personas involucradas y fieles. Así mismo, seguimos día a día la respuesta del cliente para saber por donde tenemos que seguir innovando y así sorprender tanto a nuestros clientes del restaurante como del hotel.

Nuestra mejor publicidad es apostar por ofrecer y dar a conocer nuestro producto, por ello hemos aplicado una política de precios muy ajustados. Somos conscientes de la coyuntura económica que nos encontramos y por el contrario conocemos que la mejor manera de fidelizar al cliente es satisfaciéndole en su servicio. Así que las expectativas a día de hoy son las de crecer paso a paso, pero de un modo firme y consistente.

Pasados ya un par de meses desde su inauguración ¿qué percepciones transmite el hotel a sus visitantes?



Foto: Hotel DO

Desde nuestra apertura somos conscientes que día a día podemos ir mejorando nuestro servicio, siendo máximamente flexibles y muy trabajadores. El cliente percibe nuestro modo de trabajar como una gran involucración de nuestro equipo. Somos una empresa familiar independiente y con criterio propio, así que el cliente además de agradecerlo se muestra máximamente contento. Existe una venta cruzada, lo cual nos satisface ver como desde una cena en la terraza ganamos un cliente en el hotel o viceversa.

La temporada acaba de empezar y las expectativas son más que satisfactorias. La acogida ha sido increíble y ya hemos tenido muchos clientes repetidores tanto de hotel como del restaurante, así que la percepción es muy buena y alentadora para seguir tomando forma y rumbo.



Foto: Hotel DO

■ Panasonic en la rehabilitación de la climatización del Hotel Claris ■



El hotel

El Hotel Claris –antiguo Palacio Vedruna– es un fantástico hotel de máxima categoría, 5 estrellas gran lujo, ubicado en plena Eixample de Barcelona. Derby Hoteles Collection realizó su remodelación durante el año 2011 con el objetivo de poder conservar una de los edificios más preciados de la emblemática Barcelona modernista que alberga, además, una valiosa colección de obras de arte egipcio procedentes de la colección Jordi Clos.

Este palacete de estilo neoclásico constituye uno de los mejores ejemplos de integración de fachada antigua con un extraordinario muro-cortina que le proporciona una gran singularidad al mismo tiempo que una perfecta adecuación a las proporciones de los edificios vecinos.

Dispone de siete plantas en las que se reparten un total de 120 habitaciones, de las cuales 80 son dobles y 40 suites. Tiene un hall de entrada, un restaurante, un bar, una peluquería, sala de conferencias, y una piscina en la terraza.

Recientemente el citado hotel ha realizado una reforma integral de la climatización del edificio, sustituyendo un sistema aire-agua por uno de caudal de refrigerante variable.

El proyecto ha sido desarrollado por la ingeniería RF2 ENGINEERS y sus instalaciones las ha ejecutado la empresa IJT. Se ha optado por un sistema de caudal de refrigerante variable de la marca Panasonic,



Foto: Panasonic. Hotel Claris

que ha permitido disminuir los consumos energéticos y ha aumentado el confort de los clientes.

Las unidades exteriores son de reducida potencia, permitiendo una gran flexibilidad durante el funcionamiento de la instalación, ya que los equipos se adaptan a la demanda variable de las cargas térmicas así como al factor parcial de uso del edificio.

El espacio ocupado por la nueva instalación es mucho menor. Las unidades exteriores seleccionadas requieren de reducidos espacios de mantenimiento, por lo que la implantación adosada reduce considerablemente el espacio ocupado en la cubierta. Este punto ha sido determinante, ya que se ha liberado mucho espacio disponible que puede destinarse para otros beneficios del propio negocio.

El equipamiento

El sistema VRF ECOi de Panasonic es uno de los más avanzados actualmente dada su alta eficiencia energética, la cual permite un elevado ahorro del consumo energético, repercutiendo de forma directa sobre los gastos fijos del hotel. Es un sistema ideal para rehabilitaciones ya que requiere de un paso de instalaciones mínimo. Únicamente precisa el espacio de las dos tuberías de refrigerante y una línea de transmisión de datos que garantice la comunicación entre todas las unidades del sistema, facilitando las tareas de mantenimiento.

La tecnología de recuperación de calor a 3 tubos proyectada permite un funcionamiento simultáneo e independiente en calefacción y refrigeración para cada una de las habitaciones. En esta tipología de sistemas prevalece el confort del usuario, ya que permite demandar ambos modos en cualquier momento. Estos sistemas reducen los costos de operación al transferir energía a través del edificio.

Se han proyectado conductos de baja silueta M1 en cada habitación. Destacan por sus bajos valores de nivel sonoro y la posibilidad de regulación de la temperatura de impulsión, ofreciendo un mayor confort al usuario. Actualmente Panasonic es el único fabricante que permite esta regulación

El control centralizado táctil gestiona de forma inteligente la instalación mediante programación semanal, operaciones de encendido/apagado, modos de operación automáticos frío/calor, ajustes de temperatura y de velocidad del ventilador, entre otros. Además, el mismo mando integra de serie funciones para el cálculo de distribución de consumos para cada unidad interior y el acceso al mismo mediante servidor web.

Foto: Panasonic. Hotel Claris



■ Un oasis accesible con Krona, en Casa Decor Madrid 2012 ■



El equipamiento

Los aseos públicos de la última edición de Casa Decor Madrid son un jardín "zen" accesible para todos los visitantes que acudan a la muestra de decoración. El trazado de sus distintas estancias, junto con la articulación de puertas con el sistema EGO con bisagra oculta Kubica, y una puerta corredera K20 de Krona, crean una combinación perfecta que facilita la movilidad en el interior.

"Soto Kangei" ("bienvenido afuera") es el nombre que el estudio Egue y Seta le ha dado a los baños públicos que se ubican en la planta baja de la nueva muestra Casa Decor Madrid 2012. Los interioristas han creado un oasis blanco de 26 m², con vegetación y con revestimientos murales, que llega a sacar al visitante del bullicioso edificio-exposición y lo reubica en un lejano jardín "zen". A los baños se accede a través de un amplio hueco en una pared oscura que se tapa con una puerta lacada en negro. Esta hoja se desplaza agarrando la manilla Cirkle de Krona, y haciéndola discurrir sobre las guías circulares del sistema corredera K20 de Krona. La instalación de esta puerta se ha hecho a medida, teniendo en cuenta

la necesidad de una rampa y las medidas de apertura necesarias para garantizar la accesibilidad total a los aseos.

