CURT EDICIONES SA

Equipamiento CONTRACT hostelero

Le agradecemos la adquisición el ejemplar digital de nuestra revista



A continuación le indicamos instrucciones necesarias para leer un PDF, de la manera más clara y sencilla posible.

La mayoria de los navegadores más modernos incluyen lector de pdfs integrado, pero si desea leer en modo revista le recomendamos se descarge el software

Adobe Acrobat Reader DC

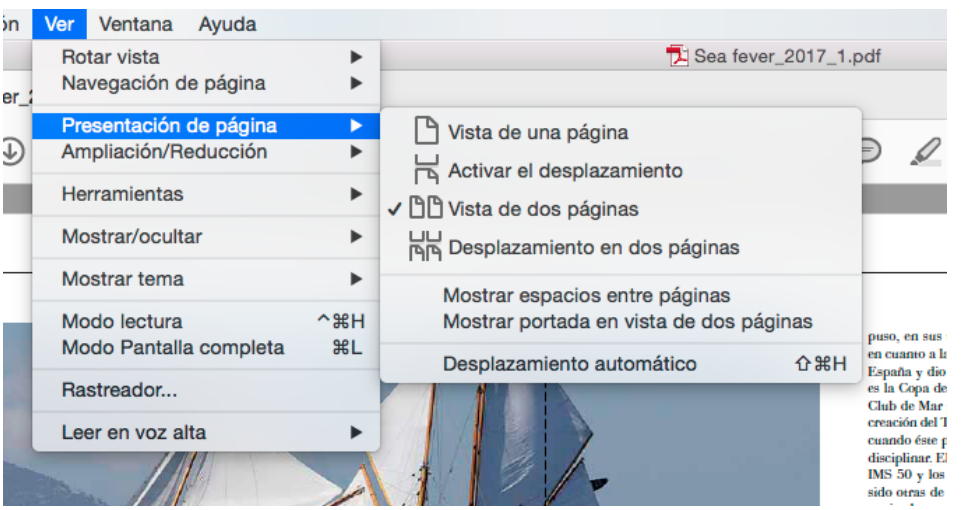
Una vez visualizada su revista en el Adobe Acrobat Reader

seleccione en el menú

Ver la presentación de la página a dos páginas.

También para una lectura más comoda escoja

Modo pantalla completa.



Esperamos disfrute con nuestra publicación.

No olvide volver a visitar nuestra página e inscriberse en el newsletter que le mantendrá informado de la publicación de nuevos ejemplares.

Copyright 2017 CURT EDICIONES, S.A.

Equipamiento hostelero

www.equipamientohostelero.com
CURT EDICIONES SA
Nº 247 · 5 €



TENDENCIAS EQUIPAR UN BAÑO · **DOSSIER** MOBILIARIO INTERIOR

PROYECTO A FONDO BANQUET BARCELONA

Cocinas a la vista y bufés · Elementos decorativos · Transformación digital II

ESPECIAL INTERIHOTEL

the journey of change, breaking through the greatest challenge

interihotel

The design event for hotels and restaurants

EXHIBITION · CONFERENCE & WORKSHOPS
INNOVATION & TRENDS · AWARDS

BCN23

18 - 20 oct · CCIB

register at
interihotel.com

an initiative by **ambit** LIVING SPACES CLUSTER

Colección **LIKE**

La serie más completa

aquassent®



Descubre más

siente el agua como nunca

www.aquassent.es

Editorial

Equipamiento Hostelero - N.º 247





En portada

Casual Solutions

www.casualsolutions.es

Transmitir armonía

Los distintos elementos que componen el baño de un hotel deben estar orientados a ser útiles y a mostrarse estéticamente impecables para transmitir armonía con el resto de la habitación. Por ello, además de tener en cuenta la funcionalidad, hay que apostar por un diseño que, aunque responda a las tendencias actuales del mercado, también sea atemporal. De diseño e interiorismo se hablará mucho este mes de octubre, ya que Barcelona vuelve a acoger interihotel, un evento en el que *Equipamiento Hostelero* estará presente citándose con profesionales procedentes de más de 40 países. En este salón exponen empresas que mostrarán sus últimas novedades, algunas de ellas especializadas en mobiliario interior, temática a la que dedicamos el "Dossier". También se podrán visitar marcas de elementos decorativos para contract, sobre los que incluimos un reportaje. El número se completa con la segunda parte del artículo sobre transformación digital en el hotel, del que ya hablamos el mes pasado; un reportaje de *digital signage*, y el *Proyecto a fondo* del restaurante Banquet Barcelona.

Director: Enrique Curt. **Asesora editorial:** Laura Curt Iborra. **Redactora jefe:** Isabel Fernández. **granhotel@curtediciones.com. Redacción:** Laura Morales y Marta Barbancho. **Directora de arte:** Imma Párrizas. **Corrección:** Bel Guerra. **PUBLICIDAD. E-mail: publicidadgranhotel@curtediciones.com. Central Barcelona:** Sònia Garcia, Maribel Gimisó. C/ Valencia, 279. 3ª planta. 08009 Barcelona. Tel.: 933 180 101. **Suscripción:** 11 números: 50€. Precio Ejemplar: 5€. Canarias y aeropuertos: 5,20 € **Fotomecánica:** Curt Ediciones. **Impresión:** Litografia Rosés. **Depósito Legal:** DL B 660-1999

Edita: CURT EDICIONES SA *Valencia, 279, 3er. piso. 08009 Barcelona. Tel.: 933 180 101. Fax: 934 126 181.*
Presidente Fundador: Enrique Curt. **Editora:** Laura Curt Iborra.
Los dibujos, fotografías y artículos que se publican son propiedad del editor, quedando prohibida su reproducción total o parcial sin la autorización precisa. Las imágenes utilizadas en portada y sumario aparecen con sus créditos y/o pies de foto en sus respectivos artículos. El editor no se responsabiliza de la opinión de sus colaboradores redaccionales.
Printed in Spain.

Únete a la

COMUNIDAD REPSOL HORECA SOSTENIBLE



En Repsol estamos comprometidos con el sector de la Hostelería, por eso queremos acompañarte en tu transición energética ofreciéndote una **solución multienergía** que hará más **sostenible y eficiente** tu negocio:

- Energía solar
- Movilidad eléctrica
- Energía Eléctrica 100% renovable
- Suministro de Gas, compensando las emisiones de CO_2 asociadas a tu consumo
- Certificado de "Cocina Eficiente y Sostenible"

Únete y empieza hoy tu camino hacia la sostenibilidad con Repsol

Escanea este QR para más información

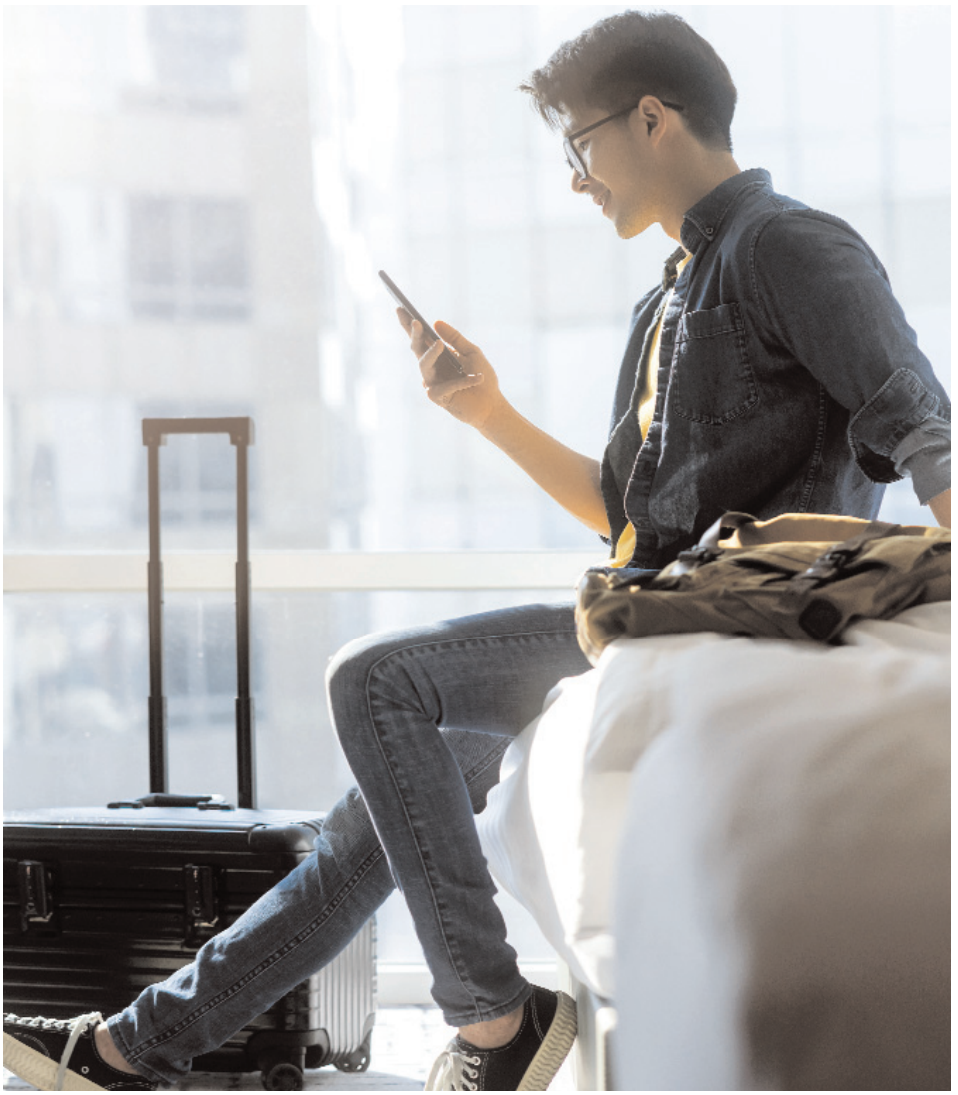
Sumario

Equipamiento Hostelero - N.º 247









6 Tendencias: Equipar el baño

22 En portada: Casual Solutions

28 Proyecto a fondo: Restaurante Banquet

36 interihotel

39 Resuinsa

40 Elementos decorativos

45 Espejo Envejecido

46 Baños

47 Cocinas

48 Cocinas a la vista y bufés

54 Iluminación

55 Instalaciones

56 Mobiliario

57 Pavimentos y revestimientos

58 Proyectos

59 Tattoo Contract

60 Transformación digital en el hotel II

68 Digital signage

74 Dossier: Mobiliario interior



Coffeed

Solución integrada
de telemetría

Escanea el código QR
con tu smartphone para
descubrir todas las funciones
de Kalea

Alta velocidad, alto rendimiento, alta calidad

Profesionales del buen gusto

Diseñada para ofrecer al cliente bebidas a base de café en grano y leche fresca, Kalea Plus garantiza la prestaciones de la mejor calidad, haciendo uso de tecnología profesional combinada con una increíble facilidad de uso, una mezcla de diseño y personalización al servicio del gusto: con Kalea Plus, el verdadero sabor del café y la cremosidad del capuchino serán el placer más dulce de todos los tiempos.

NECTA

necta.evocagroup.com

TENDENCIAS · **EQUIPAR EL BAÑO**

Las piezas protagonistas de un baño (bañeras, duchas, lavabos, griferías y sanitarios) se han reinventado buscando soluciones que, además de aportar diseño, dispensan un mayor ahorro energético y favorecen la maximización del espacio. *Por Isabel Fernández*



UNIFICAR DISEÑO Y FUNCIONALIDAD



KALDEWEI

Cuando alguien se va de vacaciones o por trabajo a otra ciudad busca que el baño sea una zona que otorgue confort, bienestar y relax. No está en su casa, pero quiere sentir que lo está, por lo que es fundamental que unifique diseño y funcionalidad, siempre de la mano de materiales de calidad y la última tecnología. Además, hay que mantener el parámetro de privacidad del baño, ya que se trata de una de las estancias que cuenta con un mayor grado de intimidad.

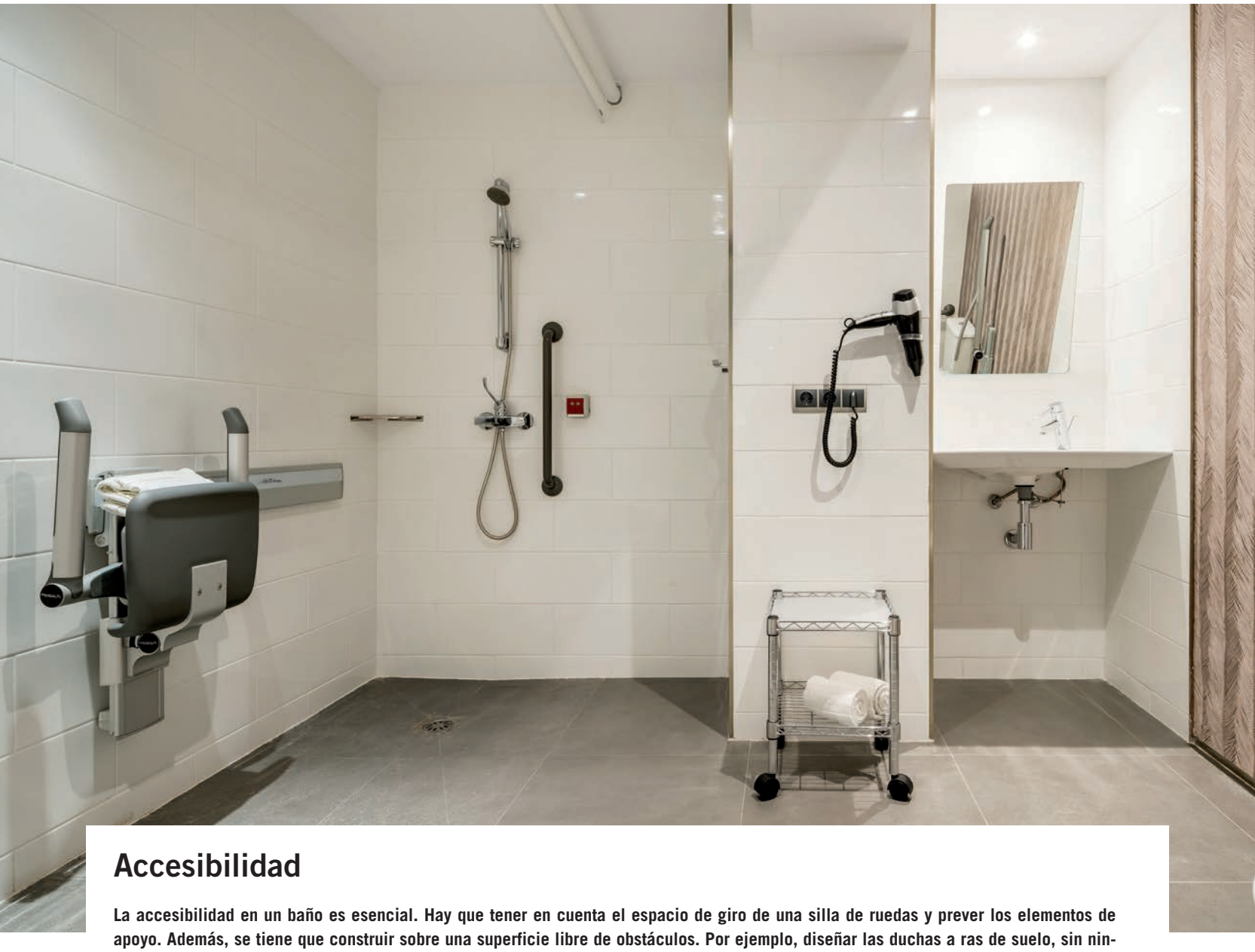
Privado vs. público

Por lo general, frente a los baños de un hogar, los de un hotel acostumbran a ser más amplios, lo que da juego a emplear piezas de mayor dimensión, como puede ser en los lavabos. Por otro lado, en contract hay una serie de requerimientos a cumplir según ordenanzas, en cuanto a caudales de griferías y descargas de los inodoros. También en lo que se refiere a funcionalidad, son necesarias griferías con corte automático para garantizar un ahorro en los consumos. Estos requisitos son cada vez más estrictos, teniendo además que estar garantizados por certificaciones que los edificios buscan cumplir, como son Leed, Bream, Verde... En los proyectos de ámbito público priman más aspectos técnicos como la seguridad, robustez y durabilidad de los materiales, así como atender a normativas y certificados, y tecnologías de ahorro. Asimismo se buscan aspectos técnicos, de higiene, alta resistencia al uso y mantenimiento simple, aunque también se tiene en cuenta la parte estética.

Para Óscar García, *communication manager* de Gala, "equipar bien un baño es igual de importante en el hogar como en un espacio público como puede ser un hotel. Hay un equipamiento básico –sanitarios, lavabos, bañera o ducha, accesorios, espejos…–, que es imprescindible en ambos casos. Y en los dos entornos se debe buscar el confort y la calidad. Lo que sí es cierto es que, en general, en contract se da mucha importancia a la durabilidad, ya que tiene un uso muy intensivo, por el que pasarán muchas personas diferentes, unas más cuidadosas que otras. Además, generalmente, los baños de los hoteles buscan un plus de diseño y se eligen piezas especialmente elegantes, originales… Y, por supuesto, los hoteleros también dan mucha importancia a la eficiencia en el baño".

Sobre ello también habla Ignasi Duet, director de Marketing y Comunicación de Genebre Group: "En los hoteles la diferencia está en que el usuario del baño va cambiando cada día o cada semana, por lo que debemos asegurarnos que el tipo de grifo, bidé y, especialmente la ducha, sean de uso muy fácil e intuitivo, para evitar un mal uso por parte del cliente. También tenemos que garantizar los caudales y la temperatura del agua en todo el hotel, por lo que las instalaciones deben estar preparadas para este tipo de uso. A la hora de equipar el baño de un hotel, debemos focalizar nuestra atención en que los productos sea resistentes, de calidad y fáciles de limpiar, por el hecho de que son productos para compartir".

Por su parte, Alfredo Cabezas, director de Marketing y Comunicación Iberia de Geberit, comenta que "en los últimos tiempos las diferencias se van reduciendo, ya que los baños de los hoteles en buena medida son fuente de inspiración para los consumidores a la hora de planificar su futuro baño y porque los hoteles cada vez más buscan que nos sintamos en casa. Pero sí es cierto que hay que prestar atención a conceptos tales como fácil mantenimiento, fácil limpieza, espacio, alta resistencia, modularidad, eficiencia, consumo y todo ello



Accesibilidad

La accesibilidad en un baño es esencial. Hay que tener en cuenta el espacio de giro de una silla de ruedas y prever los elementos de apoyo. Además, se tiene que construir sobre una superficie libre de obstáculos. Por ejemplo, diseñar las duchas a ras de suelo, sin ningún tipo de obstáculo o reborde, es garantía de accesibilidad. Se debe de cumplir el decreto ley de accesibilidad donde se marcan unas alturas específicas de los elementos, lavabos e inodoros, así como unos radios libres de giro para las personas con poca movilidad. La premisa principal es que cualquier persona con algún tipo de limitación o discapacidad sienta que puede utilizar el baño para su uso habitual, tal y como lo haría una persona sin ninguna limitación. Un baño bien adaptado es una perfecta muestra de integración.

envuelto en un diseño estético de calidad y diferenciador".

También Manuel Lozano, *country manager* de Solerbath en España y Portugal, opina que "los productos diseñados para baños en entornos hoteleros deben garantizar una limpieza óptima y una resistencia duradera, ya que están sometidos a un uso constante por parte de los huéspedes".

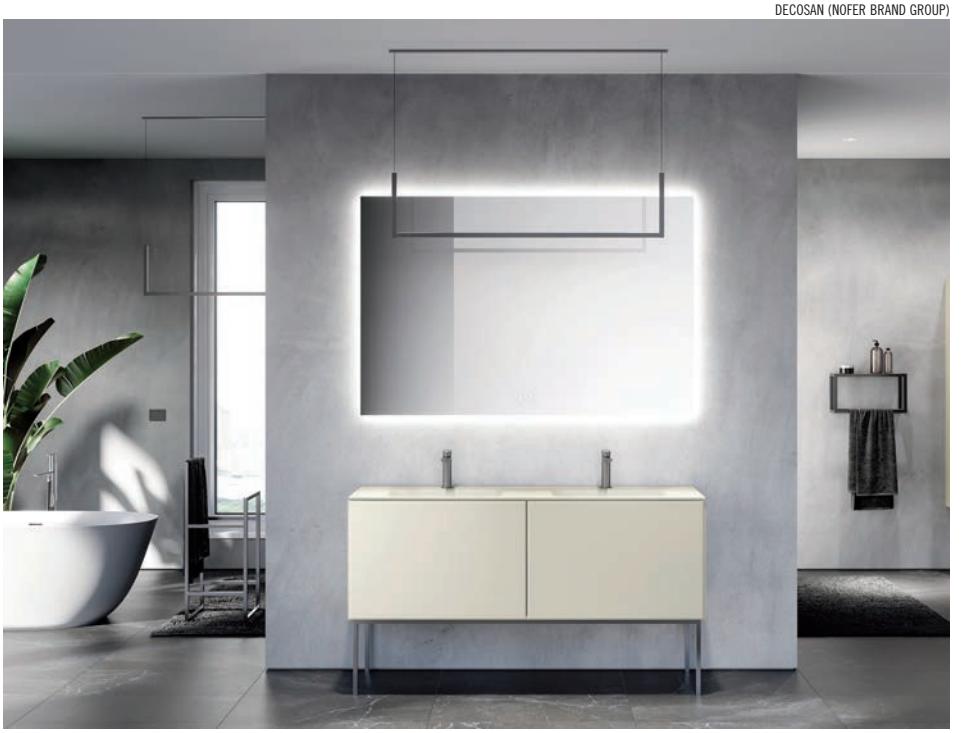
Además, Joel Velászquez, *country manager* de Kaldewei para España y Portugal, sostiene que "los productos de baño para el hogar tienen que satisfacer las necesidades funcionales de una familia, prestando atención a las particularidades de sus miembros. El diseño del baño del hogar puede ser más osado y siguiendo las últimas tendencias, mientras que en los hoteles el diseño acostumbra a ser más contenido y neutro, para agradar a cualquier tipo de usuario. La elección de los hoteles tiene que cumplir las expectativas del huésped (funcionalidad y estética) pero pensando en la gestión del mantenimiento a largo plazo (calidad, higiene y diseño atemporal)".

Desde Noken Porcelana Bathrooms destacan que "el usuario de un hotel busca limpieza e higiene en un baño que no es el suyo. Además, espera una facilidad de uso y confort. Los productos deben ser duraderos, fáciles de usar y de limpiar, y además atractivos estéticamente. Cuando se diseña este tipo de baños se tiene que pensar en que no sabemos quién será el usuario; puede ser un niño o un anciano, y debemos adaptar los productos que utilicemos a ellos".