Una vez en el interior, aparece una estancia blanca e infinita que construye una fachada urbana. A esta simplicidad de líneas, contribuyen las puertas de aseos, resueltas con el sistema EGO de Krona. Una solución que permite que la ausencia de marcos y de jambas dando una uniformidad minimalista al entorno. Pero hay más. Para el interior de los dos aseos, el estudio Egue y Seta ha impreso unos singulares revestimientos murales. Paredes y puertas dan continuidad a los gráficos. Y un detalle. La bisagra invisible Kubica Twist de Krona que llevan las puertas permite la apertura de estas hasta 180°, facilitando, más aún si cabe, el acceso y dando amplitud por doquier.

Casa Decor

Para el vigésimo aniversario de Casa Decor, se ha elegido la antigua sede de la

Real Compañía Asturiana de Minas emplazada en Plaza de España, 8 (Madrid), un edificio que ofrece a los visitantes más de 4.500 m² de exposición de interiorismo y soluciones creativas de decoración. Este pequeño oasis ha sido diseñado por el estudio Egue y Seta.

Foto: Krona



Foto: Krona



Foto: Krona



3 CLAVELES Premio Design Plus al Quita Escamas Profesional



Empresa: BUENO HERMANOS S.A. // Teléfono: 941 272 727 // Web: <http://www.buenohermanos.com>

El Quita Escamas Profesional 3 Claveles diseñado por Bueno Hermanos, S.A. ha obtenido el DESIGN PLUS AWARD 2012. El prestigioso premio de DESIGN PLUS se concede desde 1983 a los productos que combinan un diseño atractivo con la funcionalidad. Un jurado internacional de expertos valora entre todos los productos presentados por los expositores en la feria internacional de Ambiente, en Frankfurt. El Quita Escamas Profesional 3 Claveles de alto rendimiento, permite limpiar pescado de cualquier tamaño en unos segundos. Su diseño hueco de una única pieza tiene 2 bordes dentados para una mejor cobertura, y punta en sierra para las escamas más pequeñas. La estructura abierta evita que se atasque facilitando la limpieza, y el mango ergonómico ofrece un agarre cómodo y seguro. Entre sus principales características destacamos: La rapidez y facilidad para limpiar el pescado sin atascarse gracias a las dos filas con bordes dentados en acero inoxidable. Muy duradero. Cómodo y seguro e higiénico. Pueden usarlo tanto diestros como zurdos, en el interior o al aire libre.



CASADESÚS Sofá slim, esencia cúbica

Empresa: CASADESÚS ARQUITECTURA ELEVADA AL DISEÑO // Teléfono: 936 684 760 // Web: <http://www.casadesusdisenyo.com/>



Huir de las superficialidades y estridencias para quedarse con la esencia. Éste ha sido el objetivo de Jaime Casadesús a la hora de diseñar Slim, una línea sofás en la que se ha cedido todo el protagonismo a lo más cúbico de su diseño. Slim marca sus ángulos con estilo en cualquiera de sus versiones y es precisamente esta claridad de líneas la que le confiere una estética básica capaz de adaptarse a todo tipo de entornos. Su bastidor metálico permite la creación de piezas de hasta tres metros que, como el resto de modelos de la línea, únicamente se sustentan con unas finas patas de acero cromado brillo en los extremos, lo que acentúa aún más su ligereza. Slim presenta una estructura de hierro pintada en poliéster y madera recubierta con espuma de poliuretano de diversas densidades y con fibra de poliéster hueca siliconada. Los cojines de asiento están realizados en espuma de poliuretano HR de diversas densidades de alta resiliencia recubiertos con fibra de poliéster hueca y siliconada. Y los cojines de respaldo se recubren con una funda protectora con divisiones internas, y están rellenos con fibra de poliéster y pluma de pato blanca esterilizada. Sin duda, los mejores materiales para que Slim proporcione el máximo confort y pueda perdurar. En Slim todo está puesto al servicio de la comodidad y la elegancia. Y es que diseño y funcionalidad no se conciben por separado en Casadesús.

HANSGROHE El nuevo showerpipe Croma 220



Empresa: HANSGROHE, S.A // Teléfono: 936 803 900 // Web: <http://www.hansgrohe.es/>

La ducha fija del nuevo showerpipe Croma 220 incorpora la tecnología patentada AirPower de Hansgrohe, que enriquece el agua con aire para que, una vez bajo la ducha, una lluvia voluminosa acaricie nuestra piel y envuelva nuestro cuerpo en un manto de agua cálida. El showerpipe Croma 220 se caracteriza por su cabezal de ducha orientable de 220 milímetros, fabricado en metal y por su brazo de ducha giratorio de 400 milímetros, dispuesto en un ángulo inclinado. El brazo de ducha giratorio resulta extremadamente práctico en situaciones de reforma. Además, permite que el showerpipe de bañera pueda instalarse en la parte frontal o lateral de la bañera. Las conexiones descentradas tampoco suponen ningún problema, ya que siempre se puede girar la ducha fija y orientarla a la zona de ducha deseada. Además de la ducha fija, el showerpipe Croma 220 incluye una teleducha Croma 100 Vario, para ducharse con flexibilidad. Este modelo dispone de cuatro modos de chorro, desde lluvia fina a cascada estimulante con efecto masaje. Asimismo, la función integrada QuickClean, de eficacia probada, dificulta la formación de depósitos de cal en las duchas, que en caso de producirse, pueden eliminarse fácilmente con tan solo frotar las toberas de silicona flexibles con el dedo. El nuevo showerpipe Croma 220 es el sistema de ducha con una superficie cromada de alta calidad, que destaca por un concepto de diseño claro que armoniza perfectamente en cualquier ambiente de baño.



IRSAP Presenta Relax eléctrico; control inteligente de la temperatura

Empresa: IRSAP RHOSSE CLIMA INTEGRAL, S.L. // Teléfono: 936 334 700 // Web: <http://www.irsap.es/>



Irsap presenta Relax eléctrico, una radiador de calor seco con una estética sobria y elegante que se adapta con discreción a cualquier ambiente, al que irradia su cálida presencia. Se trata de un radiador revestido de un frontal rectangular de acero que se puede instalar tanto vertical como horizontalmente y que, gracias a la variedad de colores en la que puede escogerse, permite una integración perfecta con el entorno. Además, una de sus grandes ventajas es que consta de un innovador cronotermostato Wireless (inalámbrico). Este cronotermostato permite la gestión completa de todas las funciones de Relax eléctrico con control remoto. Asimismo, dispone de una función de programación semanal que permite disfrutar de la temperatura exacta a la hora deseada, reduciendo el consumo energético en base a las necesidades de cada uno. Muchas ventajas para un radiador de cuidado diseño con cronotermostato incluido. Una solución perfecta y con estilo para disfrutar siempre de una temperatura óptima en casa o en la oficina.