ILUNION HOTELS



DECOSAN (NOFER BRAND GROUP)



Las piezas y su distribución

Diseñar un baño es un proceso que requiere de planificación y consideración de varios aspectos clave: desde el tamaño del espacio disponible hasta los elementos funcionales y estéticos que se deseen incorporar, cada detalle debe ser cuidadosamente pensado.

Es esencial tener en cuenta el tamaño del baño y la distribución del espacio. Esto permitirá determinar qué elementos son viables y cómo se pueden organizar de manera eficiente para maximizar la utilidad del baño. También es necesario considerar las medidas del mobiliario y los accesorios que se deseen incluir. Una vez que se tiene una idea clara del espacio disponible, es momento de seleccionar los elementos fundamentales del baño. El inodoro, la ducha o bañera, el lavabo y las griferías son imprescindibles. Además, es vital elegir piezas que se ajusten al estilo decorativo y a las necesidades de los usuarios.

Para los fabricantes, ¿cuáles son las piezas mínimas que deben incluirse en un hotel y cómo deben distribuirse?

Fuentes de Roca responden que "los elementos básicos serían inodoro, lavabo, ducha o bañera –con sus correspondientes griferías–, accesorios para toallas y un espacio para artículos de tocador. Estas piezas imprescindibles pueden complementarse con muchas otras soluciones, en función de las dimensiones del espacio y, principalmente, del grado de comodidad y confort que el hotel quiera proporcionar a sus huéspedes. En todos los casos, la distribución debe ser intuitiva y funcional, con foco en la comodidad y eficiencia del espacio".

Según Marc Casablancas, *country manager* de Ideal Standard Ibérica, "su tamaño será clave a la hora de proyectar los elementos que lo

COLECCIONES MINIMALISTAS Y NATURALES IMPERAN EN EL DISEÑO DEL BAÑO DE HOTEL



SOLERBATH

NOKEN PORCELANOSA BATHROOMS



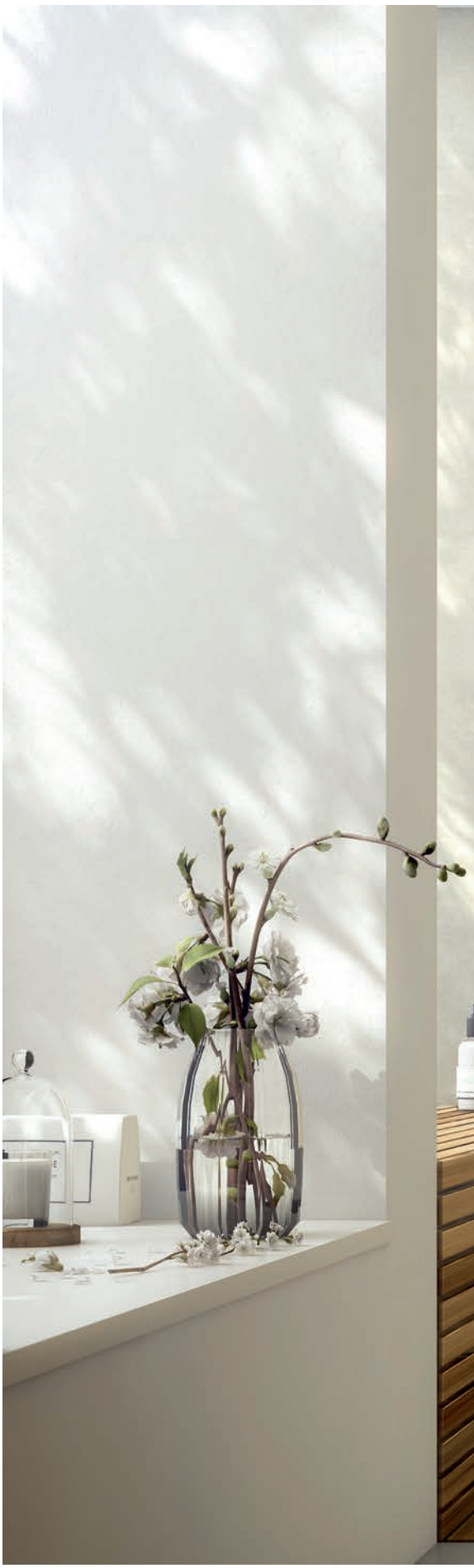
IDEAL STANDARD



van a configurar. No es lo mismo instalar una bañera que una ducha o griferías tradicionales o empotradas. En cuanto al producto, además del inodoro (obligado), una buena zona de lavabo con sus accesorios, buena capacidad de almacenaje y una buena zona de ducha. Si hablamos de habitaciones de un perfil más estándar, la comodidad es la clave, es decir, un lavabo y grifo cómodos, que no salpiquen, que tengan el caudal bien regulado, etc. Por otro lado, los clientes al llegar a una habitación prefieren una ducha antes que una bañera. Si hablamos de habitaciones de lujo, normalmente compartidas en pareja, en los baños se agradece tener el inodoro/bidé separados de la zona de baño. También gusta tener dos senos de lavabo y, si es posible, se agradece una buena bañera, sobre todo si es un perfil de hotel de lujo".

Además, Ismael Juérez, *brand manager* residencial de Nofer Brand Group, que cuenta con las marcas Nofer y Decosan, apunta que "lo imprescindible es una buena zona de lavabo, bien iluminada y con los accesorios necesarios para poder arreglarse cómodamente. También es esencial una buena zona de ducha, amplia y cómoda. La distribución varía mucho en función de las medidas del baño y de si hay o no bañera. En todo caso, siempre hay que dejar respirar a cada zona, de manera que no se 'solapen' los diferentes elementos. Un fallo común suele ser que la puerta de acceso choque con algún elemento; ¡es inaceptable!".

Por otra parte, Jordi Soler, director general de ramonsoler, resalta que "la ducha o bañera es un elemento central en cualquier baño. La elección entre una ducha y una bañera depende del espacio disponible y las preferencias personales. Las duchas son ideales para baños que permiten una experiencia personalizada y eficiente, mientras que las bañeras son perfectas para quienes disfrutan de baños relajantes. Un lavabo es esencial para el lavado de manos y la higiene personal. Puede ser un lavabo sobreen-



GENEBRE



NOVELLINI



cimera, empotrado en el mueble o un lavabo de pedestal, según el estilo y el espacio disponible. Uno de los elementos más importantes son los sanitarios. Hay una variedad de diseños y tecnologías disponibles: con cisterna empotrada, compactos o de bajo consumo de agua. Finalmente, los accesorios son artículos también necesarios en el orden de este espacio, desde estanterías para guardar producto, hasta toalleros, colgadores, jaboneras, etc.".

Para Luis Moldes, director de Markering de Duscholux, "todos los baños deben incluir como mínimo un inodoro, un lavabo, ducha o bañera, espejo e iluminación adecuada. La distribución de estas piezas puede variar según el diseño y el tamaño del baño, así como las preferencias personales. Es importante asegurarse de que haya suficiente espacio para moverse cómodamente y que las piezas estén ubicadas de manera funcional y accesible. Además, es fundamental cumplir con las regulaciones y los códigos de construcción al diseñar y distribuir un baño".

Asimismo, Toni Reyes, director comercial de Novellini Ibérica, se decanta por "las mamparas y los platos de ducha. Obviamente también será necesaria una buena zona de lavabo, un buen espejo…".

Estilos, materiales y acabados

La tendencia viene a la par que las exigencias y estas se incrementan en cuanto al diseño y la calidad de los acabados. Los hoteleros quieren distinguirse con un diseño único que aporte al espacio una diferenciación. Por este motivo, los fabricantes innovan cada vez más en originales acabados en cuanto a materiales, texturas y colores. Con esta personalización se posibilita decorar el espacio de baño, combinando a la perfección todos sus elementos.

Colecciones minimalistas y naturales continúan estando en máxima tendencia, pero cada vez se introducen elementos de diferentes corrientes eléctricas para otorgar originalidad a la estancia. Acabados en negro y tonos dorados también se han convertido en protagonistas de la estética del baño.

Así lo confirma Toni Reyes, de Novellini Ibérica: "El acabado negro mate en cuanto a la estética podría ser uno de los grandes cambios consolidados en los dos últimos años y con recorrido a futuro. Por lo demás, las mamparas siguen distribuyéndose de forma similar en cuanto a la funcionalidad: mayoritariamente mamparas correderas y espacios abiertos; en menor medida, puertas abatibles. El plato de ducha sigue concentrándose en acabados pizarra con predominio del color blanco y el material protagonista son las resinas. En cuanto al diseño, se está jugando con la posición y material de las válvulas y sus embellecedores".

Para Óscar García, de Gala, "las últimas tendencias van hacia diseños muy elegantes, finos. Por ejemplo, los lavabos sobreencimera con paredes afinadas y sin rebosadero son una opción fantástica. También se buscan acabados innovadores, como los mate o la introducción de la porcelana de color. Los accesorios en acabado a color (negro, blanco…) son una constante. Por otro lado, las bañeras exentas son un elemento muy presente en establecimientos hoteleros, no solo por sus indudables ventajas en cuanto a bienestar, sino sobre todo porque elevan considerablemente el interiorismo".

Ignasi Nuet, de Genebre Group, también hace hincapié en "una mezcla de interiorismo, sim-



DUSCHOLUX

Tipos de griferías

RAMONSOLER



MONOMANDO

Cuenta con un mando para regular el caudal y mezclar el agua caliente con la fría. Es el tipo de grifos más utilizado. Su ventaja es su sencillez y la comodidad de uso.

BIMANDO

Dispone de una llave diferente para agua fría y agua caliente, las cuales se deben coordinar para obtener una temperatura adecuada. Pueden ser útiles en lavabos y bañeras, pero no tanto para duchas si se busca un grifo funcional.

TERMOSTÁTICO

Tiene dos mandos: uno para regular la temperatura del agua y el otro para controlar el caudal del agua. Es uno de los más populares por su ayuda en el ahorro de agua. Su ventaja es su capacidad de bloquear la salida del agua caliente si se produce un corte en el agua fría, además de no verse afectado por la apertura de otros grifos.

TEMPORIZADO

Se activa por pulsación o por sensores. Su utilización suele limitarse a locales, aunque puede ser una gran idea su instalación en otras estancia por el ahorro de agua que supone.

DE CAÑO ALTO

Su altura tiene una elevación extra, lo que ayuda a la mejor manipulación a la hora de la limpieza de objetos.

DE CAÑO ABATIBLE

Tiene movimiento sobre su eje permitiendo un mayor margen de maniobra. Es una de las mejores opciones para espacios que no permiten tener una grifería mayor.

EXTRAÍBLE

Tiene un caño extensible y la ventaja es que puede moverse libremente, dependiendo del tamaño del brazo extensible que tenga.

DE REPISA

Se instala directamente sobre la encimera. Su ventaja es su practicidad, además de su fácil instalación y ahorro. Asimismo, al ser uno de los tipos de grifos más utilizados, existe una gran variedad de diseños, tamaños y aperturas.

MURALES O EMPOTRADOS

Su instalación se realiza directamente en la pared. Su ventaja se encuentra en el aprovechamiento del espacio, siendo más cómoda la manipulación de objetos. Además, proporciona una estética clásica, única y diferente.

---

plicidad y facilidad de uso. En la actualidad son tendencia los baños abiertos integrados en la habitación, lo que implica que son diseños muy bien integrados en el ambiente general de la habitación".

Además, Manuel Lozano, de Solerbath, añade que "se observa una preferencia por líneas limpias y formas geométricas elegantes que aportan un aspecto contemporáneo y sofisticado. Los lavabos presentan opciones de montaje sobreencimera o empotrados, ofreciendo flexibilidad en el diseño. Además, se ha potenciado el uso de la cerámica, ya que es el material más seguro e higiénico del mercado".

Por su parte, desde Noken Porcelanosa Bathrooms indican que "los inodoros suspendidos se imponen ya en este tipo de baños. Ofrecen un mayor espacio, una mayor facilidad de limpieza y, además, las cisternas empotradas son más silenciosas que las tradicionales. Por otro lado, cada vez se instalan más inodoros inteligentes ya que ofrecen un mayor confort al usuario y esto puede dejar un recuerdo positivo de la visita al hotel. En algunos países donde aún se utiliza el bidé sirve para eliminar esta pieza del baño".

Asimismo, Luis Moldes, de Duscholux, cree que, además del negro y oro en diferentes tonalidades, también es tendencia para las mamparas "el vidrio acanalado o esmerilado que se utiliza para ofrecer privacidad sin comprometer la luz natural. Además, cada vez más vemos el uso de mamparas con vidrio Deco, que pueden ser patrones geométricos o diseños abstractos que agregan un toque artístico al baño, así como perfiles delgados y minimalistas o, incluso, sin marco.

Por último, Jordi Soler, de ramonsoler, resalta que "los baños no han dejado de ser espacios funcionales, pero cada vez se están convirtiendo en verdaderas joyas estéticas. En esta transformación, la grifería juega un papel importante. El minimalismo continúa siendo muy dominante con griferías de líneas limpias y formas geométricas. El estilo retro y *vitange* también está en auge con acabados en tonos dorados y formas tradicionales. Por otro lado, los baños ya no se limitan a tonos neutros, sino que ahora se introducen colores atrevidos y que contrasten, como negro mate u oro cepillado, que crean un impacto visual sorprendente. El uso de texturas y materiales naturales, como madera, mármol y piedra, en combinación con griferías de acabados mates o texturizados añade una sensación de lujo y calidez. Además, la integración de tecnología con sistemas novedosos de sensores está en alza".



ROCA

Consumo responsable

El diseño de baño se ha puesto al servicio de la sostenibilidad y tiene en cuenta la eficiencia en el consumo de los recursos. El bajo consumo de agua y energía es un bien para el planeta, pero también un ahorro para el hotelero. Tanto el ahorro como la higiene son elementos a considerar para una gestión responsable.

Con un sistema de digitalización centralizado, es posible revisar el consumo del agua y la limpieza de estos espacios. Muestra de ello es la posibilidad de controlar la conexión de grifos de lavabo, urinarios y duchas con sistemas digitales o *apps*.

Desde Roca explican que "la sostenibilidad es una característica cada vez más relevante para los hoteleros. En primer lugar, por el beneficio directo que proporcionan las soluciones avanzadas de reducción del consumo de agua y eficiencia energética que incorporan los productos de baño actuales, que se traducen en ahorro económico para el establecimiento. Por otro lado, por la propia concienciación medioambiental de los hoteles y la creciente demanda de los usuarios de experiencias más responsables con la protección del medio ambiente. En este ámbito, junto con el ahorro de agua y la eficiencia energética, destaca también la incorporación de productos elaborados de materiales reciclables o renovables. Más allá de las características propias de los productos, uno de los principales aspectos de mejora en la sostenibilidad de los espacios de baños públicos se encuentra en la propia gestión de las instalaciones. El desarrollo de productos inteligentes y conectados permite una gestión centralizada de su funcionamiento. Entre otras muchas ventajas, la monitorización continua de las instalaciones posibilita detectar al segundo posibles incidencias (fugas, averías, grifos abiertos, etc.) y facilita una gestión más sostenible a partir de un control más exacto e inmediato de los consumos".

GEBERIT



Según Ismael Juérez, de Nofer Brand Group, "una buena grifería puede llegar a reducir el 50% del consumo de agua, así como el uso de energía. Con el *contactless*, los sensores activan y desactivan los productos cuando se utilizan, optimizando el consumo energético, ya sea con un grifo o un secador de manos automático".

Desde un punto de vista más técnico, Marc Casablancas, de Ideal Standard, considera que "es casi una obligación que la grifería de ducha sea termostática. Ahorra energía la propiedad del hotel y el cliente se siente más cómodo. Igual sucede con los mecanismos de ahorro de agua, indispensables hoy en todo hotel, tanto en los mecanismos de descarga como en los grifos".

Además, Alfredo Cabezas, de Geberit, manifiesta que "se registra un cambio de valores en el sector inmobiliario. Los criterios de sostenibilidad constituyen para los inversores un punto cada vez más importante. Los mensajes de actualidad, como la emisión de CO_2, los precios de la energía que aumentan cada vez más y la escasez de agua potable, son los responsables para este cambio, que, por un lado, tiene motivos financieros, y por otro, la aceptación social. Los arquitectos apuestan por soluciones técnicas comprobadas para el ahorro energético del hotel, pero también por un diseño sostenible en el equipamiento".

Para culminar, Joel Velásquez, de Kaldewei, remarca que "la sostenibilidad en sí no es un *driver* si no va acompañada de una mejora de la rentabilidad a corto plazo, el cumplimiento de una normativa o las exigencias de los clientes. Pero sí existe una sensibilización generalizada en el sector en la reducción de residuos plásticos y un plan de actuación respetuoso con el medio ambiente. En este sentido, los fabricantes tenemos que facilitar esta transición".●

ALMA COLLECTION

La esencia de la materia prima. Respetar y mimar el producto.



DECOSAN

Bath design

Ctra. Laureà Miró, 385-387 - 08980 - Sant Feliu de Llobregat - Barcelona – España – telfs.: +34 933 378 616, +34 933 378 187 – www.decosan.com





1. Gala

Para una experiencia sensorial completa, la columna de ducha debe contar con un rociador superior de gran caudal para favorecer que la caída del agua cubra todo el cuerpo, lo que aumenta la sensación de confort. El modelo Basic-N, además de la caída de agua desde el rociador superior, incorpora *jets* a lo largo de toda la columna para un masaje completamente envolvente y relajante.



2. Kaldewei

Invisible Grip es un nuevo acabado para modernos platos de ducha y bañeras de acero esmaltado que garantiza una estabilidad óptima sin comprometer la estética, el tacto o las propiedades higiénicas. Con una microestructuración invisible, con una resistencia al deslizamiento para zonas húmedas según la norma DIN EN 16165 y concebida para optimizar aún más la estabilidad en la bañera o la ducha, Kaldewei aporta a los baños una fascinante combinación de seguridad y estética.

3. Grifería Clever

El grifo de lavabo alto Velvet III es un modelo de líneas puras con acabado en *gunmetal* cepillado, ideal para lavabo tipo bol. Además, este modelo está en lavabo alto y bajo (repisa). También está disponible en dos acabados más: negro mate y oro cepillado. El grifo cuenta con la tecnología Eco System, un sistema con caudal limitado de 5 l/min, consiguiendo así un mayor ahorro de agua. Incluye además un aireador orientable, con lo que permite guiar el chorro del agua hasta la dirección deseada consiguiendo un mayor confort.



4. Deyban

La ventaja y funcionalidad del modelo Palau estriba en el replegado de sus puertas, en sentido interior y exterior, dejando libre todo el espacio del plato, permitiendo así la entrada de una silla de ruedas, para personas que requieran asistencia en el baño. En el nuevo catálogo se encuentra también una amplia apuesta por los colores de perfilería más demandados: acero inoxidable, blanco mate, negro y oro cepillado.



rsramonsoler.com

ramonsoler.

grifería / **Odisea Joya**
nueva colección
accesorios de baño ramonsoler / **Ergos**

Bronze Delta ADI Awards 2022

reddot winner 2022

DESIGN AWARD 2023

GERMAN DESIGN AWARD 2023



5



6

5. Solerbath

Los inodoros de la colección Aquitania están ideados para aquellos que buscan diseños en armonía, una combinación de volúmenes en formas redondeadas ideales para combinar con el resto de los elementos del baño. La líneas ofrece tres modelos: de tanque bajo, suspendido y empotrable. Estos inodoros destacan por ser compactos, *rimless* y por su tapa amortiguada con *clip off*. El inodoro a suelo presenta salida dual.

6. Decosan

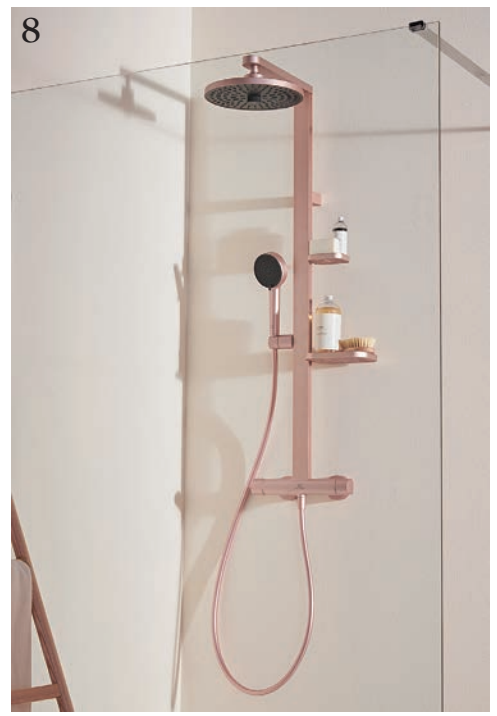
La colección Best permite crear un composición de mueble, lavabo y encimera monocromática, ideal para ambientes en los que el diseño es el gran protagonista. Los lacados de Decosan están endurecidos con unos aditivos que ofrecen un acabado final muy resistente al frote y a la abrasión. El principal valor de la serie radica en el calor, pudiendo elegir entre una exquisita variedad de ocho colores en tonos neutros, cálidos y mediterráneos, que se adaptan a numerosas encimeras y lavabos de piedra, cerámica, *solid surface*...

7. Genebre

El grifo elecltrónico con sensor de la serie Klin está disponible en tres alturas diferentes para cubrir distintas aplicaciones (lavabos planos, con cubeta, etc.). Un grifo de una sola pieza, sin juntas, con una longitud extra en el caño para facilitar su uso y con sensor a la misma altura con respecto al caño en todas las versiones (acabado en latón o en níquel negro mate). De diseño minimalista, está dotado de un sistema de detección de infrarrojos, de programación de cierre automático tras 60 segundos de uso continuo y de un aireador economizador dinámico antivandálico y antical de 3 l/min para limitar el consumo de agua a cualquier presión.



7



8

8. Ideal Standard

La nueva colección Alu+ destaca por su moderna paleta de colores, sus características prácticas y sus sólidas credenciales de sostenibilidad. Desde el punto de vista estético, los sistemas de ducha presentan elegantes líneas rectangulares perfectamente realzadas por el mezclador circular, el cabezal de ducha y el rociador de mano. El diseño contemporáneo se complementa con la opción de tres acabados de bajo brillo: Silk Black, Rosé y Silver. Además, Alu+ se ha creado a partir de aluminio reciclado de alta calidad con un 84% de contenido reciclado.

Linda-X
de Ideal Standard



Diseñada por Ludovica & Roberto Palomba

La colección Linda-X celebra la línea icónica Linda, originalmente diseñada por Archille Castiglioni.

Ideal Standard incorpora aquí influencias modernas creando una nueva colección contemporánea.

Singular™
from Ideal Standard

Ideal Standard







9. Grohe

Phantom Black es la opción más sofisticada dentro de Grohe Professional. Gracias a una técnica de recubrimiento de laca, todos los productos de esta colección se han mejorado para que sean más duraderos, además de más resistentes a la corrosión, la decoloración y los arañazos que las variantes de Matte Black. Además, este acabado repele las huellas dactilares visibles, por lo que requiere menos limpieza y es más fácil de mantener. La colección está disponible en grifos, duchas, termostatos, placas de descarga y accesorios.

10. Nuovvo

La colección de platos de ducha Creativeskin® permite personalizar el baño con las imágenes deseadas gracias a la digitalización. Nuovvo ofrece tres líneas de diseño estándar: Naturalia, con inspiración de mármol; Geometric, que como su propio nombre indica juega con la geometría y texturas de piedras naturales, y Terrazo y Texture, inspirada en el cemento, el metal y la madera. Los platos de dicha Creativeskin® se fabrican a medida, lo que permite entregarlos cortados en las dimensiones exactas si es necesario.

11. Ibermampara

El modelo Extreme destaca por su carácter minimalista y estética depurada con las bisagras incorporadas a los extremos del vidrio, de donde toma su nombre. La bisagra incorpora un sistema de elevación Bottom.up, que minimiza el roce de la goma de estanqueidad con el plato. Asimismo, está dotada de sistema de retención de puerta, a 0º y 90º, con apertura interior y exterior. Además, se ofrece con perfiles en negro, oro y blanco roto.



12. Novellini

Novellini presenta su amplia gama de nuevas soluciones y acabados en la categoría de espacios abiertos en la ducha: *walk in*. Entre los productos, destacan HC Art, una solución de ducha que se caracteriza por su diseño innovador y funcional; HP Art, una mampara que presenta una combinación única de estilo y rendimiento; H Style, elegante y sofisticada, es la mejor opción para aquellos que buscan un diseño moderno y atractivo, y Frame HD, que combina un diseño minimalista con una estructura robusta y ofrece una estética contemporánea.


13

13. Geberit

Geberit One fusiona la innovación tecnológica con el mejor diseño. La estética poco cargada se obtiene gracias a la integración de muchos componentes en la pared. Con ella se consigue más higiene, más espacio y más versatilidad en el baño. El inodoro suspendido Geberit One luce elegante y muy bien proporcionado. El descubrimiento llega cuando se abre la tapa: una geometría interior asimétrica, completamente sin borde de descarga que ofrece una perfecta y silenciosa descarga del inodoro. Ambas piezas también están disponibles en un nuevo acabado blanco mate.

14. ramonsoler

La nueva colección Odisea Joya nace de la reinterpretación de la clásica colección bimando Joya, que fue creada en 1963 por Ramón Soler Roger, fundador de ramonsoler. Odisea Joya es una línea de griferías fabricadas íntegramente en metal, con la característica singular de ofrecer un escultórico cuerpo facetado romboidal. La colección rememora la estética de las épocas doradas del siglo XX, como los movimientos Art Decó, pero fabricándose con los más altos estándares de calidad, ahorro de agua y sostenibilidad que exige la normativa actual.


14




15


16


17


18

15. Duscholux

Duscholux ofrece la opción de instalar en sus mamparas un vidrio acanalado. Un nuevo acabado que proporciona privacidad y estilo a partes iguales. El nuevo vidrio cuenta con un relieve decorativo que dota de gran personalidad al baño. Está disponible para vidrios de 6 u 8 mm, según la serie, y cuenta con la posibilidad de recorte personalizado para adaptarlo a cualquier necesidad. El relieve se encuentra por la parte exterior de la mampara y en la parte interior, lisa, se aplica el tratamiento antical Ducholux.

16. Dornbracht

Dornbracht amplía su gama con modelos especiales de manetas Mem, que incluyen elementos naturales de Nature Squared. Las dos empresas combinan sus competencias en acabados de gran calidad, logrando que cada maneta sea una pieza única. La combinación de siete materiales y cinco acabados dan lugar a más de 30 opciones para el lavabo, la ducha o la bañera. Entre los materiales se encuentran conchas marinas, nácar, cáscaras de huevo, etc.

17. Noken Porcelanosa Bathrooms

Unidos por sus valores, esencia y objetivos comunes, Noken Porcelanosa Bathrooms y Erre Arquitectura han colaborado para lanzar Swan. Se trata de una grifería inspirada en el cisne, un animal asociado a la elegancia y la belleza. Las formas geométricas simples de esta colección buscan la atemporalidad en el diseño. Su estudiada ergonomía tiene como objetivo la funcionalidad en el uso. Su carácter ecológico nace desde la fase del diseño para crear una grifería respetuosa con el medio ambiente. Para ello se ha trabajado con tecnologías que permitan combinar diseño y ecología.

18. Jacob Delafon

Los inodoros BTW (*back to wall*) Rodin + se instalan directamente contra la pared, ocultando la tubería. Son compactos y ofrecen opciones de tecnología sin brida (*rimless*) para una limpieza integral. Su forma compacta y cuidadosamente diseñada optimiza el espacio. El inodoro tiene una altura confortable de 40 cm hasta la brida, lo que proporciona comodidad al usuario. La fijación del inodoro al suelo está disimulada y se realiza con una escuadra multipunteada incluida, lo que facilita su instalación. Además, existe la posibilidad de incluir el bidé propio de la gama en el conjunto.


19


20


21


22

19. Tres Grifería

Study es una colección simple a la vez que extravagante. Los cuerpos cilíndricos y delgados de Study aspiran al equilibrio atemporal. Un diseño minimalista y armonioso con acabados metálicos que sorprenden. La colección consta de acabados en cromo, negro mate, blanco mate, acero, negro metalizado, negro bronce, oro, oro mate, oro rosa y oro rosa mate.

20. PrestoEquip

La colección Prestodom está formada por un lavabo e inodoro ergonómicos de porcelana. El inodoro es ideal para personas mayores, pues tiene una altura superior a los tradicionales. Esto permite que el usuario se siente y se levante con mayor facilidad. También presenta mayor anchura. En cuanto al lavabo, gracias a sus dimensiones y ergonomía, maximiza el confort de uso. Su seno es más ancho que un lavabo convencional y presenta un gran borde para poder apoyar los codos.

21. Duka

Las mamparas natura 4000 se caracterizan por la disponibilidad de diferentes sistemas de apertura y diseños de perfiles. Además, el producto impresiona por la estabilidad del vidrio templado de seguridad de 6 mm de grosor y por muchas otras ingeniosas innovaciones. natura 4000 ofrece rendimiento y durabilidad. La altura estándar de toda la serie natura 4000 se ha elevado a 2.000 mm. La altura máxima especial para plata mate y plata pulido es ahora de 2.100 mm. Las mamparas de ducha en los colores Pearl tienen una altura especial de hasta 2.000 mm para un mayor impacto estético.

22. Roca

Stonex® es un exclusivo material de Roca compuesto por un substrato de resina combinada con una cuidada selección de diversas cargas minerales y una capa exterior de Gel Coat ISO NPG. El resultado es un producto de alta resistencia al desgaste por el uso, a la agresión de agentes químicos y a la decoloración provocada por los rayos solares, aumentando así su resistencia a las abrasiones y favoreciendo el mantenimiento de sus prestaciones a lo largo del tiempo. En platos de ducha fabricados con Stonex® se encuentran los modelos Terran, Aquos, Helios y Pyros, con diferentes medidas, colores y texturas de acabado.



23

23. Aquassent

Elegancia y estilo definen la colección Inex, una grifería en monomando que combina líneas curvas y rectas. Compuesta por el conjunto de ducha, grifos de lavabo, bidé, ducha y bañera, además combina con la válvula de desagüe y sifón en acero. Inex está fabricada en acero inox 304 con acabado cepillado, que hace que sea más resistente a la corrosión y a la oxidación, proporcionando una gran calidad y durabilidad. La sutileza de su pomo destaca la estética dando una sensación sofisticada y elegante apta para cualquier baño.


24

24. Duravit

La línea de grifería Wave presenta un estilo de diseño moderno y joven, que no solo convence por su atractiva forma, sino que crea un interesante contraste con el cuerpo básico esbelto y cilíndrico y sus bordes precisos. También ofrece la máxima libertad de diseño gracias a una amplia gama de colores. Además del cromo y el negro mate, se encuentra disponibles en otras tres superficies de PVD duraderas y resistentes a los arañazos: acero inoxidable cepillado, bronce cepillado y oro pulido.

25. Fiora

Selene es un plato de ducha concebido desde la mirada del usuario contemporáneo. Su elemento más destacado es su rejilla circular, un diseño inventivo y elegante que se integra a la perfección en el plato de ducha. La rejilla, fabricada con el mismo material que el plato, cuenta con una forma ligeramente curva. Este diseño mejora notablemente el desagüe del agua. Este detalle, aparentemente sutil, es una muestra palpable de que la funcionalidad y la estética no solo deben coexistir, sino potenciarse mutuamente para crear una experiencia excepcional.

26. Antoniolupi

La colección Street, diseñada por AL_Studio, se amplía con la línea MyStreet, lavabos monobloque de mármol de varias anchuras y alturas para amueblar con elegancia y funcionalidad todos los espacios, incluso los más pequeños. MyStreet es un sistema versátil, de geometría rigurosa y encimera integrada. De hecho, puede declinarse en numerosos tamaños y configuraciones: desde la versión con lavabo individual de 72 cm hasta la de grifo doble de 144 cm. Esta línea presenta un frontal más alto que el modelo Street, 37,5 cm en lugar de 25 cm, e incluye cuatro variantes: un modelo de 72 cm, dos de 90 cm (con encimera a un lado o a ambos lados) y uno de 144 cm.


25


26


Personaliza tus paredes
con Orac Decor®
ORAC®
DECOR
ESCANEA Y
ENCUENTRA TU
DISTRIBUIDOR
MÁS CERCANO
CONTÁCTANOS AL 93 856 49 00 O A
SPAIN@ORACDECOR.COM PARA RECIBIR TU
CATÁLOGO GRATUITO

CASUAL SOLUTIONS

Diseños únicos



Casual es una firma enamorada de las culturas y tradiciones del mundo que inspiran sus nuevos productos y la estética que cada año marcan sus catálogos, aportando esa personalidad tan característica que la hace diferente a los demás.

La colección de producto presentada este año está basada en la cultura y ambientes del norte de África con elementos típicos de la zona. En ella se plasman las regiones desérticas del Sáhara representadas por arena y plantas secas rodantes, las sociedades nómadas por tejidos de estilo árabe y productos autóctonos... En resumen, un espacio lleno de materiales como maderas, piedras y terracotas que transportan a cualquier región del norte del continente africano.



Stone

La colección Stone es uno los productos destacados de este año de Casual. Se trata de una línea compuesta por pufs, cojines y sofás de formas orgánicas basadas en las formas típicas de las piedras. Las distintas piezas se pueden presentar en conjunto formando montículos o divertidas acumulaciones de piedras que crean espacios innovadores y acogedores.

Toda la gama de mobiliario presentada mantiene una estética de formas orgánicas de volúmenes y estilo redondeado con tapizados mullidos, elásticos y borreguitos, acabados naturales como madera y terracota en tonos claros.

Un producto pensado para interioristas y diseñadores donde Casual ofrece soluciones y las últimas tendencias en el sector del contract.





Sostenibilidad

En Casual entienden por sostenibilidad una mejora continua en todo lo que hacen. Por este motivo, sus objetivos medioambientales se han vuelto más exigentes para seguir mejorando y poder llegar a generar un impacto positivo.

Las fibras naturales empleadas son ecológicas, reciclables, biodegradables y compostables. Su impacto medioambiental es muy limitado y el compromiso de Casual es utilizar cada vez más materias primas totalmente renovables y respetuosas.

Sus diseños buscan optimizar los procesos de fabricación para reducir la huella de cabono.

Además, Casual apuesta por la fabricación de un mobiliario sostenible realizado con un equipo y materiales de proximidad, reduciendo desplazamientos y emisiones de $C0_2$.

En Casual son expertos en amueblamiento interior y soluciones contract. Casual sigue poniendo su sello a espacios de cualquier parte del mundo siempre de la mano de los mejores profesionales.●

Casual Solutions
www.casualsolutions.es



PROYECTO
a fondo

BANQUET BARCELONA

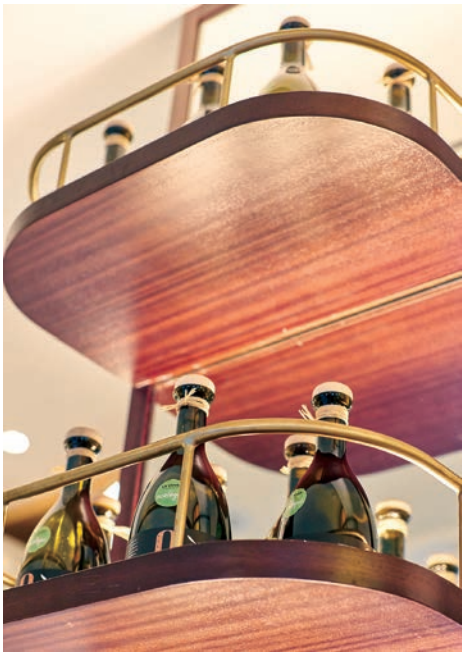


El estudio Carlos Martinez Interiors has creado Banquet Barcelona, un proyecto de interiorismo que recupera las sensaciones de un local de antaño, de estilo años cincuenta. *Fotografías: Oriol Aleu*

Clásico pero con un toque chic









El reto a la hora de diseñar el restaurante Banquet Barcelona fue fusionar dos conceptos que pueden parecer contrapuestos: el refinamiento de un bistró francés con el ambiente de una cocina barcelonesa.
Para entender bien este proyecto, hay que hablar del barrio del Raval, que es uno de los más dinámicos y diversos de Barcelona, donde disfrutar de exposiciones vanguardistas, bares bohemios, tiendas de diseño, arte callejero… todo alrededor del mercado de La Boquería. Por el Raval, situado junto al puerto y la Rambla, la avenida Paral·lel, las rondas de Sant Pau y Sant Antoni y la calle de Pelai, cada día pasean cientos de turistas, pero aun así el Raval conserva la su esencia popular. Calles estrechas, apretadas y llenas. El Raval es tan especial que muchos no lo cambiarían por nada. Es el barrio donde todo está y todo el mundo puede convivir; del ambiente bohemio del Bar Marsella y de los primeros acuerdos de la rumba catalana en la calle Cera. El Raval es un barrio diverso y fiel a su esencia, igual que el proyecto de interiorismo de Carlos Martínez Interiors.


FUNDACIÓ JOAN MIRÓ
Centre d'Estudis d'Art Contemporani
Homenaje a
FEDERICO GARCIA LORCA
BAR LOPE





Sofisticación y elegancia

Banquet Barcelona presenta una decoración sofisticada y elegante. La esmerada iluminación consigue crear un ambiente cálido y agradable. Al acceder, nos recibe una luminosa marquesina de cristal catedral a tres tonos que se extiende a lo largo de la larga barra de mármol blanco país, donde el protagonista es el producto expuesto. La barra de Banquet Barcelona está pensada para preparar combinados y otras bebidas para compartir. Esta barra colinda con la barra del chef, donde se puede comer con vistas a la cocina a la vista y abierta. Por tanto, en la distribución del espacio conviven diversos ambientes como la barra, la sala y la cocina vista. Distintos espacios para diferentes experiencias con vistas a la plaza de los Gatos.

El espacio combina diferentes materiales y tonalidades, como el roble tintado oscuro, el mármol blanco país, el verde de los tapizados y madera de roble en las mesas, además de una suave iluminación, un cálido mobiliario, la madera de roble de los arrimaderos en las paredes…









Además, el espacio se amplifica al reflejarse en los espejos que visten, aquí y allá, el interior del local, dando amplitud a un sofá con formas orgánicas donde el respaldo va cobrando vida según se avanza por el salón.
Especialmente, se ha tenido en cuenta la acústica del restaurante con el fin de ofrecer una buena experiencia de confort, un ambiente tranquilo y sin ruido.
Por otro lado, los baños del restaurante también están ambientados en los años cincuenta.
En definitiva, Banquet Barcelona trata de ser un clásico por su ubicación, pero dándole un toque chic, para atraer al usuario, y hacerle sentir experiencias y transportarlo a los años cincuenta de la ciudad de Barcelona.●

FICHA TÉCNICA

Estudio de diseño: **Carlos Martínez Interiors**
Pavimentos: **Atlas Concorde**
Revestimientos cerámicos: **Pintura & Estuc / Equipe Cerámicas**
Mobiliario: **Alutec**
Iluminación: **Ca2L**
Diseño gráfico: **Carlos Martínez Interiors**
Baños: **Roca / Galassia**

BANQUET BARCELONA
Pintor Fortuny, 5 /Xuclà.
08001 Barcelona.
Tel.: 937 155 936
www.banquetbarcelona.com/es/



www.equipamientohostelero.com

La revista imprescindible para el canal Contract y Horeca










TODA LA ACTUALIDAD A UN CLICK

CURT EDICIONES SA
C/ Valencia, 279, 3º · 08009 Barcelona · Tel. 933 180 101 · comercialgranhotel@curtediciones.com · www.curtediciones.com

interihotel

Diseño para hoteles y restaurantes

interihotel reúne durante tres días a los profesionales del diseño *hospitality* en Barcelona, procedentes de más de 40 países.





interihotel se consolida como el principal evento sobre diseño de hoteles y restaurantes en Europa. El salón aborda el sector *hospitality* desde la perspectiva del interiorismo, la arquitectura, el diseño de producto, la innovación y la experiencia del cliente. Organizado por Ambit Living Spaces Cluster, se celebra del 18 al 20 de octubre en el Centro de Convenciones Internacional de Barcelona (CCIB).

The journey of change es el lema de interihotel BCN23 que, a través de una propuesta de cinco temas desafiantes, invita a los profesionales del diseño de hoteles y restaurantes a una reflexión profunda y a pasar a la acción para crear proyectos de éxito y avanzar hacia un futuro mejor para el sector: Wonderful business, enfocado en el diseño de interiores y la experiencia de cliente; Inside Out, centrado en el diseño de espacios interiores que fomenten el bienestar emocional y físico; Regenerative Hospitality, que aborda la necesidad de ir más allá de la sostenibilidad a partir de la regeneración de los ecosistemas locales; New Materiality, basado en la búsqueda de materiales más sostenibles y respetuosos con el medio ambiente, y Brightech, que explora cómo la integración de la Inteligencia Artificial afectará a la disciplina del diseño en general y al sector *hospitality* en particular.

También se abordarán estos cinco ejes temáticos a través de conferencias, talleres, exposición de marcas y actividades interactivas que

permitirán a los asistentes conocer de primera mano las últimas tendencias, soluciones y herramientas para el diseño y decoración de espacios de hotelería y restauración. Y es que por los escenarios de interihotel pasan estudios de diseño de interiores y de arquitectura especializados en *hospitality*, empresarios hoteleros, directivos de grupos de restauración y responsables de diseño de empresas del sector. Más de 90 ponentes, procedentes de más de 10 países, participarán en estas actividades.


Diseño de Capella-García Arquitectura

Concept Rooms

El Interiors Living Lab de Ambit se materializa en Concept Rooms físicas y en realidad virtual. Estos espacios sirven para analizar la usabilidad, la interacción del usuario con los objetos y su respuesta emocional frente al interiorismo mediante técnicas de neuromarketing. El objetivo es extraer nuevo conocimiento sobre cómo dar respuesta, desde el interiorismo, a las necesidades de los nuevos perfiles de cliente y proyectar a futuro cómo serán los espacios *hospitality* para los nuevos viajeros.

Para ello, el estudio Capella-García Arquitectura ha diseñado la Vitality Haven Concept Room, una habitación de hotel mediterránea, para un viajero que disfruta de las vacaciones en familia que busca desconectar, pero al mismo tiempo divertirse y disfrutar de actividades compartidas en un entorno acogedor y accesible.

Por otro lado, Francesc Rifé Studio ha recogido el reto de diseñar el Eco-jin Concept Restaurant, un espacio de restauración de comida asiática, dirigido a un perfil de usuario comprometido (Eco-Jin) que consume con la soste-





nibilidad en mente, buscando el impacto social y ambiental positivo en todo momento. Al término "Eco" abreviatura de "ecología" se le añade el sufijo "Jin", que en japonés se usa para describir a una persona en su sentido más amplio, con lo que Eco-Jin sintetiza claramente los valores de este viajero.

Además, el evento contará con las innovadoras Concept Rooms en realidad virtual holográfica, desarrolladas en Ambit, en las que dos personas conectadas en diferentes ubicaciones se encuentran, mediante su holograma, en el propio espacio virtual e interactúan. Es una novedosa forma de enseñar el interiorismo de espacios *hospitality* en un entorno digital, como paso previo a la construcción de un piloto físico.

Negocio y premios

Además de las más de 180 marcas expositoras, interihotel atrae a más de 2.000 profesionales con proyectos *hospitality,* de entre sus más de 6.000 asistentes, y más del 80% de visitantes tienen poder de prescripción o compra en este tipo de proyectos.

Los visitantes de más de 40 países que asistieron a interihotel en las últimas ediciones permiten que haya adquirido oficialmente la condición de internacional. Además, la organización invita a un exclusivo grupo de máximos responsables de estudios de prescripción y grupos hoteleros internacionales, procedentes de EE.UU., México/Caribe, Reino Unido y Emiratos Árabes Unidos.

Los premios interihotel reconocen el esfuerzo a quienes contribuyen a mejorar el sector con seis categorías: producto innovador para diseño de hoteles y restaurantes, producto sostenible para diseño de hoteles y restaurantes, mejor diseño de *stand*, mejor proyecto de diseño de hotel, mejor proyecto de diseño de restaurante y el reconocimiento a la trayectoria profesional en diseño de hoteles y restaurantes. El jurado está formado por personas designadas de entidades representativas del sector hotelero, de la arquitectura, del interiorismo, del diseño y de la academia, en la ciudad de Barcelona.●





RESUINSA

Viste a medida proyectos hoteleros

La compañía internacional, junto con Carmela Martí Decoración, ofrece a profesionales y establecimientos un servicio totalmente personalizado que aúna experiencia, calidad, innovación, sostenibilidad y diseño





Resuinsa
Av. Mare Nostrum, 50-2. 46120 Alboraya (Valencia)
Tel.: 963 916 805.
www.resuinsa.com www.resuinsaclub.com

La labor que realiza un sastre pasa por conocer perfectamente a la persona que va a vestir. Toma las medidas rigurosamente. Escoge la tela más adecuada. Elabora un patrón para sobreponerlo en dicha tela. Lo corta y lo cose. Así, se obtiene un traje totalmente a medida, personalizado, único y especial, confeccionado con cuidado hasta el mínimo detalle.

De la misma forma en la que trabaja un sastre, Resuinsa viste de manera individualizada cada proyecto hotelero: estudiando su espacio, escogiendo los materiales y tejidos más idóneos y desarrollando un diseño personalizado a través de un proceso de producción en el que prima la calidad. Esta es la idea que Resuinsa, junto con Carmela Martí Decoración, trasladarán en su *stand* K10 de la feria Interihotel 2023 bajo el paraguas "Vestimos tu proyecto".