KALDEWEI La Bañera Asymmetric Duo ha obtenido el red dot design award 2012 y el universal design award 2012

KALDEWEI

Empresa: KALDEWEI ESPAÑA, S.L. // Teléfono: 932 241 150 // Web: <http://www.kaldewei.com/>

Su diseño atemporalmente elegante y rectilíneo convierte a la bañera Asymmetric Duo en un artístico punto de atención en el baño moderno. Esta refinada síntesis de confort, funcionalidad y estética alcanza un elevado nivel de innovación: La bañera Asymmetric Duo se presenta con reborde ancho por un lado, que se puede usar tanto como superficie de asiento o apoyo, como para la colocación individual de griferías. Un centro de atención en cuanto a estética, que ofrece a la persona que se baña diferentes posibilidades de uso dependiendo de la orientación de la bañera, y que se adapta de forma óptima a sus necesidades individuales en cuanto a funcionalidad y confort. La obtención del acreditado premio de diseño red dot y la distinción paralela con el universal design award, más dirigido hacia la funcionalidad del producto, demuestra que en ese modelo de bañera de Kaldewei se combinan perfectamente la estética y la funcionalidad.



LAMP
LIGHTING

LAMP LIGHTING LOOK, lo más fresco en proyección LED

Empresa: LAMP, S.A. // Teléfono: 902 204 010 // Web: <http://www.lamp.es/>



LOOK, la nueva familia de proyectores de LAMP, se ha diseñado específicamente para módulos LED multichip y destaca por su diseño contemporáneo, atemporal y técnico. Su cuerpo está fabricado en aluminio inyectado, dispone de un reflector de aluminio de elevada pureza y además cuenta con una rótula serigrafiada que permite una fácil orientación. Existen dos versiones de este proyector, una de superficie y otra a carril, ambas disponibles con acabados en blanco texturizado y en grafito texturizado. Cabe destacar que LOOK dispone de módulo LED multichip reemplazable y refrigeración pasiva con disipador de aluminio inyectado para una óptima gestión térmica (50.000 horas de vida). Existen modelos con flujos luminosos de 1.100, 2.000 y 3.000 lm con LEDs blanco cálido (3000°K) o neutro (4000°K), con un índice de reproducción cromática Ra>85, y disponibles con ópticas Flood y Medium Flood. Por su diseño compacto y proporciones estilizadas se integra perfectamente en cualquier ambiente arquitectónico y se convierte en el aliado perfecto para aplicaciones en locales comerciales, museos, restaurantes, etc. Con LAMP, la alta tecnología y calidad LED (5 años de garantía) están al servicio de los profesionales más exigentes.

restaurantes, etc. Con LAMP, la alta tecnología y calidad LED (5 años de garantía) están al servicio de los profesionales más exigentes.

runtal

RUNTAL Nuevo radiador de estética industrial

Empresa: RUNTAL RADIADORES, S.A. // Teléfono: 935 824 595 // Web: <http://www.runtal.es/>

Diseñado por los italianos Pietro Securo y Mario Talin, el nuevo radiador Runtal Seta posee una gran pureza estética y un aspecto excepcional. Su estructura, con elementos de tubo de acero redondo, es potente y rotunda otorgándole una imagen industrial reconocible expresada con formas contemporáneas. Y con un detalle muy sofisticado: cada tubo radiante redondo culmina en un remate perforado. Gracias a un diseño muy versátil, este radiador permite soluciones térmicas eficientes en cualquier entorno y se adapta de forma excelente a ambientes modernos. Puede utilizarse también como calentador de toallas en el baño gracias a sus prácticos accesorios. Radiador de acero por agua, a medida. Se entrega con 4 racores de 1/2" para realizar todas las conexiones estándar posibles.



DICKSON
innovative textiles for your world

DICKSON La lona microperforada Indoor & Outdoor

Empresa: DICKSON // Teléfono: 936 354 200 // Web: <http://dickson-constant.es>



Dentro de su catálogo de lonas y toldos 2012-2015, Dickson presenta Sunvision, la lona microperforada que se adapta a cualquier proyecto de decoración, tanto en interior como en exterior. Tejida a partir de acrílico y poliéster resinado de PVC, la lona Sunvision, instalada en el exterior, bloquea el 80% de la energía solar, actuando como un climatizador natural. Asimismo, protege contra los efectos nocivos del sol absorbiendo el 83% de los rayos UV. Su estructura microperforada garantiza una excelente visibilidad hacia el exterior al tiempo que preserva la intimidad en el interior. Fabricada en 8 colores, la gama Sunvision ofrece ese tacto textil, único en el mercado, de los "screens" tradicionales. Su ambivalencia en la decoración indoor & outdoor posiciona a Sunvision en la vanguardia del diseño y la creatividad. Dickson, líder mundial en lonas para toldo, está presente en más de 110 países y significa un referente internacional por su creativo diseño y su alta calidad. Para ampliar información: www.dickson-constant.com

NH reconvierte un edificio histórico para estrenar hotel en Ourense



En pleno corazón de la ciudad de Ourense se erige el elegante edificio que hoy acoge al nuevo NH Ourense. Operado por NH Hoteles en régimen de gestión, el cuatro estrellas se sitúa en el casco antiguo, en el número 24 de la conocida calle Celso Emilio Ferreiro. Muy próximo a la zona de mayor interés cultural e histórico, el hotel se encuentra a sólo diez minutos a pie de la Catedral, el agradable Parque de San Lázaro, el Museo Arqueológico, el Municipal y el Catedralicio, así como de la Colección de Trenes Fernández Pacheco-Outeriño y sus más de 4.000 reproducciones de ferrocarriles reales.



El establecimiento se sitúa muy cerca también de la zona comercial más exclusiva de la ciudad y de las Termas de As Burgas y de Outariz, uno de los principales atractivos turísticos de esa área, estas últimas a unos 6 km del hotel.