Experiencia e innovación

Al igual que la mayoría de sastres acumulan años de experiencia, Resuinsa cuenta con una trayectoria de más de 45 años en el sector textil. Este *expertise* y *know how* se traduce en ofrecer artículos que se adaptan a las necesidades de cada cliente, haciéndolos "a medida". A ello se suma el amplio conocimiento que la compañía internacional tiene de los distintos mercados mundiales, ya que lleva a cabo proyectos en más de 140 países de los cinco continentes.

De esta manera, y gracias a estar a la última en lo que a tendencias se refiere, los establecimientos pueden disponer de un servicio que les diferencia en un mercado competitivo y refuerza su identidad. Se trata, pues, de un valor añadido que los clientes aprecian positivamente y que se complementa con la firme apuesta por el I+D+i y la sostenibilidad ambiental por parte de Resuinsa.

Asesoramiento personal

Todo comienza cuando el cliente entra por la puerta de la sastrería. La atención que recibe por parte del modisto es altamente personalizada. Este mismo asesoramiento tan individualizado se puede traducir en cómo tanto Resuinsa como Carmela Martí apoyan a los profesionales para que pongan en marcha su proyecto de manera integral a través de los textiles; con atención, cuidado, dedicación y respetando su identidad corporativa.

En este sentido, la empresa internacional acompaña al profesional a lo largo de todo el camino, tal y como hace el propio sastre: desde la selección de los materiales, los colores, las texturas y, en este caso, la decoración. Un completo servicio de *atelier*, de asesoramiento, que desarrollan ambas firmas para acompañar a diseñadores e interioristas en sus proyectos. ●

ELEMENTOS **DECORATIVOS**

VIVIE



El toque final



CASUAL HOME & CONTRACT

El interiorismo es esencial para conseguir que un hotel destaque por encima de su competencia y para hacer que el cliente se sienta especial. Los complementos, esos detalles finales en la decoración, son fundamentales para que la estancia sea acogedora.

Por Isabel Fernández

Los elementos decorativos de un proyecto contract ofrecen distintas texturas y acabados. Por ejemplo, las colchas de las habitaciones sobre las cuales se colocan cojines de diferentes tamaños u otros textiles situados a los pies de la cama en tonos de contraste otorgan mayor personalidad y elegancia.

Los suelos pueden cubrirse con una alfombra de gran tamaño sobre la que se coloca la cama para aportar mayor belleza y calidez.

Un arreglo floral o unas plantas es un símbolo de bienvenida para el recién llegado, ya que no solo embellecen el ambiente donde se encuentra situado sino que también tienen la capacidad de llenar de color, alegría y buena energía, aportando el equilibrio y la armonía en todos los elementos que rodean.

Naturaleza

Ya sea como arreglos florales, en jarrones decorando mesas o macetas de plantas en distintos rincones y/o ambientes, este tipo de elementos que dan la bienvenida al cliente no pueden faltar en el interiorismo. Las flores y la vegetación aportan frescura, además de purificar y humidificar el ambiente.

Como señala Ana Poncela, diseñadora de interiores sénior y responsable artística y de diseño gráficos en los proyectos de interiorismo de 188 Studio, la decoración floral "permite presentar a los huéspedes una imagen cambiante y atractiva. El espacio se convierte en la base sobre la que trabajar y los elementos florales en la parte dinámica, adaptable a la época del año; a un evento, congreso o celebración… Si, además, se trata de vegetación conseguimos un aporte de olor y frescura que permanece en la memoria de todos. También ayudan a dar fluidez entre los espacios, fusionando el exterior con el interior".

El uso de plantas y flores se ha convertido en todo un *must have* en el interiorismo hotelero. La estancia se decora con elementos 'verdes' para proporcionar a los espacios un toque más natural y fresco. Se utilizan en recepción, habitaciones, baños, bares, restaurantes, etc.

"La elección de la ubicación estratégica de este tipo de ornamentación influirá completamente en el ambiente. En el *lobby* establece una sensación de bienestar y lujo, creando una primera impresión muy positiva. En los pasillos y las escaleras, que son los 'espacios olvidados', introducir estos elementos aporta cohesión en todo el hotel. Colocar ramos en las mesas de los restaurantes crea un ambiente íntimo y sofisticado, que realza la experiencia gastronómica. Las suites y habitaciones de lujo merecen una atención especial. Un pequeño jarrón con flores frescas en la mesita de noche o en el escritorio puede hacer que los huéspedes se sientan mimados y especiales durante su estancia", apunta Isabel Martínez, CEO y fundadora de Vivie.

Una de las cosas más positivas de utilizar decoración floral es que siempre se renueva, por lo que la decoración del hotel va a estar siempre a la moda. Las flores cambian por temporada, y los tonos y formatos deben adaptasre a la época del año en la que se está y a la tendencia del momento.

Para Carlos Martínez, comercial de Casual Home & Contract, lo que se lleva ahora son "motivos más naturales, salvajes y amazónicos".

Además, Ana Poncela, de 118 Studio, indica que, "si hablamos de ramos y centros florales, lo más habitual ahora mismo es el estilo silvestre, donde destacan las plantas preservadas. También conjuntos de follaje que presentan una gama de verdes que van desde los más grisáceos hasta los azulados, punteados con flores de colores, que en función del estilo elegido pueden ser tanto colores pastel como colores más intensos. En espacios más refinados es fácil encontrar composiciones limpias, geométricas y minimalistas. Sus formas son definidas. Llaman la atención unas flores en concreto que se completan con una planta secundaria de manera sutil. No podemos olvidar que cada vez más se están viendo jardines verticales y jardinería colgante".

Por tanto, la separación de diferentes espacios con muebles con vegetación es otra de las tendencias del momento. Se apuesta por espacios completamente abiertos, diferenciando zonas con árboles preservados o muebles o maceteros con plantas y árboles, incluso separadores confeccionados con musgo o liquen. Los separadores con musgo aíslan del ruido y acumulan en su cuerpo sustancias atmosféricas contaminantes y, por ello, son perfectos para no dejar pasar virus o elementos nocivos del aire.

También está en boga colocar vegetación en paredes y techos. Normalmente para ello se utilizan plantas colgantes o muros verticales compuestos por musgo.

A ello hay que sumar que los tiestos, maceteros, cestas o jarrones se han de escoger acordes con el diseño del espacio y con las plantas o flores que van con ellos.

ANANTARA PLAZA NICE



ESPEJO ENVEJECIDO



Textiles

Con algunas piezas textiles, como pueden ser fundas de cojines, *plaids* o alfombras, puede cambiar la decoración. Así, un gesto tan sencillo renovando estos elementos puede hacer mucho.

Así, las alfombras transmiten calidez, delimitan espacios y son un foco que atrae la mirada.

"En espacios amplios y completamente abiertos, las alfombras fragmentan visualmente el espacio y, junto al mobiliario, da información sobre sus usos. En espacios más pequeños, la alfombra adecuada, tanto en color, textura y material, ayuda a dar amplitud", comenta Ana Poncela, de 188 Studio.

¿Dónde colocarlas y de qué materiales deben ser? Isabel Martínez, de Vivie, responde que "las suaves y mullidas de las zonas comunes sugieren un ambiente acogedor y cómodo. Los huéspedes pueden sentirse como si estuvieran en un hogar, lo que puede aumentar su satisfacción y comodidad. En la recepción, la lana es una opción ideal. Es un material lujoso, duradero y resistente a la suciedad, lo que la hace perfecta para zonas de mucho tráfico. Las de nailon son resistentes a la abrasión y al desgaste, lo que las hace ideales para áreas de uso intenso como son los pasillos. Para los recintos exteriores, las fibras naturales, como el yute o el ratán, generan naturalidad y frescura. En las habitaciones, las que tienen tratamiento antimanchas, son muy eficaces para evitar las consecuencias de los derrames".

Sobre el tema de los materiales también opina Carlos Martínez, de Casual Home & Contract, al decantarse por "materiales naturales y sostenibles".

Además, Ana Poncela agrega que, "en hoteles donde la decoración se realiza a través de la superposición de colores lisos y texturas sutiles, la mejor elección son alfombras de patrones ligeros. En cuanto al color, depende de la intención; se puede apostar por colores suaves para armonizar con el resto de elementos o utilizar colores contrastados en alguna de las alfombras para crear un punto focal destacado. Si hablamos de un hotel con estampados en la tapicerías, cortinas o paredes, las alfombras monocolor son una buena opción".

Pero hay más textiles que ayudan a realzar el interiorismo de una forma sencilla y sin mucha inversión, como es el caso del revestimiento de paredes. La combinación de paredes pintadas y empapeladas es una técnica muy empleada.

La diseñadora de 188 Studio resalta que "las cortinas y paredes textiles de pared ayudan a vestir mucho un espacio, son capaces de dar la sensación de altura o amplitud y transmiten el concepto de la propuesta de interiorismo. Pero no siempre contamos con ventanas o paredes junto a todos los conjuntos de mobiliario. En estos casos, las tapicerías de sofás, butacas, sillas…, y también los cojines, ropa de cama o incluso toallas, son los encargados de hacer destacar el espacio".

Cuadros y espejos

De la pared pueden colgar otros elementos decorativos, como son cuadros o espejos, que captan la atención de inmediato. Una buena selección de motivos, las distintas técnicas de pintura y los colores potencian las sensaciones deseadas.

Para Ana Poncela, de 118 Studio, las cuadros son "elementos ligeros volumétricamente hablando que ayudan a revestir las superficies verticales de una manera impresionante. Pueden aportar notas de color, texturas, intereses artísticos"…

Sobre este tema, Isabel Martínez, de Vivie, sostiene que "las obras de arte, pinturas, escultu-

ras y fotografías pueden ser elementos clave para agregar personalidad y carácter a un hotel. Las obras de artistas locales o temáticas que reflejen el lugar pueden ser especialmente significativas".

En cuanto a los espejos, David Martínez, *general manager* de Espejo Envejecido, indica que, "además de su atractivo estético, los espejos también pueden tener un propósito práctico en los espacios de un hotel. Por ejemplo, se pueden utilizar como espejos de tocador en los baños, lo que permite a los huéspedes arreglarse fácilmente sin tener que depender de un espejo aparte. También se pueden colocar espejos en lugares estratégicos, como en los vestíbulos o cerca de los ascensores, para brindar a los huéspedes un lugar conveniente para comprobar su apariencia antes de salir".

Otra ventaja de un espejo es que "pueden ayudar a crear la ilusión de un espacio más grande, lo que resulta especialmente útil en habitaciones o pasillos más pequeños", continúa David Martínez.

Además, pueden reflejar la luz natural, reduciendo la necesidad de iluminación artificial y creando una atmósfera más luminosa y acogedora.

MANDARIN ORIENTAL RITZ MADRID



Otra funcionalidad es la seguridad. Para David Martínez, de Espejo Envejecido, "los espejos colocados en los pasillos u otras áreas de mucho tráfico pueden ayudar a controlar el movimiento de los invitados y prevenir accidentes o lesiones. Además, pueden emplearse para proporcionar una visión clara de los puntos ciegos, como en las esquinas o en las escaleras, lo que ayuda a prevenir colisiones y otros incidentes".



RESTAURANTES HOTELES FRANQUICIAS TERRAZAS



Mobiliario y soluciones a medida para hostelería

ingeniacontract

T. +34 91 409 71 71
www.ingeniacontract.com
Joaquín Sorolla, 89. Pol. Ind. Santa Ana. 28522 Rivas-Vaciamadrid (Madrid)

SANTACATALINA A ROYAL HIDEAWAY FOTO MANOLO YLLERA



Luminarias

Los hoteles son los establecimientos que admiten más variedades de luces debido a la gran cantidad de ambientes que tienen cabida en sus instalaciones. Cada zona o estancia debe cubrir unas necesidades especificas y únicas. Por tanto, uno de los principales recursos a la hora de crear un ambiente especial es la iluminación.

El valor decorativo de las luminarias de interior para Carlos Martínez, de Casual Home & Contract, reside en que dan "calidez, calidad y confort. Pueden instalarse prácticamente en todos los espacios de un hotel, apostando por los tonos cálidos con materiales muy naturales y sostenibles".

Por otro lado, Isabel Martínez, de Vivie, considera que "las luminarias no solo proporcionan luz funcional, sino que también crean un ambiente. La elección de la iluminación adecuada realza la coherencia visual y el atractivo del espacio. También puede incorporar elementos de diseño que reflejen la identidad del hotel. La iluminación debe ser versátil y adaptable para satisfacer las diferentes necesidades a lo largo del día y en diversas ocasiones. La capacidad de ajustar la intensidad y el tipo de luz según las circunstancias es esencial para optimizar la funcionalidad y la comodidad".

Asimismo, Ana Poncela, de 118 Studio, recuerda que "el uso de las luminarias como elemento decorativo queda reservado a los espacios públicos de un hotel, es decir, es zonas de *staff*, cocinas o lavandería prima el uso de la luz de trabajo y es raro ver algún elemento decorativo, Así pues, las luminarias decorativas están presentes tanto en recepciones como en habitaciones y cada vez se está dando más énfasis a la iluminación en pasillos con luminarias técnicas de marcado carácter estético".



118 STUDIO

Según Isabel Martínez, "en los vestíbulos, las lámparas colgantes son un *must*; en el restaurante, las de mesa añaden un toque íntimo y distintivo, y en las habitaciones, los apliques de pared aportan luz ambiental".

Otros complementos

Las velas son unos de esos recursos que también hacen que la decoración sea más confortable y cálida. Las velas no solo añaden un toque de elegancia y sofisticación a cualquier espacio, sino que también son capaces de transformar el ambiente de un lugar. La selección cuidadosa de las velas adecuadas puede marcar la diferencia en cómo los huéspedes perciben y disfrutan de su estadía en un hotel. Por ello, es importante elegir las mejores velas para hoteles que ofrezcan una combinación de calidad, diseño y, si son aromáticas, fragancia.

Además, Ana Poncela, de 188 Studio, apostilla que "el uso de estanterías, pegadas a pared o como elemento separador abierto a dos caras, permite incorporar infinidad de objetos decorativos sin ocupar superficies horizontales. Se puede hacer uso de los principios del *visual merchandising* y ordenar jarrones, libros, lámparas… de una manera atractiva".●



ESPEJO ENVEJECIDO

El arte del vidrio

La firma Espejo Envejecido transforma todo tipo de vidrio en proyectos, ya sea para hoteles o para otros fabricantes de mobiliario contract o de baño, así como para diseñadores, interioristas, arquitectos o constructores.

Espejo Envejecido S.L.
Avenida de Sant Julià, 119. Nave 5.
08403 Granollers (Barcelona).
Tel.: 936 696 290.
E-mail: info@espejoenvejecido.com
www.espejoenvejecido.com

Espejo Envejecido se dedica a investigar, desarrollar y crear productos especiales en el sector del vidrio plano. Toda la producción se realiza íntegramente en Barcelona con la aplicación de diferentes procedimientos de pigmentación. De manera artesanal, se emplean técnicas transmitidas de generación en generación, aplicando nitrato de plata a la parte posterior de vidrio. El resultado es que los espejos envejecidos son más cálidos y auténticos. También cortan el vidrio a medida antes de platearlo, en lugar de cortarlo de hojas de espejos antiguas listas para usar, por lo que cada pieza es realmente a medida y única, ofreciéndose en un amplia gama de acabados. Asimismo, puede transformar el vidrio para las necesidades de cada proyecto, adaptándose a los clientes.

Además, la compañía exporta a todo el mundo, tanto directamente sin intermediarios como a través de distribuidores y minoristas.

La empresa tiene cuatro marcas: Espejo Envejecido, fabricación de sus propios espejos envejecidos, adaptándose a los proyectos de los clientes; La Fábrica del Espejo, realizando la fabricación para fabricantes de mobiliario contract y muebles de baño; Glass Contract, para proyectos hoteleros, habitaciones de hoteles, restaurantes, zona comunes…; y Terglas, pavimentos pisables en vidrio, aplicando todos sus acabados.

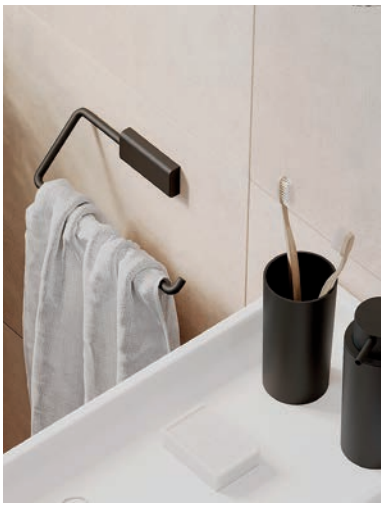


Entre sus productos especiales, destaca el vidrio lacado, con vidrio monolítico, templado, curvado e impreso. También se encuentra el vidrio decorativo, con productos de vidrio en línea con las tendencias de diseño, así como soluciones personalizadas para revestimiento de paredes, particiones, muebles, etc.●



Para pieles sensibles

Mostrando su profunda experiencia dermatológica, ADA Cosmetics presenta una solución de cuidado nueva y exclusiva: la DermaCare Sensitive Rescue Box, diseñada especialmente para satisfacer las necesidades de los huéspedes de hotel con piel sensible. Los hoteleros pueden proporcionar estos productos a los huéspedes bajo solicitud y de forma gratuita, además de las comodidades en la habitación del hotel. La caja consta de un champú suave para el cabello y el cuerpo, un agradable gel y una delicada leche corporal, todos adecuados para el cuidado diario de la piel seca, normal y grasa.



Diseño accesible

La colección Next de Cosmic Studio ofrece una amplia gama de accesorios de pared y encimera, con un diseño funcional de formas redondeadas y sencillas. Los accesorios de pared cuentan con un embellecedor rectangular que añade un detalle estético adicional. Toda la colección está disponible en acabados cromo y negro Soft. Los vasos del dosificador y el portacepillos en acabado cromo son de plástico ABS blanco con la base y el pulsador en cromo. El sistema de fijación Dual permite la instalación con tornillo a la pared o con la cinta adhesiva de doble cara Quick Fix. Un adhesivo de alta adherencia que permite un montaje fácil, rápido y sin ruido, con una carga estática de hasta 5 kg.

Estilo arquitectónico



Fiora lanza su nueva colección semimodular Rok, que redefine el concepto del mueble de baño, ofreciendo un diseño vanguardista que combina líneas rectas y un estilo arquitectónico diferencial. Con vértices sencillos, modernos y elegantes, esta pieza se presenta como un bloque sólido, pero sorprende con su versatilidad en formas y acabados. Una de las características más destacables de Rok es la ausencia de tiradores. En su lugar, se presenta con un uñero personalizable, que le otorga un aire de sofisticación y elegancia. Puede ser elevado con o sin patas, lo que ofrece un nivel adicional de adaptabilidad al espacio. Un original espejo con peana, la ligera asimetría en los cajones y los cantos en inglete potencian la singularidad de Rok.

Inspiración oriental

Keiji Memory of Senses es una gama de aromaterapia de inspiración oriental formulada con ingredientes naturales de la más alta calidad, disponible en Groupe GM. El gel para el cabello y el cuerpo está enriquecido con aceites esenciales de menta y eucalipto, y el de ducha con aceites esenciales de enebro y cilantro. Los aceites esenciales de romero y salvia se encuentran en el champú y acondicionador 2 en 1, y los de cedro y sándalo en la loción corporal. Todos están disponibles en formato de 40 ml. La gama Keiji también incluye un jabón exfoliante de 20 g y un jabón suave con aceites esenciales de almendra amarga, así como sales de baño de 35 g con aceites esenciales de manzanilla y jazmín, todos disponibles en envases con un 0% de plástico. También se ofrece en los dispensadores Ecopump de 300 ml fabricados con plásticos reciclados.



Hielo siempre a punto

La nueva Crystal Tips de Wellbilt ofrece una diversa gama de modelos de máquinas de hielo, diseñados para cubrir las distintas necesidades de los diversos tipos de negocio hosteleros. Estas máquinas han sido diseñadas con una estructura robusta y resistente, especialmente pensada para enfrentar las altas temperaturas de España. Todos los equipos forman parte de la industria 4.0, contando con una innovadora conexión a la *app* móvil IceWorld. Esta función permite monitorear la producción y el estado de la máquina, así como detectar posibles incidencias técnicas desde la palma de la mano. Además, la línea completa incluye modelos de hielo en cubitos, escamas, granulado y triturado.



Para crear cafés únicos



Entre los nuevos modelos de Jura se encuentra J8 twin, una cafetera superautomática compacta con dos molinos para disfrutar de dos variedades de café diferentes. Con dos tipos de granos diferentes, puros o mezclados, se pueden crear bebidas únicas con solo pulsar un botón y siempre perfectos: recién molido, nada de cápsulas. También se pueden completar las bebidas elegidas con una espuma de leche sutilmente endulzada. Esto es posible gracias a innovaciones como el molino P.A.G.3+ y la función Sweet Foam, fruto de la experiencia en tecnología punta de la ingeniería suiza.



Vinoteca en columna

Signature Kitchen Suite, marca de LG Electronics, presenta su línea de vinoteca en columna, disponible en dos anchos: 60 cm (113 botellas de 750 ml) y 45 cm (71 botellas). Diseñada para almacenar tintos, blancos y espumosos, puede configurarse con dos o tres zonas con ajuste diferenciado de temperatura y humedad, cada una de ellas con un evaporador y separadores de acero inoxidable. Cuenta con 10 estantes de madera de haya natural, que dan estabilidad, ayudan a eliminar olores y sustancias que pueden alterar las propiedades del vino, y actúan como regulador natural de la temperatura y la humedad internas. El interior está revestido de acero inoxidable, y el triple vidrio de la puerta dispone de protección UV para evitar alteraciones a consecuencia de la luz. Los perfiles de acero inoxidable que se deslizan suavemente sobre las guías y el silencioso compresor Linear Inverter reducen al mínimo las vibraciones que son perjudiciales para la conservación de las botellas.



Al rico granizado

Horeca Global Solutions, empresa de Eurofred Group, cuenta con la nueva Granismart de la marca Carpigiani Horeca, que produce granizados y cócteles de primer nivel con su tecnología eficiente y un sistema de fácil uso. Permite preparar tres opciones de bebidas distintas de forma rápida y sencilla, con un simple ajuste. Cuenta con la innovadora palanca Push@Pull, fácil de usar, montar y desmontar, lo que proporciona una limpieza sencilla y mantenimiento. Además, ofrece la posibilidad de combinar sabores de dos tanques para crear mezclas sorprendentes. Granismart está disponible con uno, dos o tres depósitos, cada uno de ellos, con una elevada capacidad productiva que alcanzan una producción de hasta 15 litros.