Tras un período de tres años de remodelación del edificio –protegido por su valor histórico y que hasta el momento había albergado viviendas– la cadena ha logrado conservar intacta la fachada, ampliar su altura con cuatro nuevas plantas y adaptar su interior para el uso hotelero. De este modo, NH Ourense ofrece un renovado espacio que comprende ocho alturas, una planta baja y dos sótanos –dedicados al desayunador y sala de reuniones–, y 46 habitaciones: 33 estándares de uso doble, 4 individuales y 9 suites, incluyendo 2 adaptadas para discapacitados. Las seis estancias que asoman a la fachada principal disponen además de balcones con vistas a la calle y al Valle de Ourense.

Junta General de accionistas de Meliá Hotels International



El Presidente de Meliá Hotels International comenzó su discurso afirmando que ante una crisis como la actual, las empresas deben evolucionar y reinventarse, para introducir a continuación los procesos de cambio de mayor calado que Meliá ha puesto en marcha durante el ejercicio 2011: el Plan Estratégico 2012-2014 y la renovación de la Misión, Visión y valores de la compañía, acompañando al impulso dado por la nueva marca corporativa Meliá Hotels International, también en sostenibilidad.

Respecto a la evolución y resultados de 2011, las respuestas de la hotelera a la crisis estuvieron marcadas por la expansión internacional, el enfoque y la apuesta por las marcas y la fidelización del cliente. Así, Escarrer, presidente de Meliá Hotels International destacó el mantenimiento del valor de los activos de la compañía en la nueva valoración realizada (3.314 millones, lo que demuestra la solidez patrimonial), atribuible a la excelente localización y calidad de los hoteles, así como el hecho de que Meliá se haya mantenido en resultados positivos y haya contado con el apoyo de las principales entidades financieras. Igualmente, afirmó la importancia de la innovación, tanto en el producto como en la comercialización y la relación con el cliente.

Áreas estrena Llegarasmеjor Club



Áreas, empresa española líder en restauración, distribución comercial y servicios integrales al viajero, quiere premiar la fidelidad de sus clientes y, por ello, ha creado Llegarasmеjor Club, un programa pionero que ofrece grandes ventajas y descuentos a todos los viajeros. En poco más de un mes, Llegarasmеjor Club ha logrado que 50.000 usuarios se beneficien de descuentos, cupones, regalos, entre otras ventajas. A través de www.llegarasmеjor.com, los suscriptores pueden conocer todas las ofertas del Club y planificar de forma fácil e intuitiva cada detalle de su viaje.



Disfrutar de un 5% de descuento inmediato, recibir cupones de descuento y regalos, acumular puntos y canjearlos por inesperados obsequios o recibir facturas recapitulativas del IVA son algunos de los beneficios que este programa de fidelización ofrece a sus usuarios.

En poco más de un mes, Llegarasmеjor Club ha conseguido mejorar la calidad de los viajes de 50.000 suscriptores ofreciéndoles más de 300 establecimientos donde disfrutar de ventajas exclusivas. Llegarasmеjor Club ha pensado en todos los perfiles de usuarios y, por eso, las ofertas contemplan desde descuentos para familias hasta facturas adaptadas para aquellos autónomos o profesionales conocedores de autopistas, estaciones y aeropuertos.

A-Cero diseña el nuevo restaurante Laredo



Los arquitectos Joaquín Torres y Rafael Llamazares, del estudio A-cero, han sido los encargados de diseñar el nuevo Restaurante Laredo.



Los hermanos Laredo trasladaron su famoso Mitulo a La Taberna porque se les había quedado pequeño y una vez más tienen que buscar un espacio más grande sin renunciar a su barrio. El nuevo Restaurante Laredo está en la Calle Doctor Castelo nº30 con 288 m², casi el doble que la antigua Taberna.

El proyecto de los interioristas que lleva su sello de identidad A-cero con estética vanguardista a la vez que mantiene el espíritu tradicional que querían sus dueños en base a la esencia de la Taberna. Ese equilibrio se encuentra a través de la elección de materiales como la madera virgen que se instala en la barra y en el techo con cajas de vino, también realiza una función estética encuadrada en el diseño del local y no menos importante una función acústica para absorber al máximo el ruido.

También se juega con la pintura negra aplicada en ladrillo visto. El vidrio negro elegido para el sobre de la barra y otros elementos aportan un equilibrio entre lo tradicional y lo moderno. El local está dividido en tres zonas bien diferenciadas.

Fusión de “recetas de mar y montaña”, un exquisito reto para el paladar



En la variedad está el gusto, sobre todo si nos referimos a la rica y diversa gastronomía que se puede encontrar en todos los rincones de nuestro país. Esteban González, el chef del restaurante La Manzana -situado en el hotel Hesperia Madrid-, lo tiene muy claro, y por ello se ha atrevido a diseñar un menú fusión que deleitará a los clientes con “Recetas de Mar y Montaña”.



La completa carta, creada y elaborada con productos de temporada y un delicado respeto por las texturas, está compuesto por aperitivo, cinco platos, un pre-postre y un postre y regado por un maridaje de vinos, todo ello influenciado por los recetarios de la Costa Brava, de cuya lonja de Blanes proceden los pescados y mariscos que se servirán durante almuerzos y cenas.

La cuidada selección de platos da comienzo con el Salmorejo tradicional cañailla y jamón ibérico para continuar con una Terrina de foie de pato, conejo y cangrejo de río y una exquisita combinación de Gamba roja con molleja de cordero. A continuación, se sirve Sepia encebollada con ternera, seguida por Pescado de temporada con guiso de oreja y callos de bacalao y Secreto ibérico “al sarmiento” con cigala y jugo rustido. Para endulzar este apetecible reto para el paladar, el Gin-tonic de lemongrass y albahaca y el Pastel de chocolate blanco con cremoso de yuzu ponen la guinda a esta original fusión que lleva los marcados sabores de la montaña y la elegancia de los aromas del mar a los paladares más exigentes por solo 60€.

Llega a Madrid Paristokyo Bar Restaurant Music Concept



Paristokyo ofrece una carta que fusiona lo mejor de comida Japonesa-Oriental con la sofisticada cocina Francesa-Mediterránea.



Gyosas de pato y foiegras con salsa coco y naranja, rollito vietnamita de pollo con mango y verduras chinas, canelón de mejillón gratinado, hasta un solomillo de buey bearnesa con gratín de patata, sin olvidar su exquisita carta de sushi fusión.