COCINAS A LA VISTA Y BUFÉS

En vivo y en directo

SOFITEL BARCELONA SKIPPER HOTEL



En un mercado tan competitivo tiene más éxito el que más servicios facilita, que sean de mejor calidad y al mejor precio. La transparencia en la elaboración es un valor añadido muy atractivo que las cocinas a la vista y los bufés siempre ofrecen. *Por Isabel Fernández*

La cocina en vivo, también conocida como *show cooking*, se basa en la preparación de los platos del restaurante delante de los comensales en directo, lo que se transforma en todo un espectáculo. El fin es que se vea la especialidad del chef. También se puede identificar como *show cooking* las cocinas abiertas, que muestran a los comensales las cocinas a la vista o a través de vidrieras, de forma que el cliente observa el funcionamiento de la misma. Esta modalidad incrementa la confianza de los clientes en lo que están consumiendo gracias a la proximidad que existe entre cocinero y comensal. También se consigue que los comensales se entretengan observando la realización del plato, haciendo que comer en dicho restaurante se convierta en una experiencia gastronómica incomparable. Por otro lado, el bufé, especialmente el de desayuno, es visitado por casi todos los huéspedes de un hotel. Por este motivo, es primordial dar al cliente una experiencia única, que ayude a mantenerle animado y, para ello, es ideal ofrecer un buen *show cooking*, apostando siempre por la variedad. El cocinero puede preparar frente a los huéspedes elaboraciones calientes como pueden ser tortitas, beicon, huevos fritos, huevos revueltos, etc. Y esto hace que la popularidad del hotel aumente.

Generar confianza

Cocinar delante de los clientes es una gran responsabilidad y en lo primero que se van a fijar es en qué transmite la imagen del negocio. En este tipo de instalaciones no solo cuenta el saber cocinar; es igual de importante saber comunicar, hablar con los comensales, recomendarles opciones o responder a sus preguntas. En el bufé, hay que colocar carteles para comunicar todos los productos servidos, así como, si es posible, sus beneficios nutricionales, ya que facilitará a los usuarios el poder escoger su plato y generará confianza.
Como señala Ginés Guillén, representante en España de Marrone Group, que cuenta con las

MONUMENT BARCELONA



marcas Marrone, Iglu, Phoenix Focus y Steelnovo, “desde el momento en que una cocina es a la vista, lo que transmite es transparencia, limpieza, el ‘no tenemos nada que ocultar’… Además, aporta espectáculo, visibilidad, confianza, *show*, etc. Es la mejor manera de demostrar a tus clientes que no les escondes nada de nada, y que estás dispuesto a mostrarlo y compartirlo con ellos”.

Asimismo, Pablo Torres, chef corporativo de Rational Ibérica, incide en que “los bufés de los hoteles con el tiempo han ido evolucionando y modificando su operativa, ya que por una parte han ampliado su oferta con productos que pueden dar haciendo al momento y, por otra, han adaptado platos que hasta ahora se facilitaban expuestos y en la actualidad se hacen al momento. Gracias a este cambio, la calidad del producto aumenta y el cliente está más satisfecho porque su plato lo hacen al momento. En eso se basa la cocina a la vista, en poder ofrecer un producto recién hecho y dar al cliente la posibilidad de ver cómo se cocina. Esto ha de ir acompañado de una cocina visualmente atractiva, limpia y lo más diáfana posible. Es hacia ese punto a donde van las cocinas vistas de los bufés. Hay que tener una operativa simple para el cocinero, rápida para el servicio y visualmente atractiva para el cliente”.



RESTAURANTE FOC (LAGO MENORCA RESORT)

MORGUI CLIMA



HOTEL BERTRAN (SERHS PROJECTS)



Organización

En un proyecto de cocina a la vista o bufé es imprescindible establecer un circuito lógico. Con la señalización adecuada y utilizando una zona móvil como lo es el *show cooking*, se puede dirigir al comensal hacia las zonas de más paso y las que más interese vender.
Para los trabajadores también hay que organizar un recorrido preciso ya que, al ser a la vista, cualquier problema entre, por ejemplo, dos de ellos que se tropiecen será observado por el comensal.
Para Joan Ros, director de Compras de Serhs Projects-Equipturis, "los procesos de preparación, elaboración y limpieza tienen que estar muy bien definidos, ya que los clientes van a poder visualizar todo el circuito. Cada proceso tiene que estar más controlado y los trabajadores deben asegurarse que lo que se muestra está bien organizado, limpio y siguiendo un orden. No todas las partes de una cocina deben ser vistas porque hay algunas que no generan un valor añadido. Sería el caso de la zona de lavado o de algunas preparaciones, las zonas de residuos, descartonaje, etc. El resto, en principio, se puede ver todo siempre y cuando esté en condiciones óptimas de estado y limpieza".
Guinés Guillén, de Marrone Group, también remarca que "se pueden organizar de distintas maneras, siempre dependerá de lo que se quiera mostrar. Puedes enseñar el 100% o solo la parte de finalización: emplatado, cocciones finales, etc. Es importante que, si la cocina se hace a la vista, se aproveche para mostrar aquello que es más atractivo y no hacerlo con lo que no lo sea tanto".
La instalación debe estar suficientemente equipada con la maquinaria y elementos que ayuden a realizar y terminar los platos cara al cliente (hornos, fuegos móviles, planchas, calientaplatos, cámaras frigoríficas, etc.).
"La maquinaria en cocinas permite hacer más *show cookings*, alejándose del clásico bufé tradicional. El diseño de los equipos de cocina está pensado para ser atractivo, siendo el foco de atención para que el público se fije y vea cómo se realizan las elaboraciones", opina Pablo Torres, de Rational Ibérica.

A tener en cuenta

Diseño, tecnología, fiabilidad, polivalencia, comodidad tanto para el trabajador como para el comensal, robustez, higiene, variedad de servicios… son algunas de las premisas que considera el canal horeca al proyectar estas instalaciones.
Joan Ros, de Sehrs Projects-Equipturis, comenta que "el hostelero, ante la voluntad de mostrar una cocina a la vista, un *show cooking* o un bufé, debe tener en cuenta la adaptabilidad al espacio al que va a ir destinado, para que sea completamente funcional. Por supuesto, es esencial planificar la distribución



de los espacios donde va a ir la comida, estudiando el circuito y ubicación más adecuada en el comedor. Los propietarios también dan mucha importancia al servicio visual y directo al cliente; es por ello que los *show cookings* son cada vez más demandados, así como la preparación en vivo de pasta o *pizza* e, incluso, la preparación de postres. A nivel estético, el diseño tiene que ser el más adecuado al tipo de establecimiento, incluso innovador y acorde con las modas actuales".

Asimismo, Pablo Torres, de Rational, remarca que "el hostelero busca tres cosas principales en su cocina y que también debe cumplir una cocina a la vista o de bufé: productividad, comodidad y fiabilidad. Estos son los puntos clave que todo cocinero deseåa en cualquier cocina. El proyecto debe adecuarse al tipo de gastronomía que se va a ofrecer, el número de comensales y el servicio, si el proyecto no tiene en consideración estos puntos fracasará. Para ello, los proyectistas deben apoyarse en los elementos que ayuden al restaurador a ofrecer un servicio de calidad. Además, la parte estética también juega un papel muy importante. El

BENEFICIOS

RENTABILIDAD

Habilitar una zona de *show cooking* puede generar una gran rentabilidad: rotación de producto, raciones controladas, trabajar con producto fresco del día, posibilidad de ir cambiando productos según la demanda de los clientes… Todo esto hace que el control sobre los platos que se venden sea exhaustivo y de esta manera no se generen mermas, ya que se crean platos a demanda.

VISIBILIDAD

La mayoría de los clientes de un hotel pasan por la zona del bufé en algún momento del día. Esta circunstancia se puede aprovechar para mostrar lo buena que puede llegar a ser la cocina.

TRANSPARENCIA

Una cocina a la vista de todos otorga sensación de limpieza, orden y seguridad alimentaria, lo que generan confianza en el comensal.

EXPERIENCIA GLOBAL

Los clientes quieren vivir cada vez más experiencias completas desde que llegan al hotel. Un bufé vistoso y con un área de *show cooking* ayuda mucho a completar esta experiencia, poniendo en valor aquellas zonas de restauración que no genera productividad.

SATISFACCIÓN

Toda esta experiencia se traduce en un cliente feliz y satisfecho, que a la vez se puede convertir en publicidad gratuita para el hotel, con las mejores reseñas en redes y canales digitales. También supone otorgar personalidad y especialización propia al negocio. Por ejemplo, una zona del bufé se puede transformar en un *show cooking* de arroces.

Fuente: Unilever Food Solutions



ARTS BARCELONA



BARCELÓ FUERTEVENTURA



hostelero se fijará sobre todo en equipos que sean bonitos y que complementen el espacio de manera harmónica".

A ello hay que sumar lo que indica Ginés Guillén, de Marrone: "Las características técnicas podrían empezar por cocinas sin rincones de suciedad, ni juntas, que eviten la tornillería vista y, por supuesto, que se pueda 'vestir' lo más atractiva posible. Hoy en día, existen acabados estéticos con materiales y superficies que son espectaculares pero, a la vez, también son limpios, no porosos, de fácil limpieza, etc.".

No hay que olvidarse que esta clase de cocinas están ante el cliente, por lo que hay que tener en mente cómo se produce la extracción de humos y olores. Así, Oriol Codina, del Departamento de Comunicación, RH y Proyectos Internos de Morgui Clima, destaca que, "en este formato de cocinas, el humo y los olores pueden ser un gran problema que comprometa la comodidad y experiencia del cliente, además de hacerlo también con la eficiencia energética del local. Por este motivo, es vital contar con el asesoramiento técnico para el diseño y cálculo de la extracción de humos, en función de los elementos de cocción, recorrido, caudales y normativas vigentes. Asimismo, es crucial estudiar qué tipo de campana extractora es más conveniente".

QUÉ OFRECER EN EL BUFÉ

- **Producto fresco y de temporada.**
- **Suficiente variedad para que el comensal encuentre lo que desea comer.**
- **Todo debe estar ordenado por grupos: panes, embutidos, pastas, verduras, carnes…**
- **Exposición atractiva (colores, formas, recipientes…).**
- **Cortar en trozos pequeños ayuda a crear raciones pequeñas, lo que motiva a probar más y que haya una mejor experiencia.**
- **Destacar los ingredientes que interesen potenciar, ya sea por coste o por estacionalidad.**

Fuente: Unilever Food Solutions

Novedades

En la actualidad, no hay equipos que no hayan evolucionado para estar a la vista, desde hornos mixtos, pasando por envasadoras, placas de marcar, multitud de accesorios y máquinas tecnológicas que aportan grandes ventajas en las áreas de trabajo, etc.

Pablo Torres, de Rational, sostiene que "la puesta en escena en cocinas y bufés ha variado mucho a lo largo de los años. Actualmente, elementos como la fruta, panadería, pastelería… pueden llegar a tematizarse, culminando en un bufé mucho más variado y explorando opciones como la de destinar una temática temporal al bufé (fruta exótica, panadería francesa…). Además, los equipos ahora emiten mucho menos calor gracias a su aislamiento, permitiendo estar mucho más cerca del cliente y, por lo tanto, favorecer las elaboraciones en directo con una puesta en escena espectacular".

Además, Ginés Guillén, de Marrone, cree que, "en general, se ha llegado al momento en el que los fabricantes hemos trasladado a los chefs que pueden tener la cocina con todo aquello que necesiten técnicamente y eso no va reñido con hacerlas con cualquier forma, acabado y/o solución estética. Está claro que lo que se necesita y lo que se quiere se puede diseñar y fabricar. No obstante, eso representa salir de lo habitual y estandarizado de las cocinas no vistas en dimensiones, formas, colores, acabados, materiales, etc. Si quiero que algo se vea es porque lo quiero compartir con mis clientes y con todo el mundo. Otro detalle que hemos detectado es que cada vez hay más profesionales que quieren mostrar la calidad de su materia prima: exponer carnes, pescados, vinos, alimentos en general… Es la manera de trasladar a sus clientes que eso es lo que se está ofreciendo, transformando, cocinando, sirviendo, etc., de la calidad que está viendo e, incluso, en algún caso, que el cliente final tenga la opción de escoger la pieza concreta a su gusto".

Desde Serhs Projects, Joan Ros, comparte que "en los próximos años se destinarán más esfuerzos a la fabricación orientada al ecodiseño y a la sostenibilidad medioambiental, aspectos fundamentales en cualquier proyecto de fabricación que pretenda ser un éxito en su ámbito de actuación. Esto afecta a la manera de reducir residuos y mejorar en eficiencia energética

para reducir costes y preservar el entorno. En la práctica, implica algunos cambios como la incorporación de luces de leds, máquinas de lavado que gastan menos agua, hornos más rápidos, etc. Todos los fabricantes de maquinaria están trabajando desde hace muchos años en esta línea, buscando siempre la manera de innovar, para optimizar los procesos de trabajo y ahorrar costes de producción. En la vertiente estética, cada día se apuesta más por líneas sencillas adaptadas a cualquier espacio en función de las necesidades del cliente, apostando siempre por la atención al usuario y por la calidad, fiabilidad, ergonomía, servicio y diseño en la elección de los materiales. No obstante, la decoración muy trabajada también tiene su mercado, pero sin duda, los bufés de líneas rectas y colores claros (tonalidades de blancos) son los más destacados”.●


RATIONAL



Como un marco

Como un marco discreto que encuadra una pintura sin restarle protagonismo, las luminarias Frame, de Estiluz, enmarcan la luz dejándola brillar a través de un cristal estriado que proporciona una iluminación cálida y eficiente. Frame es una colección de tres balizas y tres apliques de formas simples y austeras que dan al conjunto una sencillez elegante y atemporal.

En todos los modelos, la pieza central es un cilindro texturizado enmarcado por una banda de metal de perfil rectangular, protegida con una doble capa de pintura en polvo extremadamente resistente a la corrosión, para seguir perfecta a pesar del tiempo. Las luminarias Frame son aptas para exterior y el aplique se puede personalizar con corte láser.



De vidrio soplado

La gama de lámparas Malamata se caracteriza por la posibilidad de variar la posición del difusor. En este diseño de Studio Shulab, la luz puede utilizarse en distintas posiciones gracias a un contrapeso en forma de esfera con un botón que permite el ajuste. Al pulsar el botón, se activa un muelle que desplaza el contrapeso hacia abajo de la lámpara, cambiando así la posición del difusor. Además de colgante, está disponible en versión aplique y de pie. Los difusores son de cristal opalino soplado. La particularidad de este proyecto, aparte de su movimiento, es el gran tamaño del difusor disponible (48 cm). También está disponible en una versión más pequeña de 22 cm. El vidrio del difusor es esmaltado, mientras que los colores de la luminaria son el latón cepillado y el negro opaco. Malamata es una colección de Luceplan.

Encarnación de la ligereza



Anelli es una luminosa encarnación de la ligereza. Aunque voluminosa, esta lámpara de techo de Bolia conserva un encanto aéreo, casi etéreo. Con sus anillos de chapa de roble o abedul, adquiere una expresión natural y sencilla, en consonancia con el New Scandinavian Design tan apreciado por Bolia. Sus anillos están delicadamente suspendidos por un fino alambre. La luz que proyecta es suave y ensoñadora. Anelli se presenta en dos tamaños, ideales para crear composiciones armoniosas. Estas piezas reflejan el toque único del diseñador alemán Meike Harde: estructuras delicadas, cierta transparencia y detalles sutiles en formas puras.

Tradición japonesa

El modelo Noren, ideado por Estudi Manel Molina y disponible en Bover, toma su nombre de los trozos de tela que tradicionalmente se utilizaban en los hogares japoneses a modo de cortinas para diferenciar espacios substituyendo paredes, puertas o ventanas. Inspiradas en esta tradición japonesa, las Noren son estructuras de luz ligeras y decorativas con paneles fonoabsorbentes tapizados que, combinados entre sí, ayudan a articular el espacio cuidando del sonido y la luz. Con ellas se disfruta de una buena luz y se atenúa el sonido ambiental.





Amplia gama de potencias

La bomba de calor Compress 3000 AWP de Bosch es una solución idónea para suministrar calefacción, climatización y agua caliente sanitaria a hoteles, al conseguir mejorar la eficiencia mediante agua. A través de su amplia gama de potencias desde 22 hasta 116 kW en frío, y desde 25 kW hasta 130 kW en calor, estos equipos contribuyen reducir el impacto ambiental gracias al uso del refrigerante R32 con un GWP de 675. La Compress 3000 AWP está equipada con compresores Inverter tipo rotativo o *scroll*, según la potencia requerida, lo que garantiza una alta eficiencia energética. El equipo cuenta con un bajo nivel sonoro y ofrece la posibilidad de programar un modo de funcionamiento silencioso en el control base. Además, permite la posibilidad de controlar hasta 16 bombas de calor instaladas en cascada con el control base integrado en el equipo.

Los mecanismos **Modelec** llegan a España

Desde su fundación en París en 1976, Modelec se ha posicionado en Francia como líder en diseño y fabricación de mecanismos, interruptores y enchufes de alta gama. Su extensísimo catálogo, con cerca de 30.000 referencias, ofrece toda una gama de productos que se adaptan al estilo y al presupuesto de cada proyecto, disponible ahora en España. Algunas de sus colecciones más destacadas son Fascination y Confidence, realizadas en latón de 5 mm cincelado, y la Colección M con distintos acabados en latón, aluminio y acero, todas ellas realizadas de forma artesanal.



Aprovechar la energía del aire exterior



Gia Group lanza sus Eco-thermal Biblock Mural de HTW y Giatsu. La bomba de calor Biblock Mural combina un rendimiento excepcional con una alta eficiencia energética. Es capaz de aprovechar el 75% de la energía del aire exterior para proporcionar calefacción en invierno y refrigeración en verano, además de agua caliente sanitaria (ACS). Esto se traduce en un menor consumo de energía y en ahorros significativos a largo plazo. Equipado con la avanzada tecanología Full DC Inverter, garantiza un rendimiento óptimo y un control preciso de la temperatura. Además, es compatible con sistemas solares térmicos y fotovoltaicos, lo que permite aprovechar al máximo las fuentes de energía renovable.

Calentar con fuego



Los nuevos productos leña Edilkamin recuerdan la forma más antigua de calefacción humana: el fuego. Un elemento mágico generado por la combustión de la leña, cuya llama ahora puede controlarse y modularse a voluntad respetando los más altos estándares de eficiencia energética. Entre sus novedades se encuentra Bench 54, una estufa/chimenea de leña independiente con líneas esenciales y rigurosas, adecuadas para ambientes contemporáneos y tradicionales. También puede utilizarse como elegante telón de fondo para separar ambientes.



Libertad creativa

Con New Joint, la familia de asientos y mesitas para el exterior diseñada por Riccardo Giovanetti para Fast, es posible crear una sala de estar al aire libre que no teme la intemperie. Gracias a los cojines extraíbles e impermeables, New Joint se puede utilizar durante todas las estaciones del año sin necesidad de intervenciones especiales de mantenimiento. Los asientos y las mesitas de la colección se pueden combinar mediante conectores o se pueden utilizar como piezas individuales y autónomas, con gran flexibilidad. La colección incluye un sofá de dos o tres plazas, un sillón, una *chaise longue* y mesitas que se pueden utilizar individualmente o combinadas según el gusto personal para crear la configuración más adecuada para cada proyecto.

Espíritu de relajación



La nueva colección de sofá Cannes de Grosfillex es un conjunto de exterior de líneas limpias y curvas que ofrece una combinación perfecta de estilo, durabilidad y confort para la zona *lounge* de cafeterías y restaurantes. Cannes es una solución fácil y rápida de instalar, sin necesidad de montaje. Este conjunto de cuatro plazas con mesa de centro, perteneciente a la colección Cannes, se presenta en dos colores: Terracotta y Havane, y los asientos y respaldo en color gris chiné. Sus grandes cojines, perfectamente ajustados, le confieren elegancia, estilo y un gran espíritu de relajación y convivencia.

Diseño en movimiento



Diseñada por Ludovica+Roberto Palomba, la nueva Panama Rocking de Talenti nace del deseo de evocar el vaivén de las palmeras movidas por la brisa marina y la suavidad de las piedras moldeadas por el agua. Se le puede llamar cuna, mecedora o *rocking*, en inglés. Rocking se caracteriza por formas amplias cuyos tejidos crean sombras seductoras y cuyo perfil orgánico recuerda a las piedras pulidas por el agua, añadiendo a la colección una fuerte referencia a las líneas naturales. Una familia que también se compone de asientos, tumbonas, hamacas, pufs y sofás realizados tejiendo la cuerda aibtética sobre las estructuras de aluminio y creando juegos de luces y sombras cuando los rayos del sol atraviesan el tejido.



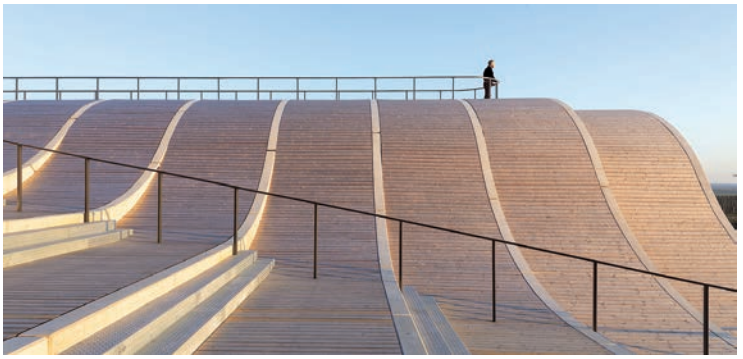
Sensación de bienestar

Lou es el resultado de una colaboración entre el estudio Inma Bermúdez y la marca de mobiliario Calma Outdoor. Esta colección se compone de cuatro piezas imprescindibles para el relax: un puf, una butaca, un sofá y un brasero que nos acompañará en los meses más fríos. El cojín del asiento, compuesto por capas de viscoelástica, proporciona una sensación de bienestar inigualable. La versatilidad y la atención al detalle son elementos clave en la colección Lou, ya que, si se retira el cojín, estas piezas conservan una apariencia escultórica gracias a la estructura realizada en varilla y que convierte la pieza en delicadamente decorativa.



Juego de construcción

Vibes, la nueva colección de Satoria, marca de Terratinta Group, se presenta como la evolución del elemento constructivo más sencillo. Con sus formas vivas, las baldosas de esta colección, ensambladas como un gran juego de construcción, se disponen gráficamente para componer frescos contemporáneos. Una compleja melodía de volúmenes y texturas para explorar de forma original la espacialidad, la modularidad y la repetición, emitiendo vibraciones positivas. Sensaciones en línea con el proyecto Sartoria, creado para los amantes del interiorismo, el pequeño formato, el color, la decoración y que buscan un producto meticuloso y creativo.



Duraderas y estables

La firma finlandesa de madera termotratada Lunawood Thermowood, que Gabarró distribuye en exclusiva en España, añade tres nuevas referencias a su portfolio. A través de un proceso que aplica calor y vapor, Lunawood consigue modificar las propiedades estéticas y técnicas de la madera, como por ejemplo mejorar la durabilidad y estabilidad dimensional de la madera para el uso en aplicaciones exteriores. Así, se han incorporado dos nuevos productos con acabado arenado, el machihembrado Luna Layer y la tarima Luna Deck Brushed, ambos de abeto, y la tarima de pino Luna Deck Flandes SHP Profix 2, en este caso en dos medidas (117 mm ancho x 26 mm grueso y 140 mm ancho x 26 mm grueso).