Buena comida, copas, música y mucho más ... que podrás disfrutar en sus diferentes espacios, restaurante, bar bistrot, terraza y club.

Paristokyo abrió sus puertas el pasado 12 de Abril en el emblemático Hotel Room Mate Óscar, para convertirse en sitio de referencia de la Capital.

La mejor cocina, el mejor ambiente, reunidos en un espacio único, obra del estudio de arquitectura Gil Silva Arquitectos, solo a la altura de los grandes restaurantes internacionales.

Meliá Hotels International contrata este año a 95 alumnos formados en su Escuela de Hostelería



Meliá Hotels International ha anunciado la contratación de 95 alumnos de su Escuela de Hostelería, que este año ha celebrado sus cursos de formación en los hoteles Gran Meliá Colón de Sevilla, Meliá Granada, Meliá Sierra Nevada y Meliá Sol y Nieve, en colaboración con la Consejería de Empleo de la Junta de Andalucía. Los nuevos profesionales, formados en las especialidades de cocina, restaurante y recepción, se han incorporado ya a trabajar en hoteles españoles de las marcas Meliá, Gran Meliá, TRYP by Wyndham y Sol Hoteles.

La compañía hotelera ha contratado a una veintena de alumnos de los 30 que este año han pasado por la Escuela en Gran Meliá Colón, a los que se suman otros 75 de la Escuela en Granada, que ha recibido a 105 estudiantes, repartidos en Meliá Granada, Meliá Sierra Nevada y Meliá Sol y Nieve. La duración del curso ha sido de seis meses y, durante ese periodo, los alumnos han realizado sus prácticas en todas las áreas del hotel.

Además, la Escuela de Hostelería, que ha formado a más de 2.000 alumnos durante los últimos 20 años, pretende ampliar la colaboración con la Junta de Andalucía para impartir su programa formativo en Málaga el año que viene, sumándose a los cursos de Granada y Sevilla.

Gabriel Escarrer, Vicepresidente y Consejero Delegado de Meliá Hotels International, ha señalado que “en la difícil coyuntura actual, nuestra compañía sigue comprometida con la formación de las futuras generaciones del sector hotelero y con la incorporación laboral de los más cualificados, porque la excelencia y profesionalidad de nuestro equipo humano es una de las palancas claves de nuestro liderazgo y competitividad”.

Áreas y la Fundación Formació i Treball crearán una escuela de hostelería



El pasado 14 de marzo, Pedro Fontana, Presidente de Áreas, Manuel Ribas y Albert Alberich, Presidente y Director de la Fundación

Formació i Treball, respectivamente firmaron un acuerdo de colaboración cuyo objetivo principal es la puesta en marcha de una escuela de hostelería básica que contribuya a la incorporación de colectivos desfavorecidos, especialmente jóvenes, al mercado de trabajo. La previsión es que más de 150 personas se formen anualmente en la escuela, facilitando su posterior inserción laboral en el ámbito de la restauración como ayudante de cocina o como camarero.

Ante la actual situación de crisis, la puesta en marcha de esta escuela responde a la necesidad de buscar nuevas herramientas que contribuyan a la incorporación al mercado laboral de personas provenientes de ámbitos sociales con dificultades de inserción laboral. Áreas, empresa española líder en restauración, distribución comercial y servicios integrales al viajero, actúa constantemente en la mejora de sus procesos productivos, en la formación de su personal y fomentando el trabajo en equipo.

El sector español de equipamiento para hostelería en la feria estadounidense NRA



Por decimosexto año consecutivo, la Asociación de Fabricantes Españoles Exportadores de Equipamientos para Hostelería y Colectividades (AFEHC) organiza, con el apoyo del Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX), una participación agrupada de empresas españolas en la feria NRA (Restaurant Hotel-Motel Show). El certamen, especializado en alimentación y equipamiento para hostelería, se celebró del 5 al 8 de mayo en el recinto ferial McCormick Place de Chicago (Estados Unidos).



La presencia española en la feria NRA desde 1997 obedece al interés de los fabricantes de equipamiento para hostelería por el mercado norteamericano. No en vano, Estados Unidos es, fuera de la Unión Europea, el principal país de destino de las exportaciones españolas de equipamiento para hostelería.

El grupo español, que contó con una superficie expositiva de 344 m² –un 51% más que en el 2011–, estuvo formado por 11 empresas, dos más que en la anterior edición.

La asociación AFEHC, que también contó con un stand informativo en la feria NRA (South Hall, stand 3203), presentará al mercado norteamericano el logotipo-marca “Horeca Equipment from Spain”, la nueva identidad corporativa para la promoción internacional de la industria española de equipamiento para hostelería y colectividades.

Fundación Alicia e Instituto Silestone enseñan a evitar toxiinfecciones alimentarias en la cocina



Unos correctos hábitos de higiene son la base para una cocina segura. Así lo explicó Maite Pelayo, microbióloga y miembro del Consejo Asesor de Instituto Silestone, en un taller sobre “Seguridad Alimentaria: puntos críticos y contaminación cruzada” impartido en el Bus “Alicia”, para promover una alimentación saludable y sostenible.

A través de su “Teoría de la Tinta Roja” (utilizando tinta infantil para dedos de color rojo), Maite Pelayo ilustró de forma muy vistosa cómo pueden llegar a extenderse las bacterias en la cocina. Bastaba con tocar todo tipo de alimentos y utensilios después de haberse



impregnado las manos con esta tinta para ver hasta dónde llega la peligrosidad por no mantener unos correctos hábitos de higiene.

La mayoría de las intoxicaciones alimentarias se concentran durante los meses de verano, principalmente causadas por la variación de los hábitos de preparación de los alimentos debido al cambio del lugar de residencia durante las vacaciones y la aparición de gérmenes provocada por las elevadas temperaturas.

El Instituto Tecnológico Hotelero incorpora a Panasonic como nuevo socio tecnológico



Panasonic, Sistemas de Calefacción y Climatización, se ha incorporado al Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) como socio tecnológico y participará en un proyecto piloto, coordinado por ITH y Repsol. Este proyecto tiene como objetivo incorporar, en diversos hoteles españoles, sistemas de generación de energía alternativos basados en bombas de calor con motor accionado a gas propano y cogeneración de ACS.