Reinvención

Los papeles decorativos V&A de 1838 Wallcoverings, disponible en Gancedo, son una rica colección de nueve patrones de papel en más de 30 combinaciones de colores, que encapsulan la excelencia del diseño y la artesanía. Inspirándose en el diseño del vasto archivo del Victoria and Albert Museum de Londres (V&A), combinado con la increíble habilidad y pasión de 1838 Wallcoverings, el resultado es una encantadora colección de diseños reinventados que ilustran el encanto decorativo y la relevancia continua de la tradición para adaptarlos a las tendencias de los interiores más actuales. Los diseños están impresos en un nuevo sustrato ecológico no tejido de alta calidad, compuesto en un 79% por fibras naturales renovables.

Mosaico fotoluminiscente



Hisbalit lanza Star Water, con dos sutiles y armónicas referencias que cambian de color en la oscuridad. La nueva colección incluye dos modelos de mosaico: Aquarius y Draco, disponibles en formato cuadrado (2,3×2,3 cm) y acabado brillo. El mosaico fotoluminiscente absorbe y almacena energía luminosa cuando es expuesto a luz, bien sea natural o artificial (fluorescente, ultravioleta y halógena). Una vez cargado, libera la energía absorbida de forma gradual y continua en forma de luz de color verde, azul o violeta, en función del modelo. No necesita baterías ni fuentes de alimentación complementarias. Se recarga completamente en unos minutos cuando se expone a la luz, pudiéndose repetir este proceso indefinidamente. La colección sorprende por el cambio de tono en la oscuridad. Al caer la luz el modelo Aquarius emite luz verde y el modelo Draco luz azul.

©JOSÉ SALTO



4Retail construye los cuatro nuevos locales de Balbisiana en Madrid

La constructora 4Retail ha construido de manera simultánea los cuatro nuevos locales de Balbisiana, dedicados a cafetería y pastelería artesanal. Todos están ubicados en Madrid y han sido diseñados por el estudio Cousi Interiorismo. 4Retail ha realizado el servicio de *build*, que implica la ejecución de trabajos de obra civil, acabados, carpintería e instalaciones en los cuatro locales, que están ubicados en distintos puntos de la capital (Génova, Concha Espina, Aeropuerto de Barajas y El Corte Inglés de La Castellana-Azca). El tiempo de ejecución de las cuatro obras ha resultado un total de cuatro a cinco meses. Con una fuerte inspiración parisina, el diseño de Cousi Interiorismo combina elementos clásicos y modernos, de estética elegante y distinguida. Se ha creado un ambiente idílico, único y con personalidad diferencial en cada uno de los locales, donde cada detalle cuenta para reflejar la personalidad de Balbisiana.

©IVÁN CASAL NIETO



PF1 Interiorismo se encarga del interiorismo del Eurostars Lisboa Baixa

El estudio de interiorismo gallego PF1 Interiorismo se ha encargado del diseño interior del Eurostars Lisboa Baixa, un cuatro estrellas ubicado en un edificio de estilo Pombalino. Para el interiorismo, el estudio se ha inspirado en la tradición y cultura local, tomando el clásico tranvía de las calles lisboetas como eje vertebrador del proyecto, escuchando el suave ritmo de un fado. De tal modo, la recepción nos sumerge en el interior de un tranvía. Las habitaciones emanan la esencia portuguesa, son delicadas y acogedoras, cuidadas al máximo detalle. La apuesta cromática en cada una de ellas se rige por una base de tonalidades crema, que entra en perfecto contraste con el mobiliario en tonos muy potentes de amarillo y azul.

©FRAN PERICAS



Cuarto Interior, autores del diseño interior del segundo Rocacho en Madrid

La gastronomía sin artificios, las brasas y la roca pura son la esencia de restaurante madrileño Rocacho. Cuarto Interior se ha inspirado en su filosofía culinaria para diseñar el segundo local de este aclamado restaurante ubicado en Plaza Marqués de Salamanca, en Madrid. Cuarto Interior, que ya se encargó del interiorismo del primer restaurante Rocacho en la calle Padre Damián (Madrid), ha dotado al nuevo local de toda la esencia de asador moderno que también desprende su hermano mayor. Este ambiente se nutre de las tonalidades naturales: tierra, vino, fuego, piedra, madera… Además, utiliza materiales como los revestimientos cerámicos brillantes, combinados con paredes pintadas con arcilla, mobiliario en gran parte realizado a medida, en mármol, madera y tapizados oscuros de suaves tejidos.

TATTOO CONTRACT

Proyecta el Meliá Trinidad Península en Cuba







Meliá Hotels International ha confiado en Tattoo Contract para el servicio llave en mano de su nuevo hotel en Cuba, que incluye 401 habitaciones y suites, iluminación y mobiliario exterior en sus más de 81.000 m^2.

Tattoo Contract ha desarrollado el proyecto de consultoría técnica y equipamiento para el Hotel Meliá Trinidad Península en Cuba. Con esta nueva entrega, se afianzan en los principales proyectos hoteleros internacionales.

Este trabajo representa para Tattoo Contract un nuevo éxito en el sector hotelero de Cuba, dando vida a 401 habitaciones y suites, con las mejores cortinas, alfombras, complementos decorativos, mobiliario de exterior y desarrollando una iluminación única, en un hotel que tiene más de 81.000 m^2, que ha permitido hacer realidad el proyecto de interiorismo del grupo Meliá.

El Hotel Meliá Trinidad Península está ubicado en la provincia de Sancti Spíritus, una de las zonas más turísticas de la isla, y recibirá sus primeros clientes a partir del próximo mes de diciembre, en coincidencia con el inicio de la temporada alta del turismo.

Las instalaciones ofrecen paisajes y vistas a un mar de aguas cristalinas que se combinarán ahora con las últimas tendencias en materiales, soluciones constructivas, mobiliario e iluminación ofrecidas por Tattoo Contract.

Este proyecto se convierte, en palabras de su fundador y CEO, Pablo García-Bodaño, en "un reto apasionante en el que se ha materializado un diseño bajo una estética con personalidad en su mobiliario y textiles, en una línea de cultura muy local, para hacer hincapié en su ubicación y esencia, con una cuidada carpintería de madera, donde mobiliario, iluminación y decoración, muestran la esencia de la isla".

Además, para Pablo García-Bodaño, "ha sido un trabajo llave en mano del que nos sentimos especialmente orgullosos por su complejidad, tiempos y nivel de exigencia".

Este ambicioso proyecto se suma a la amplia experiencia de Tattoo Contract en equipamiento hotelero, en la que destacan otros establecimientos de renombre internacional como el Hotel Curio Hilton y el Hotel Sheraton de Doha, así como el Hotel Lopesan Costa Bávaro de República Dominicana.●

Tattoo Contract

Nueva Fase Polígono Alvedro-Nave G5 y G7.
15189 A Coruña. Tel.: 981 902 320.
E-mail: info@tattoocontract.com
https://tattoocontract.com/

TRANSFORMACIÓN **DIGITAL** EN EL HOTEL II

La tecnología aporta grandes beneficios al hotel al menos hasta en cuatro aspectos: gestión, captación de datos, experiencia del cliente y reputación. *Por Isabel Fernández*

Invertir en mejorar la experiencia del huésped

FURUKAWA SOLUTIONS



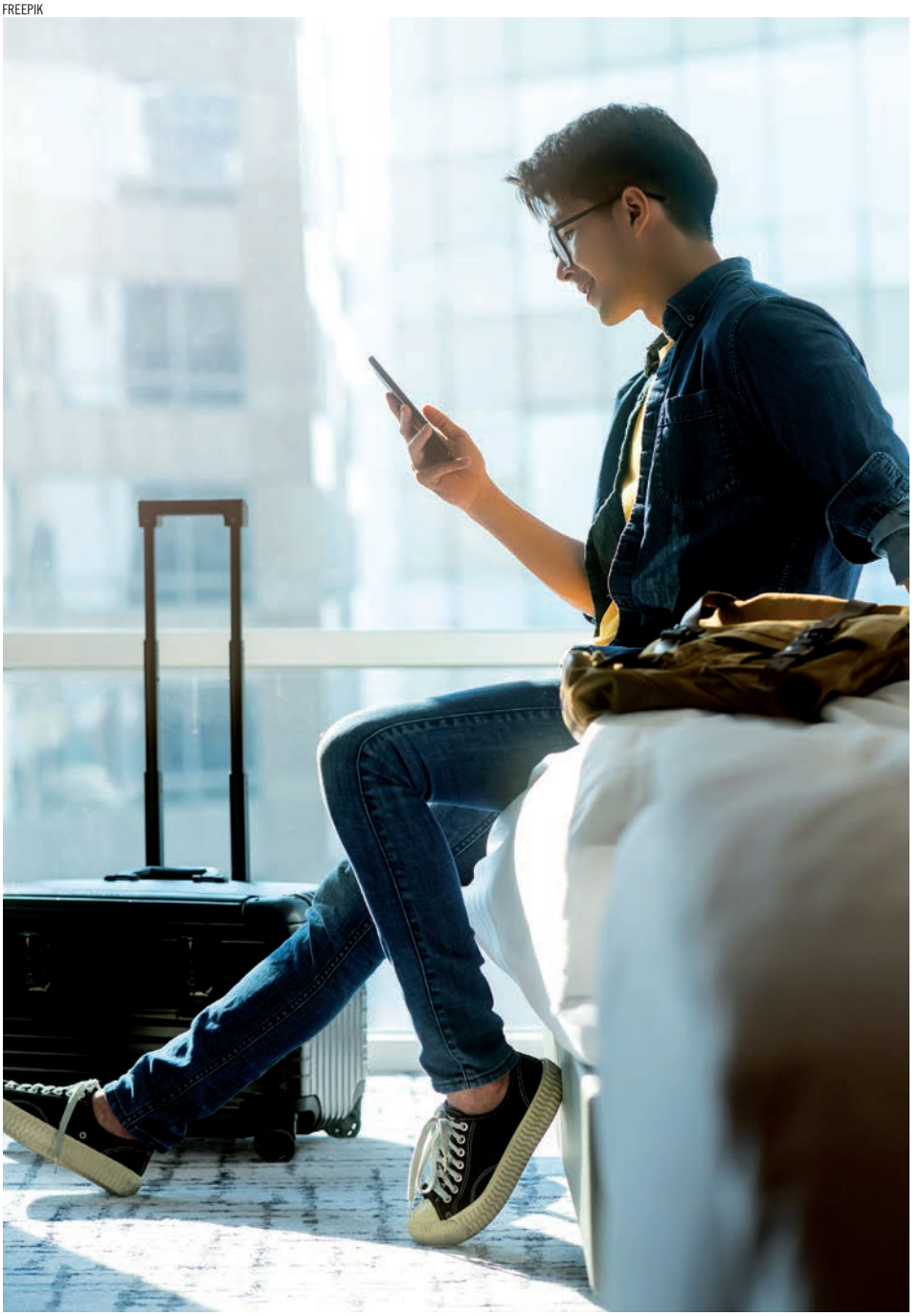
En la anterior edición *de Equipamiento Hostelero* publicamos la primera parte de este extenso artículo sobre digitalización. En él se daba respuesta a cómo ha sido la transformación digital en los últimos años, cómo será en los próximos y cuáles son las necesidades tecnológicas de los hoteles. Este mes exponemos qué soluciones o servicios son los más demandados, cómo se organiza un hotel para una gestión eficaz y cuáles son los retos del sector.

Lo que es incuestionable es que la digitalización ha revolucionado el sector hotelero, ya que hace más fluido el funcionamiento del establecimiento: PMS, realidad virtual, reservas *on line, chatbots*... Invertir en tecnología es hacerlo en la experiencia del huésped. Y en el competitivo mundo de los negocios, es la experiencia del huésped la que tiene el poder de atraer nuevos clientes y retener los adquiridos. Todo ello puede simplificar los procesos de *check in* y *check out,* agilizar los servicios o tener en la habitación todas las novedades tecnológicas.

Para Xavier Cadenas, responsable de Preventa de HPE Aruba Networking, "una tendencia importante es la búsqueda de capacidades para tratar al cliente en función de cómo se siente y no solo de lo que diga. El mejor servicio es darle lo que desea, incluso antes de que sepa lo que quiere y la innovación tecnológica

pronto permitirá hacerlo. En un futuro cercano, los sistemas automatizados *in situ* y los datos biométricos permitirán que los hoteles lean las señales físicas y reacciones de los huéspedes. Podremos gestionar el estado de ánimo de los clientes ajustando la música, la iluminación o el aroma en función de cómo se sienten o de cómo queremos que se sientan; o atender a los primeros signos de hambre o de frustración gracias a la Inteligencia Artificial (IA) predictiva".

FREEPIK



Soluciones

Algunos sistemas empleados en los hoteles son los de reservas en línea, registro, seguridad, servicio al cliente o entretenimiento.

Por ejemplo, Cayetana Fernández Trevijano, VP of Product de Beonx, señala que "las soluciones más demandadas en los últimos años han sido, entre otros, PMS y CRM, sistemas básicos para cualquier gestión hotelera, ya que la necesidad actual de los hoteleros exige que estas soluciones permitan integraciones más uniformes, pudiendo crear un ecosistema completo y compartir datos e información dentro de una misma cadena hotelera con el fin de conseguir un nivel muy alto de personalización para cada cliente. También están las aplicaciones para móvil. Con ellas los huéspedes pueden gestionar casi toda su estancia, de comienzo a fin, de forma independiente y tener contacto personal solo si ellos así lo desean. Otros sistemas son los de *revenue management,* que utilizan algoritmos y análisis de datos para optimizar la estrategia de precios y la disponibilidad del inventario, maximizando así los ingresos y la ocupación del hotel. Además, los *chatbots* y asistentes virtuales ayudan a la comunicación directa con los clientes, entendiendo sus necesidades con la ayuda de la IA, y facilitando la información y el servicio que necesitan en todo momento".

Por su parte, Rafael Blanes, SVP de Crecimiento de Cloudbeds, destaca que "el sistema de gestión de propiedades, el gestor de canales, el motor de reservas, la página web y el procesamiento de pagos son tecnologías esenciales y, por tanto, casi siempre se demandan. Otras soluciones que se están popularizando son el *markeging* digital, la experiencia del huésped y el *revenue management".*

Para Ángel Zuate, *product marketing manager* de Cegid en España, "la gestión administrativa y de reservas suelen ser servicios muy solicitados. Esto se traduciría en la contratación de un *software* ERP de gestión integral. Con él, podrán disponer de un CRM para la gestión de clientes y reservas, así como automatizar la mayor parte de su gestión administrativa. En este sentido, además de llevar la contabilidad y facturación a través de una herramienta, también podrán gestionar el área de Recursos Humanos automatizando multitud de tareas: creación de cuadros de mando para el reparto de trabajo entre los diferentes equipos, control horario, gestión de vacaciones o, por supuesto, diseño de nóminas. Por otro lado, si estamos ante grandes hoteles, desde luego que la contratación de un *software* GMAO les permitirá optimizar la gestión de sus recursos, realizando un mantenimiento correctivo y preventivo de todo el edificio y su contenido (ventilación, calderas, ascensores, alarmas y elementos antiincendio…), gestionar mejor sus recursos, aplicar políticas de sostenibilidad y hacer partícipes a sus clientes, etc. Una vez hecho esto, muchos negocios hoteleros, habiendo descubierto los beneficios de la digitalización, deciden apostar e ir un paso más allá implementando soluciones de IoT, IA, *business intelligence* para el análisis de datos... En definitiva, las posibilidades de digitalización para el canal horeca son inmensas. Lo que es necesario destacar es que estas innovaciones no buscan reemplazar a los empleados, sino complementar su trabajo para optimizar su productividad, ahorrar costes, ser más sostenibles y, sobre todo, mejorar la experiencia del cliente".

Además, Iñaki Echevarría Munguía, *customer*

FREEPIK



partner de Kyndryl España y Portugal, añade que, "en la actualidad, para asegurar la disponibilidad y el máximo rendimiento de los sistemas informáticos en *hospitality* se solicitan cada vez más los servicios de infraestructura de TI gestionados, ya que permiten al negocio enfocarse en sus clientes, mientras que una empresa especializada se ocupa del despliegue, mantenimiento y gestión de la infraestructura. Estos servicios también son claves para que las compañías del sector puedan aprovechar toda la elasticidad y la capacidad de rendimiento que proporcionan los servicios de nube pública, para adoptar un modelo de negocio más digital e impulsar la satisfacción de los empleados y de los clientes".

Cómo gestionar

Por tanto, más que una herramienta para mejorar la experiencia del huésped, invertir en el uso de la tecnología es una estrategia inteligente de cara a captar más mercado ya que, como ya se ha descrito, optimiza las operaciones y deja más tiempo para hacer lo que es más importante en el hotel, que no es otra cosa que atender a los clientes.

Por tanto, cabe preguntarse cómo debe organizarse un hotel, tanto interna como externamente, para conseguir una gestión tecnológica eficaz.

Según Alberto Plaza, director de Ventas para el sur de Europa de Ideas Revenue Solutions, "la industria hotelera es muy diversa y, por tanto,

APOSTAR POR…

- **Sistemas de gestión hotelera (PMS): son herramientas fundamentales para la gestión eficiente de un hotel. Estas soluciones integran diversas funciones, como reservas, *check in/check out*, facturación, gestión de huéspedes, control de inventario y generación de informes. Los PMS ayudan a optimizar las operaciones internas, mejorar la eficiencia y conseguir objetivos.**
- **Plataformas de distribución en línea: los motores de reserva y los sistemas de gestión de canales son esenciales para maximizar la visibilidad y la capacidad de reserva de un hotel en los diferentes canales de venta en línea. Permiten a los hoteles gestionar y distribuir sus inventarios de habitaciones de manera eficiente en múltiples sitios web y agencias de viajes en línea.**
- **Sistemas de gestión de ingresos: ayudan a los hoteles a optimizar su estrategia de precios y maximizar los ingresos. Utilizan análisis de datos y algoritmos para determinar precios dinámicos y estrategias de tarifas según la demanda, la competencia y otros factores.**
- **Soluciones de experiencia del cliente: los hoteles buscan mejorar la experiencia del cliente a través de diversas soluciones digitales. Estas pueden incluir aplicaciones móviles para realizar reservas, acceder a servicios personalizados y recibir notificaciones relevantes durante la estancia. También se pueden ofrecer soluciones tecnológicas en las habitaciones, como sistemas de control inteligente, televisores interactivos y altavoces inteligentes.**
- **Soluciones de análisis de datos y *business intelligence*: el análisis de datos se ha vuelto cada vez más importante en la industria hotelera, ya que ayuda a los hoteles a comprender mejor las preferencias de los huéspedes, realizar pronósticos de demanda, identificar patrones de consumo, y tomar decisiones informadas para mejorar la eficiencia operativa y aumentar los ingresos.**
- **Seguridad de la información y soluciones cibernéticas: con el aumento de las amenazas cibernéticas, los hoteles buscan soluciones de seguridad de la información y ciberseguridad para proteger los datos de los huéspedes y garantizar la integridad de los sistemas informáticos.**

Fuente: Frede Palmés, responsable de Marketing de Engisoft

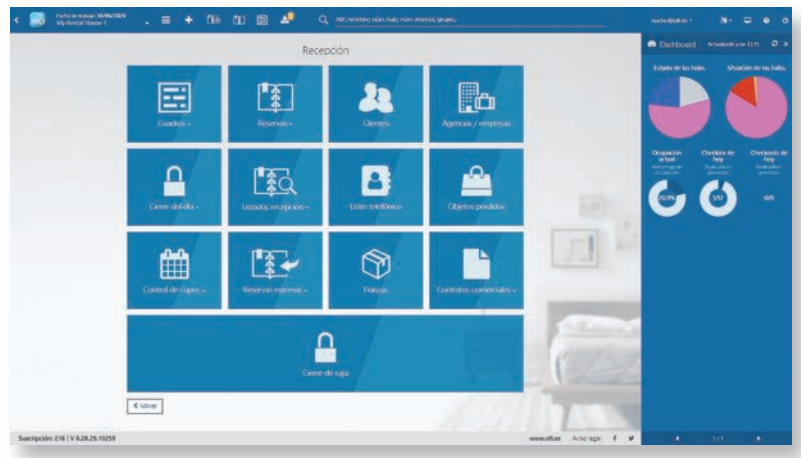
SITEMINDER



OFIMÁTICA



OFIMÁTICA



resulta casi imposible establecer un modelo único de gestión. Lo importante es garantizar que la tecnología esté al servicio de la operación, y proporcione información real y actualizada que oriente la toma de decisiones. No obstante, creo recordar que hace un par de años circuló un reporte de Statista, según el cual el 84% de las empresas encuestadas tenía en su plantilla a un responsable de transformación digital. Esto, sin duda, habla de la importancia que se le está dando a la gestión informática dentro de la operación hotelera".

Sobre ello David Carrión, director de la Unidad de Comunicaciones de Grupo Fibratel, hace hincapié en que "lo ideal sería contar con un equipo TI que elabore la estrategia de inversión en mejoras tecnológicas, buscando las más adecuadas para cada caso. Es cierto que en muchas empresas no existe un equipo específico para estas tareas o es muy reducido como para encargarse de esta transformación por sí mismo y, por esto, se decide externalizar el servicio. En estos casos, se contrata a *partners* tecnológicos que realizan esta tarea como expertos en el sector, conocedores tanto de la situación particular de cada empresa como la de la industria en general. De esta forma, se pretende que los hoteles estén siempre actualizados, implementando las últimas tecnologías disponibles adecuadas a cada uno de ellos". Además, Leonard Pera, CEO de Open-Ideas, apunta que "todos los establecimientos suelen tener su sistema de gestión hotelera que se convierte en el gran centro neurálgico de la gestión del negocio. En algunos casos, este sistema está relacionado con las relaciones con

los proveedores, con los clientes, desde albaranes, hasta gestión de habitaciones, facturas, etc. Muchos tienen funcionalidades de CRM para poder hacer un seguimiento a los clientes que ya han venido y ofrecerles servicios extra. Los sistemas de última generación incluyen una gran variedad de funcionalidades que nos permiten analizar parámetros muy interesantes, precios medios de venta de las habitaciones, perfiles de venta, estacionalidades, etc. Muchas veces el problema no es tanto la tecnología sino las competencias digitales y el tiempo para poder analizarlo y plantear acciones de mejora. El sector está más enfocado a la operación de las habitaciones y del servicio que a la gestión comercial de captación y maximización de la rentabilidad del cliente. En eso las grandes cadenas sí que tienen departamentos muy avanzados y estructurados, pero los pequeños establecimientos juegan con desventaja".

Por otro lado, Gonzalo Echevarría, *country manager* de Zyxel Iberia, agrega que "es fundamental la gestión integral de la red con una seguridad multicapa y por grupos de usuarios. Se debe priorizar o bloquear los servicios y aplicaciones en base a las necesidades del hotel para los clientes alojados. En este sentido, hemos visto crecer las infraestructuras de fibra (XPON) en hoteles horizontales tipo resort, pero cada vez se demandan más sin importar el tamaño, ya que permiten una flexibilidad única en el desarrollo futuro de la red y resisten mucho mejor el paso del tiempo que las redes de cobre".

Asimismo, Cecilia Olaso, *marketing manager* en España de Yooz, considera que "cada hotel y empresa tiene que buscar las herramientas que mejor se adecúen a su situación particular, pero nos hemos dado cuenta de que algo común que se aplica a todas las industrias multisede es la necesidad de centralizar la información. En este sentido, la tecnología *cloud* es perfecta. No importa el tamaño de la empresa, todos trabajan con diferentes proveedores (para el restaurante, de limpieza, de mobiliario, mantenimiento...) y la mayoría tiene más de un hotel en distintas ciudades. Por tanto, tener la información centralizada es vital para una gestión eficiente. Que ese 'almacén' central de información esté, además, en la nube hace que la información sea accesible desde cualquier lugar en cualquier momento, lo que hace más fácil trabajar, incluso si tienes que desplazarte constantemente. Un *software* centralizado y en la nube es muy útil para gestionar las reservas, pero también la contabilidad interna y los presupuestos. Esto mejorará la colaboración en tiempo real entre los distintos hoteles: se vuelve rápida y sencilla, evita errores de comunicación, se logran procesos de aprobación más cortos... Son dos tecnologías que se aplican muy bien a cualquier departamento. Por supuesto, encontrar un único *software* con el que gestionar todas las tareas de los distintos departamentos sería imposible, pero basta con asegurarse que los distintos *softwares* se integren con el sistema que use actualmente tu empresa".



También insiste Ignacio Barroso, director comercial de Ofimática, en que, "en primer lugar, hay que contratar con un tercero una línea y red de internet no solo potente sino estable, evidentemente contratando fibra si se pudiera. Esta parte hoy en día es crucial, ya que la mayoría de los *softwares* con los que trabajan en estos sectores usan herramientas en *cloud*, incidiendo por ello en que la estabilidad de la red es indispensable, ya que puede parar la gestión de un hotel porque evitaría el acceso a estas herramientas. Por otro lado, en lo referente a la red, es muy aconsejable que se contraten varias redes, una para dar servicio Wi Fi a los clientes y una red de uso interno, incluso la posibilidad de *router* 4G-5G por si hay un fallo en la red interna. En cuanto a los equipos, siempre ha sido esencial la contratación de un servidor, pero con la inclusión en el mercado de la nube esta necesidad ha disminuido, digo disminuido y no desaparecido ya que, aunque la solución sea en *cloud*, se necesitan requisitos mínimos para que el *software* vaya a una velocidad apropiada. Por ello hay que contratar equipos de calidad, potentes,

RIU PLAZA MANHATTAN TIMES SQUARE



con memorias de navegador amplias y sistemas operativos actualizados. Todos estos servicios deben ir acompañados de un buen servicio de soporte tanto de *hardware* como de *software*, que sea eficiente y cercano. Últimamente las empresas están intentando trabajar con plataformas de *ticketing* y, aunque sea menos costoso que disponer de varios trabajadores, la queja de los hoteleros suele ser grande, ya que necesitan la cercanía de la persona de soporte, escuchando e interpretando el 'dolor' o problema que tiene en ese momento. A nivel interno, siempre es aconsejable no solo disponer de proveedores de *software*, equipos…, sino que siempre es positivo contratar un encargado de sistemas para mantener equipos y demás. Pero entendiendo que esto no se puede producir en todo tipo de negocios ya que la contratación fija puede suponer un coste alto, se aconseja disponer de un proveedor tercero cercano y de confianza. Es muy importante también contar con la suficiente formación del *software*, no solo en su contratación, sino hacer un reciclaje de formación del sistema y solicitar formación de las mejoras que el proveedor del *software* y de los módulos que vayan desarrollando. Además, es necesario disponer de un seguimiento claro de la calidad del producto. Se debe de tener un producto completo y, tan importante como esto, es que sea actualizable y esté vivo. No tiene sentido trabajar con una herramienta que, aunque sea completa, no esté siempre al día, no solo legalmente sino tecnológicamente y modularmente".

Nuevos desafíos

Si hay un mercado que siempre está innovando es el tecnológico. Las empresas que más éxito tienen son las que han apostado por la digitalización, las personas, la sostenibilidad y una marca que transmita.

El debate entre hoteleros está en cómo llegar al huésped del futuro en un mundo donde el viajero y las formas de viajar están en constante evolución, así como en la necesidad de que el sector y quienes lo componen evolucionen con ese cambio. Por ejemplo, la Generación Z está compuesta por viajeros superdigitales. Su consumo parte de las redes sociales y la comunicación por estos canales es básica para ellos. Además, son poco estacionalizados, no se ciñen tanto a temporadas altas. No hay que olvidar

AURA VIVOOD



que son hijos de grandes viajeros y, por tanto, llevan viajando toda la vida y no quieren bajarse de los estándares que tienen. El viaje es su opción número 1 en lo que a ocio se refiere y buscan marcas con conciencia social y un efecto *wow* en el hotel y destino. Hay que crear estrategias y proyectos centrados en ellos, donde se tengan en cuenta sus necesidades y demandas. No se les puede ver como el viajero del futuro, porque son el presente y van a quedarse. Hay que adaptarse a ellos, utilizando los canales que usan. En la actualidad, prácticamente se puede hacer un viaje virtual navegando por las redes. El desafío es que, si los hoteleros son capaces de entender esas necesidades y acompañarlos en todos esos puntos, conseguirán captarlos como clientes y fidelizarlos.

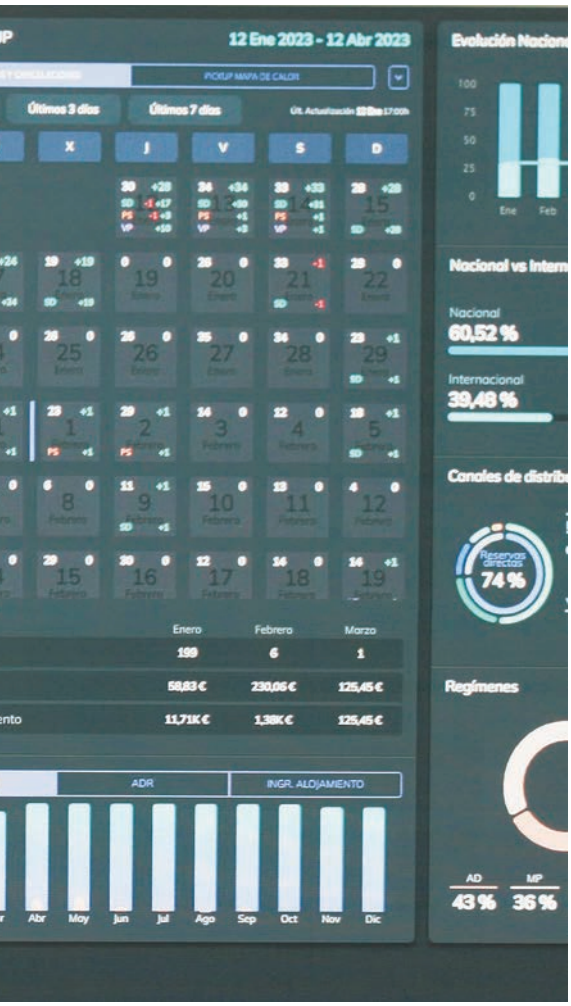
Así, Diego Martín, gerente comercial para EMEA de Furukawa Solutions, vuelve a resaltar que "la industria hotelera debe buscar satisfacer a sus huéspedes cada vez más exigentes, con necesidades digitales que demandan soluciones de vanguardia. Para lograrlo, la tecnología necesaria ya se encuentra al alcance de la mano o, mejor dicho, a solo un clic de distancia. No hay duda de que la tecnología ofrece la oportunidad de mejorar la productividad de la industria hotelera, a la vez que está al alcance de cualquier establecimiento, siempre y cuando su área TI cuente con profesionales experimentados y un aliado estratégico que le permita optimizar la inversión tecnológica y le proporcione las herramientas más adecuadas para la gestión".

Pero, para las empresas tecnológicas que trabajan este mercado, ¿cuáles son los retos del sector?

Idelfonso Moyano, vicepresidente Éxito de Clientes, Incorporación y Formación de Mews, responde que "el auge de la Inteligencia Artificial supone que ciertos aspectos de los negocios hoteleros considerados innovadores hasta hace poco tiempo están a punto de convertirse en estándar. Pensemos en cómo ChatGPT estandarizará la eficacia de un *chatbot* en la web o cómo los agentes de viajes estarán asistidos por IA en cuanto a métricas de calidad para aconsejar mejor a sus clientes. Ahora, toca pensar y actuar sobre cómo afectará todo ello al negocio y dónde estará posicionado el hotel si tiene carencias".

Asimismo, Sara Padrosa, *regional manager* en España de SiteMinder, señala que, "ante el aumento de los costes y las escasez del personal, el uso inteligente de la tecnología basada en plataformas abiertas está ayudando a los hoteles a ser más eficientes y llegar de forma proactiva a huéspedes potenciales en todo el mundo, monetizar cada etapa del viaje y actuar como motor de la industria española en su conjunto. El resto es conocer mejor al cliente, fidelizarlo y ofrecerle los servicios que está buscando (personalización), y en ese ámbito la tecnología y la Inteligencia Artificial jugarán cada día un papel más importante".

Por su parte, Tiago Araújo, CEO de HiJiffy, cree que "lo fundamental es la creación de un ecosistema integrado. Esto es garantizar que los diferentes *softwares* que tiene contratado un hotel –desde el motor de reservas al PMS, del CRM al conserje virtual– puedan integrarse, comunicándose automáticamente entre sí. Así que, en este contexto, hay cuatro grandes preguntas que los directivos de los hoteles quieren ver respondidas y estos serían los grandes retos que apuntaría a las empresas tecnológicas: ¿cómo ofrecer estancias más digitales y sin contacto, desde el *check in* hasta el *check out?*,



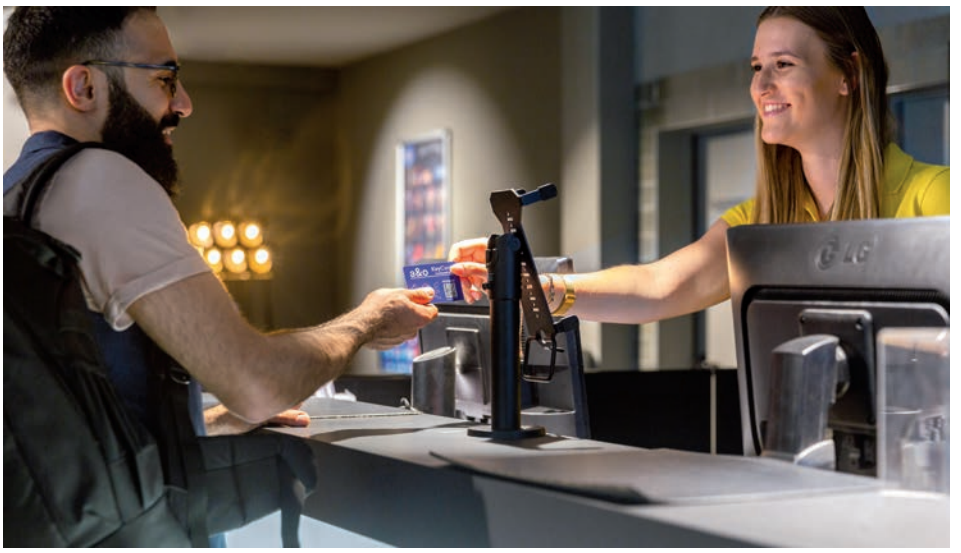
¿cómo potenciar el *cross* y *upseling*, ofreciendo experiencias personalizadas a los huéspedes?, ¿cómo aumentar las reservas directas y disminuir la dependencia de las OTA's (Booking.com, Expedia, etc.)? y ¿cómo automatizar al máximo los procesos manuales para hacer frente a la falta de personal?".

Para Emilien Delite, *country manager* de Steeple España, "el reto principal a nivel de negocio y ventas es la capacidad de reinventarse siempre. Las personas que nos visitan de un año a otro pueden ser muy diferentes, según las acciones que hayamos puesto en marcha a nivel de *marketing* o según el contexto de cada país u zona. Las expectativas entonces pueden cambiar: un turista británico, francés, nórdico o nacional no tiene las mismas costumbres y tenemos que ser muy versátiles en la experiencia que ofrecemos. Las herramientas digitales y, sobre todo, el buen uso de los datos pueden facilitar eso. Un reto más es el de anticipar los cambios que va a traer consigo el cambio climático. Muchos municipios han empezado a restringir el uso de agua desde el mes de abril de este año. ¿Qué significa para la industria, tanto en lo que se ve de cara al cliente (instalaciones, jardines, piscinas…) como para lo que no (limpieza, restaurantes…)? Otra vez vamos a tener que afrontar una necesidad creciente de reinventarse con estas consideraciones en mente. Muchas cadenas hoteleras ya proponen la reutilización de toallas varios días seguidos para disminuir el consumo de agua y es una buena manera de que todos ganen. El hotel gasta menos en agua, no usamos un recurso escaso, y podemos hacer que de ello se sienta orgulloso y contento el cliente. Esas iniciativas aumentarán sin ninguna duda en los próximos año. Finalmente, encontrar personas es un reto más para las organizaciones. La pandemia aceleró cambios que ya venían. Las nuevas generaciones de trabajadores ya no quieren trabajar por trabajar y proyectarse para diez años en una empresa. Si queremos fidelizar a esas generaciones, tenemos que hacerles sentir parte de algo mayor y darles mucho sentido. Una condición para lograrlo es tener una excelente comunicación y también proponer otras cosas para que el empleado se sienta bien. Actividades con los compañeros, *team buildings*, formación y desarrollo, escuchar al empleado y dejar que cada uno a su escala pueda ser motor del cambio son elementos claves de la experiencia que buscan las nuevas generaciones".

Por último, Alberto Minaya, director del área de Distribución, Logística y Fabricación en Arbentia, señala que "los hoteles necesitan una mayor capacidad de personalización y la capacidad de optimizar las operaciones de almacén. Las nuevas *apps* de gestión de almacén en entorno *cloud* para los hoteles solventan estas necesidades de varias maneras. En primer lugar, las mismas ofrecen más detalle en las consultas de inventario en cualquier momento y desde cualquier lugar, lo que facilita el acceso a los datos en el caso de usuarios móviles".●

OPEN-IDEAS





A&O HOSTELS

ABBA COMILLAS GOLF

DIGITAL SIGNAGE

Revolución en la comunicación

La señalización digital está evolucionando hacia soluciones de experiencias que permiten mayor interactividad y *engagement* con los clientes.

Por Isabel Fernández



LG ELECTRONICS



Los hoteles y restaurantes, así como sus clientes, requieren cada vez más soluciones basadas en datos para poder analizar el impacto de sus activos digitales. El *digital signage* o señalización digital en el negocio hostelero revoluciona la comunicación y la experiencia de los usuarios. Esta tecnología combina estética y funcionalidad a través de pantallas que cautivan a los clientes. Gracias a sus interfaces intuitivas, un empleado del establecimiento puede crear y gestionar la señalización digital sin gran esfuerzo. Además, ofrece información personalizada y sirve de guía. En las instalaciones donde se celebran eventos se pueden instalar pantallas dinámicas que mejoran la experiencia global. En los *halls* y recepciones incluso se pueden colocar pantallas en las que visualizar arte e impresionar a los huéspedes. Debido a la gestión remota y al acceso basado en la nube, el contenido puede actualizarse en todo momento y desde diferentes lugares.

En el momento de planificar el proyecto, Ricardo Lage, *key account manager* de LG Electronics España, considera que, "en primer lugar, debemos tener claro qué vamos a comunicar y qué tipo de contenido vamos a mostrar. Esto es la base para que la inversión que vamos a realizar tenga sentido y un retorno rápido. Una vez que tengamos claro ese punto, deberemos ver los espacios donde irán colocados los equipos que más tarde mostrarán el contenido, deberemos analizar los tamaños, distancias de visionado e iluminación del espacio, para poder dar con el producto adecuado, tanto en tamaño y brillo como en tecnología a implementar. A partir de ahí, deberemos elegir un fabricante de primer nivel, así como un integrador especialista en audiovisuales. La conjunción de ambos nos llevará al éxito del proyecto".

Por su parte, Ernesto González, *technical manager* de IpmasD Hospitality Solutions, señala que "dimensionar un proyecto de señalética de un hotel es un proceso esencial para garantizar que los huéspedes puedan moverse fácilmente por las instalaciones y encontrar lo que necesitan de manera intuitiva. Los puntos clave son: análisis del hotel y sus instalaciones; identificación de puntos de interés; jerarquía de la información; diseño coherente; ubicación estratégica; pictogramas claros; tamaño y legibilidad; señalización direccional; señalización informativa; flexibilidad; prueba y ajustes, y mantenimiento".

Para Francisco Javier Luque Pérez, *marketing manager* B2B Display Business en Samsung España, cree que "es esencial orientar a los clientes, de manera que se analice la circulación lógica del huésped, y que se puedan aunar las voces tanto del diseñador como de la propiedad y la normativa. Además, en la actualidad, hay una mayor presencia de tecnologías, las cuales están penetrando en el hotel cada vez más. Hablamos de tecnologías como los soportes digitales que son bien vistos por el hotelero gracias a su dinamismo, centralización y simplicidad".

Dispositivos para cada instalación

Todos los sistemas son útiles como medio de comunicación e interacción entre establecimiento y cliente, ubicándolos estratégicamente en recepciones, ascensores, entradas y salidas, pasillos, salones de eventos, restaurantes, bares, habitaciones, etc.

Como apunta Albert Barranera, *managing director* de nsign.tv, "las soluciones pueden incluir *displays* LCD, pantallas led, quioscos interactivos, tótems, gestores de reservas y citas, cartas de menú interactivas con códigos QR y *menuboards* sincronizados, entre muchas otras. Todo ello puede gestionarse desde una única plataforma *software* en la nube que puede manejarse por personal no técnico, ayudando a los hoteles a impactar e interactuar de forma dinámica con sus clientes. Por ejemplo, en la recepción una opción es instalar un *videowall* led de gran formato para generar el efecto *wow*, añadiendo contenido dinámico con información actualizada de fuentes externas junto con mensajes de cortesía para los clientes y orientándolo a tra-

HOTEL ILUNION ATRIUM (LG ELECTRONICS)



vés del hotel. Todo desde la misma plataforma de gestión. Esto permite crear una experiencia diferencial, y hacer que el visitante se sienta cómodo y confortable dentro del edificio. Otra opción en la recepción es utilizar un lanzador de contenidos *touchless* que genera interacciones y *engagement* con los clientes de forma segura, proporcionando contenidos lanzados por comandos de voz para facilitarles el soporte y ayuda a sus consultas. En la zona de los restaurantes se puede mostrar y actualizar a través de pantallas y *menuboards* no solo la información del menú para los visitantes, sino también comunicar los valores y servicios del hotel e informar de otras actividades relacionadas con el establecimiento. En los gimnasios y zonas de *fitness* puede ser interesante instalar *displays* para lanzar contenido dinámico relacionado con la propia actividad, incentivando y motivando a los usuarios del espacio.

Asimismo, Pablo Entrena, *business development manager* de Concept International Spain, sostiene que "las posibilidades son prácticamente infinitas y la elección depende de las necesidades específicas de cada espacio en el hotel. Así, en la recepción y el vestíbulo es útil tener pantallas grandes que muestren información importante, como detalles de registro, eventos locales, condiciones meteorológicas y promociones del hotel. Se pueden utilizar pantallas táctiles para proporcionar a los huéspedes información interactiva sobre el hotel y los servicios. En el bar y el restaurante, la señalización digital se puede utilizar para mostrar menús digitales, promociones de alimentos y bebidas, horarios de servicio y eventos especiales. Las pantallas pueden ser estáticas o interactivas, según las preferencias del hotel. En las salas de reuniones y eventos, la señalización digital es fundamental para mostrar horarios de reuniones, mapas de salas, detalles de eventos y anuncios importantes. En los ascensores, las pantallas pueden proporcionar entretenimiento a los huéspedes y mostrar anuncios promocionales del hotel. También se pueden utilizar para indicar la ubicación de los servicios y áreas del hotel. En el spa y el gimnasio, los *displays* pueden mostrar horarios de clases, disponibilidad de tratamientos y consejos de salud y bienestar. En cualquier caso, es importante seleccionar *hardware* y *software* de calidad y considerar la facilidad de gestión del contenido. Se recomienda trabajar con un integrador de sistemas con experiencia en *digital signage* para obtener orientación específica y personalizada".

Formatos y tamaños

Cuando se proyecta la señalización en hostelería, se pueden adaptar tipos y tamaños de dispositivos para que el sistema sea un elemento más del entorno y la decoración. Se recomienda escoger las soluciones en función del contenido del mensaje, su ubicación (espacio en el que está, como está iluminado…) y necesidades técnicas (uso intensivo, conectividad, control…).

Según Francisco Javier Luque, de Samsung España, "el rango de tamaños y tecnología es muy amplio y depende del espacio de cada hotel y su ubicación. Para zonas comunes, el estándar sería una cartelería digital de 55" a 75", a situar cerca de la recepción. Por otro lado, para zonas exclusivas a destacar dentro del hotel, como salas de reuniones, puede instalarse un *videowall* con tecnología de 110" o 146" o pantallas interactivas de 75"".

Por otro lado, Pablo Entrena, de Concept International Spain, afirma que "los formatos y tamaños de la señalización digital varían según la ubicación y el propósito de la pantalla. Por ejemplo, en *displays* interactivos como los quioscos, los formatos verticales son los más comunes. Para áreas de gran impacto, como los vestíbulos o la recepción, se pueden utilizar formatos creativos, como paredes led persona-

LG ELECTRONICS



lizadas. En espacios más pequeños, como ascensores o salas de conferencias, se suelen usar paneles LCD de tamaño estándar para una visualización efectiva. La elección depende de la tarea y del diseño específico de cada ubicación".

Además, Albert Baranera, de nsing.tv, agrega que, "dependiendo de la ubicación interior o exterior, podemos elegir tener *displays* con distinta luminosidad. Según tamaño, podemos poner paneles led que actualmente ya tiene un *pitch* que permite su uso en interiores".

Lo último

La tecnología digital se ha impuesto en la señalética de hoteles y restaurantes. El mercado evoluciona a pasos agigantados y cada vez se presentan más novedades.