Panasonic se suma, de esta forma, a una serie de firmas dedicadas a la fabricación y distribución de equipos y tecnologías eficientes de primera línea, que ya son miembros de ITH, como la marca Buderus de Robert Bosch, Schneider Electric, TÜV Rheinland, Grupo CIAT, Baumit y Guardian, entre otros.

El piloto “Eficiencia energética para el sector Hotelero: Diversificación



Energética y Sostenibilidad”, es un proyecto a gran escala, coordinado por ITH y en el que participan Repsol y Panasonic, cuyo objetivo es facilitar soluciones energéticas eficientes en refrigeración, calefacción y agua caliente sanitaria que disminuyan la dependencia eléctrica, mediante

tecnologías sostenibles de generación distribuida a gas propano.

Panasonic, único fabricante en España de estos equipos, será la firma proveedora de bombas de calor con motor accionado a gas propano para este proyecto piloto, que pretende generar energía para la climatización y ACS de manera más eficiente.

ECO by Cosentino® define sus nuevos colores en las redes sociales



Grupo Cosentino, líder mundial en la producción y distribución de superficies de cuarzo, piedra natural y superficies recicladas, lanza una nueva serie de colores para ECO by Cosentino®, su superficie reciclada compuesta en un 75% por materiales reciclados.

Por primera vez, se ha involucrado al consumidor final para elegir los cuatro nuevos colores que presenta ECO by Cosentino®. A través de



una aplicación desarrollada en facebook y que se lanzó hace unos meses en 14 países del mundo, los usuarios votaron por sus colores favoritos.

Una vez cerradas las votaciones, el color que más puntuación obtuvo fue Grey Moss, incluido en la nueva serie de colores de ECO®. Los otros tres colores que cierran esta colección son Creamstone, Red Pine y Forest Snow, cuya selección se ha realizado teniendo en cuenta el resto de los votos recibidos y una encuesta realizada durante la feria KBIS de Chicago 2012 a un panel de reconocidos diseñadores.

Alejandro Borrell se incorpora a la dirección comercial de Ozosystems Corporation



Alejandro Borrell Bilbao se ha incorporado a la dirección comercial de Ozosystems Corporation, empresa líder en equipos de desinfección e higienización de ozono y equipos de vapor.

Alejandro Borrell, con una amplia trayectoria profesional, ha dirigido durante los últimos años la dirección comercial de España y Portugal de Polti, de las divisiones Profesional y Medical de equipos de limpieza y desinfección a vapor.

Algunas de las valoraciones del señor Borrell; "Tras desempeñar mi labor en Polti, personal y profesionalmente he descubierto nuevas tecnologías en los campos de limpieza y desinfección que abarcan infinidad de mercados, en los que son necesarias una buena salubridad e higiene. Sectores como la industria alimentaria, almacenamiento alimentario, transporte, hoteles, hospitales, entre muchos otros se les está exigiendo niveles de higiene que aplicando la

tecnología que desarrollamos en Ozosystems pueden mejorarlos visiblemente".

"A los hoteles, por ejemplo, se les está exigiendo habitaciones antialérgicas y con los equipos de Ozosystems podemos certificarlas. A los hospitales se les exige minimizar la incidencia de infecciones nosocomiales, a lo que también encontramos



soluciones a medida con la amplia gama de productos de Ozosystems ofrece".

"Disponemos de la más alta tecnología en aplicaciones de ozono, tanto portátiles como en proyectos estáticos a medida del cliente, tenemos capacidad para fabricar equipos para cubrir cualquier necesidad. Se trata de una tecnología que garantiza la más alta duración y, esto acompañado de la gama equipos de higienización y equipos de vapor, nos permite aportar soluciones acorde a las necesidades de cada cliente. Ozosystems también está apostando por el mercado exterior y esto, unido a mi experiencia en estos sectores, significa un reto realmente gratificante para un profesional".

Freixanet Saunasport llega a Senegal, en the Rhino Resort Hotel & Spa de Saly



Freixanet Saunasport, empresa especializada en el diseño e instalación de áreas wellness, continúa con su línea de crecimiento internacional y expande ahora su presencia a Senegal. Su primera realización en dicho país ha tenido lugar en The Rhino Resort Hotel & Spa, de gerencia española y el mejor 5 estrellas situado en las playas de Saly. En dicho hotel, Freixanet Saunasport ha instalado una exclusiva área wellness, con toques étnicos en su diseño, para el disfrute y relax de los clientes del hotel.

D.O. Montes de Toledo presenta la nueva cosecha de Cornicabra



La Fundación Consejo Regulador de la Denominación de Origen de Aceite Montes de Toledo ha presentado en Toledo los aceites de la nueva cosecha. El acto contó con la presencia de D. Miguel Cervantes Villamuelas, Director General de Desarrollo Rural e Infraestructuras de la Junta de Comunidades de Castilla La Mancha, y de D. Andrés Gómez Mora,

Presidente de la Fundación C.R.D.O. Montes de Toledo.



El Hotel Beatriz de Toledo fue el escenario elegido por la Fundación Consejo Regulador de la Denominación de Origen

de Aceite "Montes de Toledo" para este acto y la entrega de premios del certamen.

La D.O. Montes de Toledo es la encargada de avalar la calidad de los aceites de oliva producidos bajo el amparo de la Denominación de Origen Montes de Toledo, la más antigua de las localizadas en Castilla-La Mancha. Por lo que, durante el acto, se entregaron los ya tradicionales premios del "Concurso de Aceites de Oliva Virgen Cornicabra 2012", del cual se celebra ya su décima edición y que se convoca con el fin de incentivar la preocupación por la mejora de la calidad de los aceites producidos entre las empresas y cooperativas asociadas a esta Fundación.

Montes de Toledo es el único Consejo Regulador español que cuenta con un panel de catadores reconocido por el Consejo Oleícola Internacional (COI), autorizado por el MAGRAMA y la Consejería de Agricultura de Castilla La Mancha y acreditado por ENAC, lo que aporta mayor credibilidad a las certificaciones realizadas.

Prim en el nuevo Spa Zentropía Palladium Spa & Wellness



El grupo "Fiesta Hotel Group" ha vuelto a depositar su confianza en "Prim Spa" para realizar el diseño, ejecución y equipamiento de nuevo Spa Zentropía Palladium Spa & Wellness, con una ubicación privilegiada, justo en frente de la famosa Playa d'en Bossa. El espectacular nuevo Spa cuenta una piscina interior y exterior dotada con cascadas, cuellos de cisnes, camas de agua, géiseres, aromasajes, e hidromasajes. También dispone de pileta fría y de jacuzzi de agua caliente. La zona hidrotermal se completa con una gran sauna de la marca Klafs de 12 m², un refinado baño de vapor de la marca Klafs de la misma medida, ducha de esencias, bitérmica, nebulizada y de cubo de la marca Prim, con el fin de poder ofrecer a los clientes del complejo hotelero lo último en tratamientos de hidroterapia.