Ernesto González, de IpmasD Hospitality Solutions, comenta que "la realidad aumentada y la realidad virtual están empezando a desempeñar un papel en la señalización de hoteles. Algunos hoteles pueden usar estas tecnologías para proporcionar recorridos virtuales de las instalaciones o para mostrar información adicional cuando los huéspedes apunten sus dispositivos hacia ciertas señales. Además, algunos hoteles están trabajando en la integración de la señalización con aplicaciones móviles. Esto podría permitir a los huéspedes recibir notificaciones relevantes cuando estén cerca de ciertas áreas del hotel, como promociones en el restaurante o eventos en el área de la piscina. Asimismo, para acompañar a una audiencia global, la señalización multilingüe sigue siendo importante. Algunos hoteles podrían utilizar soluciones tecnológicas para cambiar dinámicamente el idioma de las señales según las preferencias de los huéspedes".

Para Pablo Entrena, de Concept International Spain, "lo último son los reproductores de puerta con pantalla de color ePaper para las salas de reuniones y auditorios de los hoteles. Estos dispositivos son ideales para identificar y mostrar el estado de las salas de manera eficiente. Utilizan tecnología de papel electrónico a color para proporcionar información actualizada sobre la disponibilidad de la sala y los detalles de la reunión en un formato visualmente atractivo. También están los ePapers a color para ascensores, que ofrecen una forma elegante y efectiva de proporcionar información relevante a los huéspedes. Pueden mostrar anuncios, mensajes de bienvenida, información sobre eventos y más, todo en colores vibrantes. Otra novedad son las paredes led curvadas. Estas

TIPOS DE SEÑALÉTICA

Informativa

Su función principal es transmitir un mensaje en concreto, como puede ser el horario del restaurante, la ubicación del gimnasio o de la piscina.

Direccional

Ayuda a los huéspedes a saber por dónde deben dirigirse para llegar a un lugar determinado, como puede ser su habitación. Se pueden incorporar, por ejemplo, en columnas, ascensores o lugares no accesibles.

Orientación

Sitúa a los individuos en contexto a su entorno. Un ejemplo podría ser un mapa de ubicación señalando en qué lugar del hotel exacto se encuentra. Otro tipo de señalética de orientación podría ser un mapa señalando todas las salidas de emergencia o extintores. Este tipo de indicadores son útiles cuando hablamos de edificios muy grandes o resorts compuestos por varios edificios.

Fuente: Francisco Javier Luque Pérez, marketing manager *B2B Display Business en Samsung España*

SAMSUNG



ANTES DE SU INSTALACIÓN, HAY QUE TENER CLARO QUÉ SE VA A COMUNICAR Y CÓMO SE VA A MOSTRAR EL CONTENIDO



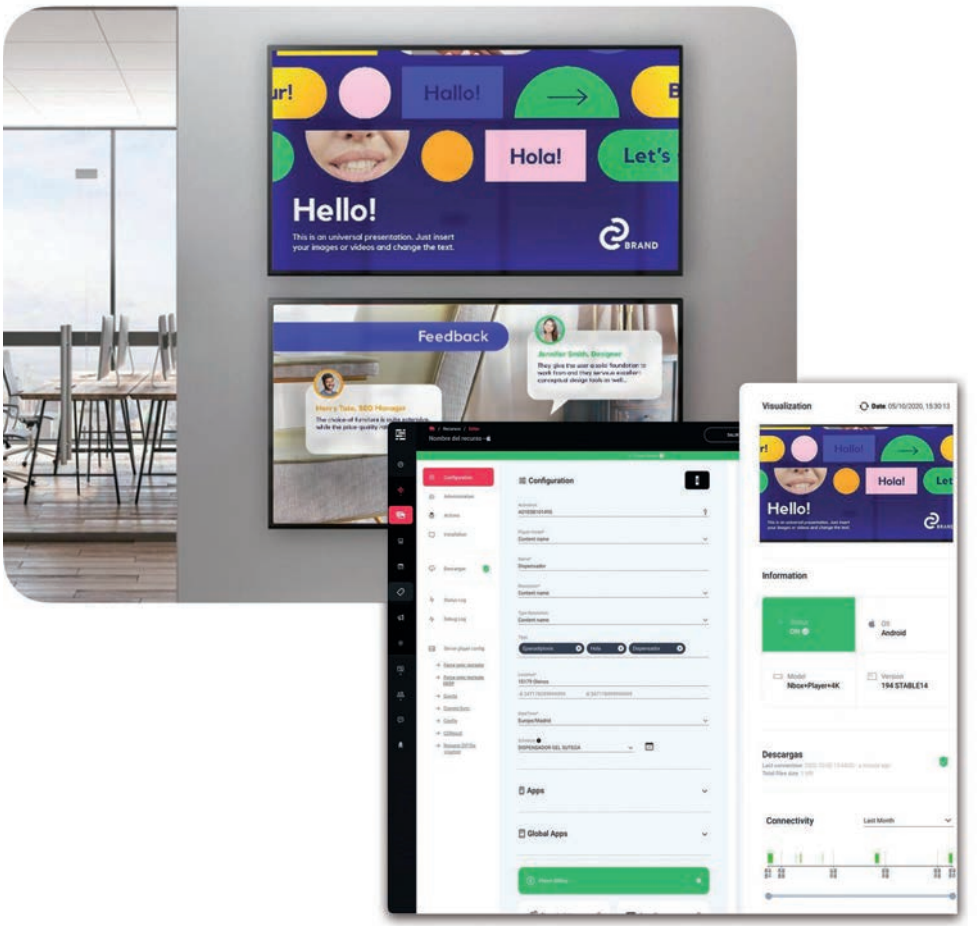
GIADA (CONCEPT INTERNATIONAL SPAIN)

pantallas pueden adaptarse a superficies curvas, como las paredes de un vestíbulo o un espacio de presentación. Ofrecen una experiencia visual impresionante y permiten una mayor flexibilidad en el diseño de contenido".

Francisco Javier Luque, de Samsung España, añade que, "en los últimos años, el sector *hospitality* ha visto cómo ha aumentado significativamente su oferta de productos. En concreto, en la actualidad, encontramos novedades como la tecnología Led All in One con IAC, pantallas interactivas, pantallas de muy alto brillo, Lynk Cloud Hotel –para el control de dispositivos y análisis de datos para el hostelero–, quioscos con pantalla integrada para gestión de colas y *auto-*



NSIGN.TV



check in, y soluciones como VX para la gestión centralizada de los contenidos a ofrecer".
Albert Baranera, de nsign.tv, indica que "una de las tendencias actuales es la digitalización del *digital signage* y los *displays* para interactuar con los huéspedes y visitantes para poder facilitar la interacción y ofrecer una información personalizada mediante el uso de pantallas táctiles o códigos QR. Ya hay soluciones que permiten el control de flujos y aforos, la gestión de colas y turnos, y la segmentación y análisis de audiencias por género y franja de edad, para ofrecer en cada momento el contenido más adecuado y de forma automática".
Aun así, Ricardo Lage, de LG Electronics España, opina que "en nuestro país la inversión en transformación tecnológica del sector hotelero está por debajo de la media europea, por lo que queda bastante camino por recorrer en este sentido. Apenas se está empezando a invertir en seguridad y protección de datos. El sector hotelero busca incrementar lo máximo posible el retorno de la estancia. Esto se consigue a través de una mayor visibilidad de los servicios internos del hotel con dispositivos *signage*, donde no solo se puede incluir una guía detallada de los espacios y servicios del hotel, sino que también se pueden personalizar los mensajes a cada huésped. Otro aspecto relevante es aumentar la fidelización de los clientes y conseguir que vuelvan; de ahí la relevancia de ofrecer un servicio único".

Seguridad

Según la legislación, solo es obligatoria la rotulación dirigida a la prevención y la destinada a mantener la seguridad, es decir, la de emergencia y la de accesibilidad.
Según Ernesto González, de IpmasD Hospitality Solutions, "la señalización de seguridad en un hotel es crucial para garantizar la seguridad de los huéspedes y el personal en caso de emergencia. Las leyes y regulaciones que rigen la señalización de seguridad pueden variar según el país y la jurisdicción, pero en general existen algunas señales de seguridad que son comunes y a menudo obligatorias en la mayoría de los lugares, incluidos los hoteles, como las salidas de emergencia, ubicación de exteriores, estaciones de primeros auxilios, rutas de evacuación, etc. La señalización de seguridad debe ser visible, clara y comprensible para todas las personas, independientemente del idioma que hablen o su nivel de familiaridad con el entorno".
"Si bien es cierto que hay mensajes que el hotel tiene que mostrar por la seguridad no sólo de los huéspedes sino también de sus empleados, como por ejemplo las salidas de emergencia, hay nuevos aspectos de la regulación que empiezan a introducirse en el mundo hotelero debido al avance tecnológico. Estamos hablando de la seguridad de datos y la privacidad en el entorno digital. Desde siempre los huéspedes han dejado su información personal en manos de la gestión hotelera, pero ahora también dejan su huella digital en la habitación y otros espacios comunes del alojamiento. Por eso es importante contar con soluciones de visualización que tengan opciones de borrado automático de datos y se aseguren de cumplir en todo momento con la ley de GDPR", culmina Ricardo Lage, de LG Electronics España.●



Sellex

Handy, diseñado por Stephens Philips (Arup), es un taburete multifuncional que encaja a la perfección en cualquier tipo de instalación. Cuenta con diversas aplicaciones, ya que puede usarse como asiento o como mesa auxiliar. Puede instalarse en espacios colaborativos, zonas de descanso, *halls* de hotel o, incluso, en habitaciones. Ligero y de fácil manejo (solo pesa 3,3 kg), es apilable sobre suelo hasta 20 unidades. Su versión más sostenible es la 100/100, al estar fabricada con materiales 100% reciclados y reciclables.



Carabassi

El sillón Cosmos metal de Carabassi está fabricado íntegramente en España, lo cual permite personalizar la pieza a la carta según las exigencias de cada cliente. De esta manera, puede ofrecerse con pies en metal o madera, respaldo abierto o cerrado e, incluso, en diferentes medidas.



Sonpura

Las camas elevables de Sonpura optimizan las tareas de acondicionamiento de las habitaciones de hotel. Son compatibles con el 90% de las tapibases, y permiten que el personal haga las camas en posición erguida y sin mover cargas pesadas, prolongando además la vida de las bases, ya que evitan su contacto con elementos de limpieza. Las camas elevables motorizadas ofrecen una amplia variedad de funciones y características, y cuentan con un sistema de activación por imán. Las manuales, por su parte, disponen de un sistema estándar o con pedal.



Kendo Mobiliario

Duo es una colección de mesas de centro y mesitas auxiliares, visualmente ligeras, que se adaptan fácilmente a cualquier entorno. Dada su versatilidad, puede ser una mesa de centro en un salón, una mesita de noche en la habitación o una mesita auxiliar en distintos ambientes. Se caracteriza por sus patitas dobles que abrazan los travesaños de la estructura sobre la que se asientan los sobres de distintos acabados. El sobre está disponible en laca, nogal, roble, cristal negro, cerámica *statuario* o mármol.



Capdell

Diseñada por Mario Ruiz, la colección de sillas Cécile ensalza el trabajo artesanal. Su sencillez se traduce en versatilidad para adaptarse a espacios polivalentes, híbridos, flexibles y reconfigurables. Pese a su ligereza, es de identidad robusta, con un lenguaje de curvas y contracurvas en una estructura cilíndrica de 36 mm de diámetro sin elementos de unión vistos. El asiento y el respaldo también tienen una suave curvatura que envuelve el cuerpo.



Mavilop

Becca es un sillón perfecto para el ámbito horeca. Este modelo de Mavilop destaca por su resistencia, gracias a su estructura de metal. El tapizado se encuentra disponible en varios colores y es en tela de poliéster, lo que facilita la limpieza del mobiliario. El diseño es minimalista y de última tendencia, siendo especialmente recomendable para espacios gastronómicos.



Muebles Rojas

Para un hotel en Cancún de la cadena Catalonia, Muebles Rojas ejecutó las mesas de la zona de restaurante bufé que se observan en la imagen. Están formadas por una sólida estructura metálica en aluminio que le confiere la resistencia necesaria para el ambiente agresivo característico de la costa caribeña. En la parte superior se aloja un sobre fabricado en compacto, con acabado imitación madera que le proporciona también la durabilidad necesaria en una zona intensiva como es la cafetería.

Casual Home & Contract

La colección Koko hace las delicias de los amantes de lo exclusivo, el confort y la estética. Esta línea de asientos ha sido diseñada para combinar comodidad y estilo. Koko se encuentra disponible con estructura metálica o de madera de haya, siendo personalizable entre los tonos de la gama de acabados de Casual Home & Contract. El asiento y el respaldo se pueden tapizar también de manera personalizada.





Viccarbe

Con un diseño cálido y equilibrado, Fuste es un homenaje a la arquitectura clásica. Una mesa de roble y líneas fluidas, diseñada por Víctor Carrasco para aportar calidez. La colección recibe su nombre a partir del indispensable punto de unión entre la base y el capitel de las columnas, el fuste, ese inconfundible elemento arquitectónico. Este se materializa en cuatro patas con líneas verticales, que permiten dos posiciones a elección del usuario. Como novedad, su sistema de electrificación patentado, que esconde los cables a través de una de sus patas.



S-Cab

Tras haber apreciado su versatilidad en ambientes exteriores y la funcionalidad del concepto básico (dos elementos idénticos que funcionan indistintamente de asiento o respaldo, una vez fijados a la estructura), la silla Si-Si, diseñada por Meneghello Paolelli, se enriquece ahora con la versión Si-Si Bold, con un cómodo acolchado que la hace apta para ambientes interiores. Entre los tejidos que ofrece hay una tira de lana mezclada con materiales reciclados. Un tejido sostenible fabricado principalmente con hilos procedentes de botellas PET recicladas.



Sofás Cama Cruces

El modelo Granhotel, para uso diario, cuenta con un somier robusto y plano de 140x190 cm con un colchón HR de alta densidad en el que se duerme igual que en una cama tradicional. Su apertura y cierre son muy sencillos e intuitivos, y se puede dejar la cama hecha con las dos sábanas y una colcha. Tiene un diseño moderno en el que destacan las pestañas que ribetean los almohadones y los brazos, así como el asiento de una sola pieza que estiliza la línea depurada del sofá cama.

Roche Bobois

Perle es una colaboración exclusiva de Roche Bobois con la arquitecta y diseñadora Bina Baitel. Esta pieza única de mobiliario combina una estética elegante. El sofá se caracteriza por sus ángulos suavemente curvados y su fantasía radica en el original respaldo que parece estar entrelazado. Perle se presenta en dos versiones: sofá y *meridienne*.





Herdasa

La mesa escritorio Compás, de Hermanos Andrés García (Herdasa), cuenta con una tapa en base melamínica de 30 mm de grosor en color roble. Además, dispone de patas y accesorio portalápices en madera de haya maciza y lacados en color blanco. Sus medidas son: 75 cm de altura, 107 cm de ancho y 49 cm de fondo.



Ingenia Contract

La butaca Huga Bb tiene una forma redonda que abraza, apoya e invita a relajarse, charlar y descansar. Un producto de Ingenia Contract tapizado en tela a elegir con base en madera de roble teñida en color también a escoger. Los acabados del tapizado están disponibles en múltiples opciones de tejido y colores. Por otro lado, los acabados en roble teñido se pueden elegir entre color haya amanecer, roble ahumado, nogal claro u oscuro, marrón, moca, marrón amargo, wengué o roble negro. La butaca mide 95 cm de ancho, 90 cm de fondo, 76 cm de anchura y la altura del asiento es de 39 cm.

Khama Hotel

Wally es una cama elevable que incluye un motor que se acciona pulsando un mando a distancia que eleva la cama hasta la altura idónea para que el personal pueda hacerla sin demasiado esfuerzo, evitando posibles dolores de espalda y aumentando la productividad de los trabajadores. Está formada por una estructura ligera y, además, cuenta con ruedas que facilitan su desplazamiento. Soporta un colchón de hasta 40 cm de grosor. Consta de una base tapizada de madera de pino de 15 mm, con lamas pasivas de 30x30 mm y esquinas reforzadas. La superficie está acolchada con poliuretano de 8 mm.





Bolia

El dúo Glismand & Rüdiger ha desarrollado dos nuevos modelos de salón sobredimensionados de cuatro y cinco plazas que se suman a la popular colección de sofás Sepia. Estas piezas, pertenecientes a la colección AW23 de Bolia, vienen con fundas intercambiables y lavables.



Busnelli

Regolo, de Fabio Novembre, está diseñado para resaltar la fuerza de sus líneas. Los elementos cuadrados o rectangulares del sofá crean dinámicas variadas según su composición. El contraste creado por los revestimientos con telas alternas acentúa su personalidad poderosa y distinta. Su modularidad permite construir su propio sofá en armonía con el espacio. Tiene 17 módulos, con una estructura apoyada sobre una base en forma de aspa, pintada en el exclusivo color Busnelli Shade que aligera sus líneas y volúmenes. Puede completarse con accesorios y está tapizado en piel o tela.

Tomasella

Halley es una mesa escultural, bella y llamativa que aúna robustez y elegancia. La base en forma de estrella de metal lacado antracita soporta los tableros redondeados disponibles en varios materiales: madera, cristal y gres efecto mármol en varias tonalidades para dar a la estancia un aspecto sofisticado y, a la vez, moderno. Cada acabado de Halley logra un equilibrio perfecto y armonioso entre el material utilizado y su efecto visual.





Bonaldo

Dentro de la colección Olos, el galán de noche Luigio, diseñado por Marconato & Zappa, está formado por tres elementos metálicos tubulares que emergen de la base de cerámica de forma ovalada, en cuyos extremos se montan elementos de madera con funciones bien definidas. El primero termina en una percha, tallada en madera maciza, mientras que el segundo elemento se curva para formar un soporte para pantalones, aunque también puede utilizarse como gancho para bolsos. El tercero, paralelo al primero, termina con un contenedor de almacenamiento y un vaciabolsillos.



Actiu

Globb es un colección diseñada por el estudio Stone Designs que encapsula la esencia orgánica y las líneas sinuosas de un globo alargado. Inspiradas por su geometría, se ha creado una serie de piezas que capturan la belleza de su forma y la ligereza de su apariencia con el fin de generar multitud de combinaciones de gran versatilidad capaces de encajar en diversos entornos. Cada pieza de Globb está diseñada siguiendo movimientos fluidos y armoniosos. Además de los asientos, la colección se complementa con pequeñas mesitas que siguen la misma estética orgánica.

GUÍA CONTRACT Y CANAL HORECA





OFERTA ESPECIAL

1 MÓDULO EDICIÓN IMPRESA
+ 1 BANNER en
www.equipamientohostelero.com

300€
RESERVE YA

GUÍA CONTRACT Y CANAL HORECA

Tel. 93 318 01 01
equipamientohostelero@curtediciones.com

EQUIPOS DE LENCERÍA PARA HOTELES

vayoil
TEXTIL S.A.

innovación y sostenibilidad

www.vayoiltextil.es





AVANCE
próximo mes

DOSSIER

Nº 248

Food & Beverage

Hay numerosos alimentos con los que los chefs pueden elaborar sus platos y bebidas con las que maridarlos. Algunos de ellos se recogerán en el Dossier.



UNILEVER FOOD SOLUTIONS

JUNG



Inmótica

Uno de los objetivos de los hoteles es ofrecer nuevas experiencias conectándose mediante tecnología invisible para satisfacer a sus huéspedes. Para ello la inmótica es esencial.

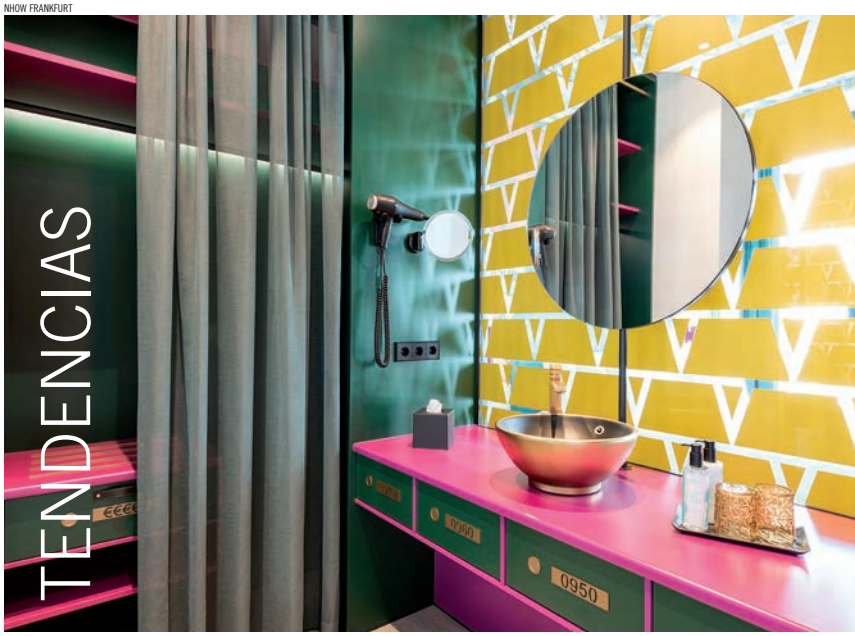
ILUNION ATRIUM



Green Contract Materials

La relevancia de los materiales empleados en contract no descansa solo sobre el diseño. La estética se une a la sostenibilidad para juntas convertirse en la piedra angular de la decoración.

NHOW FRANKFURT



Accesorios de baño

No solo las grandes piezas que se instalan en un baño son de enorme importancia, sino que los accesorios son indispensables para que el diseño de la estancia sea redondo.

Fitness en el hotel

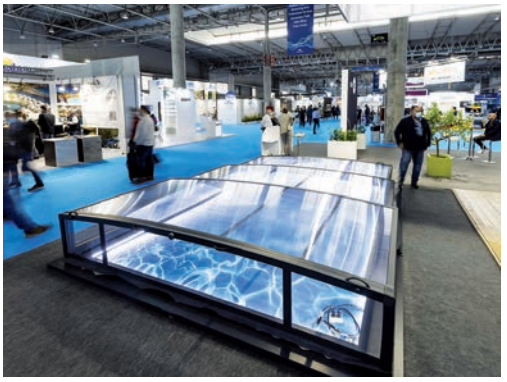
Un gimnasio bien equipado, con unas buenas instalaciones y una oferta variada e innovadora, puede llegar a marcar la diferencia en el posicionamiento de un hotel.



ABBA COMILLAS GOLF

Piscina & Wellness Barcelona

Del 27 al 30 de noviembre se celebra una edición que dobla las cifras de su anterior convocatoria, con 300 empresas y 40.000 m² brutos de superficie.



ORGANIZADO POR:

GRAN HOTEL TURISMO

Equipamiento hostelero

CURT EDICIONES SA

Roca

2024 · XIV CONVOCATORIA

PREMIOS ROCA

a la iniciativa hotelera

VUELVEN LOS PREMIOS

EDICIÓN 2·0·2·4



En breve abrimos inscripciones



Cocer, sellar y freír en un mismo equipo. ¡Prueba la iVario Pro gratis en tu cocina!

Rompiendo las reglas con iVario Pro 2-S.
Ahora con un 20% de descuento.



Infórmate aquí
sobre la promoción

RATIONAL