En la zona seca, el Spa dispone de varias cabinas de masaje, dos cabinas de hidroterapia profesional y una cabina VIP para parejas, para poder ofrecer un completo y único tratamiento personalizado a los usuarios de uno de los mejores Spas de la isla de Ibiza.

Rekker presenta su nuevo sistema coplanar eléctrico



Rekker dispone de unas instalaciones dotadas de la última tecnología en maquinaria a la que se suma un equipo de profesionales que dan respuesta a las expectativas más exigentes del consumidor. Uno de los últimos avances que propone Rekker es un sistema coplanar eléctrico de puertas correderas. Es un sistema completamente innovador que ofrece grandes ventajas respecto a los sistemas tradicionales. Esta solución corredera está diseñada para todo tipo de muebles con aplicación en armarios cuyo sistema de apertura permite abrir y cerrar puertas en un mismo plano.



El sistema coplanar eléctrico nos permite instalar puertas de grandes dimensiones combinables de dos en dos. Este sistema permite desplazar estas grandes puertas con un mínimo esfuerzo.

Cuando las puertas del armario de cocina permanecen cerradas, éstas se sitúan todas en el mismo plano, de manera que obtenemos un frente limpio y homogéneo que simula un panelado de pared.

El sistema de Rekker incorpora los nuevos mecanismos de freno y amortiguación de apertura y cierre automáticos, que permiten que las puertas abran y cierren con la máxima suavidad de manera automática. De esta forma la puerta te permite una gran ligereza en el manejo, incluso existe la opción de abrirlas y cerrarlas mediante un mando a distancia.

Fusión Wellness de Freixanet Saunasport con el nuevo módulo Dúo+



Freixanet Saunasport presenta el módulo Dúo+, un innovador producto que proporciona experiencias únicas en áreas wellness para el hogar o en zonas wellness en la que se persigue optimizar espacio.



Las propiedades y funciones de este exclusivo equipamiento, que combina en un mismo espacio el placer de la sauna, el frescor de la ducha y los beneficios del baño de vapor; se complementan a la

perfección, transmitiendo al cuerpo estímulos tan diferenciados como beneficiosos.

Con un diseño interior y exterior elegante, exclusivo y personalizable, se convierte en uno de los más modernos e innovadores equipamientos wellness de Freixanet Saunasport.

Schober PDM Iberia presenta una base de datos única del sector de hostelería y restauración



Schober PDM Iberia, filial española de la multinacional alemana Schober Group, grupo líder europeo en bases de datos y soluciones de información multicanal para la adquisición de nuevos clientes y el desarrollo de relaciones de negocios con los mismos, ha lanzado una base de datos exclusiva de Hoteles y Restaurantes.

Esta base de datos exclusiva de Hoteles y Restaurantes está compuesta por dos bases de datos, una de establecimientos hoteleros y otra de restaurantes, que entre ambas reúnen más de 80.000 establecimientos y que ofrecen un nivel excelente de contactabilidad y geolocalización, incorporando, además, un catálogo importante de datos adicionales (desde si disponen de parking hasta su accesibilidad para minusválidos o el número de estrellas y/o tenedores de los que dispone el negocio) que sirven tanto como base de elaboración de contenido editorial como para segmentación comercial y de marketing. Toda la información recopilada ha sido capturada y verificada por el equipo de Schober.

Sihot y Cehat promueven el uso de las últimas tecnologías de gestión en el sector hotelero



Suscriben un acuerdo, por el cual los asociados de Cehat podrán acceder en condiciones especiales al reconocido software de gestión hotelera Sihot. También están previstas distintas iniciativas conjuntas, diseñadas para ayudar a los hosteleros españoles a mejorar su rentabilidad y oportunidades con el uso de las nuevas tecnologías.

Sihot, compañía internacional especializada en el desarrollo y comercialización de software de gestión hotelera y la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (Cehat) han suscrito un acuerdo de colaboración para fomentar el uso de las nuevas tecnologías de gestión entre los establecimientos hoteleros del mercado español.

“En los últimos años, los programas de gestión por fin han ocupado su lugar merecido como una de las principales vías para la mejora de la rentabilidad y costes en los establecimientos hoteleros. En la coyuntura económica actual, dichas herramientas han pasado de ser recomendables a convertirse en imprescindibles para todas aquellas organizaciones del sector que apuestan por la optimización del gasto, la búsqueda de nuevas oportunidades de negocio y por la fidelización de los clientes”, destaca Marc Llobet, Director Comercial de Sihot España.

En esta línea, uno de los principales beneficios del acuerdo anunciado, será la disponibilidad para los asociados de Cehat de acceder en condiciones especiales, a la suite de soluciones para la gestión hotelera SIHOT, desarrollada en Alemania y que en la actualidad se utiliza por más de 2.800 hoteles en 25 países distintos. Hoy, sólo en España, más de 250 establecimientos hoteleros llevan a cabo su gestión diaria con esta herramienta informática, que está adaptada a la legislación y necesidades específicas de cada país.

Ciat presenta Ageo +, su nueva planta agua-agua especialmente diseñada para geotermia



CIAT siempre ha tenido presente en sus procesos de desarrollo la gran importancia que están adquiriendo las energías renovables y gracias a la investigación de la energía geotérmica, CIAT ha creado AGEO+, su nueva bomba de calor agua-agua perfecta para la climatización de viviendas y pequeñas oficinas con funcionamiento reversible.



AGEO+ está disponible en diez modelos, de 6 a 36 kW, y puede producir agua hasta 60 °C. Equipada con el SANI300L como opcional, obtiene agua caliente sanitaria incrementando la eficiencia energética.

Las mejores prestaciones energéticas de AGEO+ provienen principalmente de la utilización de bombas de circulación "Clase A", que equipan los circuitos, tanto primario como secundario, de los modelos de menor potencia. Los intercambiadores de calor se han redimensionado y se han añadido limitadores de tensión en el arranque, estos cambios permiten que AGEO+ alcance unos valores de coeficiente de rendimiento de hasta 5,21.

Obteniendo su energía del subsuelo o de las aguas subterráneas, esta unidad funciona de forma totalmente autónoma y ofrece constantemente un rendimiento excepcional. Las principales innovaciones que presenta la AGEO+ son sus prestaciones térmicas, acústicas, lo que permite que su funcionamiento sea totalmente silencioso, y energéticas, que supone una reducción del consumo eléctrico del 50% en comparación con las gamas anteriores.

Nofer amplía ahora su División Hospitalaria



NOFER, empresa con 45 años de experiencia en el sector y líder en la creación, fabricación y distribución de accesorios sanitarios en acero inoxidable (secamanos, portarrollos, sanitarios, ayudas técnicas, entre otros), amplía ahora su División Hospitalaria heredando la actividad de Hijos de José Mani.

Desde el Departamento de Soporte a Proyectos desarrollan, conjuntamente con el cliente, soluciones "a medida", lo que les sitúa como la única empresa del sector que cubre todas las necesidades requeridas, desde la idea del proyecto hasta su puesta en marcha, adaptándose a la arquitectura de los espacios.

A demás de las ayudas técnicas, los sanitarios adaptados y la grifería específica, la ampliada División Hospitalaria se dirige a las necesidades fundamentales del sector Socio -Sanitario fabricando en acero inoxidable: encimeras con senos integrados, decantadores de yesos, bañeras de bebe, lavacúñas, pasos transfer, lavamanos quirúrgicos, ventanas de guillotina, esclusas de material, así como la rotulación exterior del edificio en acero inoxidable y cualquier otra necesidad constructiva en acero inoxidable, todo ello cumpliendo las estrictas exigencias de este sector.

Los hoteles ahorrarían 287 millones en su factura energética controlando su consumo



instituto tecnológico hotelero



EUROCONSULT

Los hoteles españoles podrían ahorrar unos 287 millones de euros al año con un seguimiento y control en tiempo real

del consumo energético en el interior de los edificios, lo que supondría una rebaja de al menos el 25% en la factura energética de los hoteles que, según datos del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) y el grupo consultor de ingeniería y servicios energéticos Euroconsult, alcanzan los 1.146 millones de euros anuales.

Estos resultados, que supondrían un ahorro de un euro por cada pernoctación, se conseguirían con una ocupación media del 55% de las plazas hoteleras totales de España, que al cierre de 2011 superaron las 1,4 millones en cerca de 15.000 establecimientos. De esta cantidad global, los hoteles de cuatro estrellas son los que ofertaron más habitaciones y también los que registraron un mayor número de pernoctaciones (129,5 millones).

De hecho, los hoteles de cuatro y cinco estrellas son los que reúnen las mejores condiciones para la implantación de sistemas de control de la demanda en tiempo real por el carácter de sus instalaciones, el uso intensivo que hacen de ellas y los servicios asociados a éstas.

Así, en un hotel tipo de cuatro estrellas, los costes por habitación y día –incluyendo los de personal–, rondan los 14 euros, de los que cuatro de ellos corresponden a los consumos medios energéticos por habitación; por año, el coste total de la habitación es de 5.110 euros. De esta forma, en un hotel medio de 250 habitaciones, con una ocupación del 55%, el coste total alcanza los 702.625 euros al año, de los que 200.750 euros corresponden al gasto energético global.

A la luz de estos datos, y teniendo en cuenta que con un sistema de control inteligente del consumo energético se puede ahorrar el 25% del total de los costes energéticos, un hotel tipo como el estudiado podría ahorrar en su consumo energético global un euro al día por habitación ocupada.

Con el objetivo de conocer el impacto de los sistemas de control de la demanda energética en tiempo real sobre distintos tipos de hoteles españoles –si son de costa o interior, por ejemplo–, el ITH y el Grupo Euroconsult han puesto en marcha un proyecto piloto destinado a probar la eficacia de esta técnica de monitorización a nivel nacional.

Este proyecto, que tendrá una duración de nueve meses, resulta de gran relevancia para el sector ya que los costes energéticos son, tras los recursos humanos, la segunda partida de gastos más elevada de los hoteles. Los ahorros generados no solo podrían mejorar su cuenta de resultados, sino también reducir el impacto medioambiental de sus actividades.

Para Álvaro Carrillo de Albornoz, director general del ITH, "los hoteleros no sólo verán los beneficios de ser más eficientes en su factura energética, sino también en su posicionamiento como hotel respetuoso con el medio ambiente.



JULIO 2012

EVENTO DAYS

- En IFEMA, Madrid
- Del 4 al 5 de julio
- www.ifema.es

OCTUBRE 2012

SEAFOOD BARCELONA 2012

- En Barcelona
- Del 15 al 17 de octubre
- www.firabcn.es

HOSTELCO

SALÓN INTERNACIONAL DEL EQUIPAMIENTO PARA RESTAURACIÓN, HOTELERÍA Y COLECTIVIDADES

- En Barcelona
- Del 17 al 21 de octubre
- www.firabcn.es

FRUIT ATTRACTION

FERIA INTERNACIONAL DEL SECTOR DE FRUTAS Y HORTALIZAS

- En IFEMA, Madrid
- Del 24 al 26 de octubre

LAS MIL UNA BODAS

- En IFEMA, Madrid
- Del 26 al 28 de octubre
- www.ifema.es

NOVIEMBRE 2012

FIESTA Y BODA

SALÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS PARA EVENTOS Y CELEBRACIONES

- En Valencia
- Del 23 al 25 de noviembre
- www.feriavalencia.com

COCINA Y SABOREA

- En IFEMA, Madrid
- Del 23 al 25 de noviembre
- www.ifema.es

BCNDEGUSTA

- En Barcelona
- Del 30 de noviembre al 2 de diciembre

DICIEMBRE 2012

DABADUM

SALÓN DEL OCIO INFANTIL EN FAMILIA

- En Madrid
- Del 5 al 9 de diciembre

**¿Quieres que
tu empresa
se convierta en un
actor relevante para el
desarrollo...?**

Entra en www.isf-apd.org/responsables



Con la financiación de



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



**NUEVA
revista**

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



Tu Hotel *Tu estilo*

Nueva colección de
puertas **Texturas**
para hoteles



Avda. de Madridejos, 102 - 45860 Toledo
comercial@puertassanrafael.com
www.puertassanrafael.com

+34925 160 363