

PROVEEDORES

 HOSTELTUR



ESPECIAL

ENCUENTROS
PROVEEDORES
HOSTELTUR
BALEARES 2018

ENERO 2019

Economía circular es aprovechar los residuos de construcción para preservar los recursos naturales

Desde hace 10 años, en Mac Insular trabajamos para que las pequeñas cosas que nos proporcionan bienestar se mantengan como siempre. Por ejemplo, nos hacemos cargo de los residuos de construcción y demolición de esta isla, convirtiéndolos en áridos de gran calidad que permiten reducir la explotación de las canteras. Porque esto es la economía circular, la que hace posible que todo lo que utilizamos no deje nunca de tener utilidad ni afecte a nuestro entorno natural. Y en Mallorca, con tu ayuda, lo estamos consiguiendo.



Juntos hacemos circular la economía



www.mac-insular.com

EDITORIAL

Pensando ya en otros Encuentros en Palma

No vamos a descubrir aquí a nadie el papel tan primordial que, desde siempre, han tenido las Baleares en el ámbito del turismo. Ha sido un destino pionero en esta industria, muy potente y, en definitiva, muy atractivo para los proveedores que ven en los establecimientos hoteleros y de restauración un potencial cliente al que querer mostrar y ofrecer sus productos. De eso se tratan los negocios, de poner en contacto compradores y vendedores, y ese es el principal objetivo de los Encuentros Proveedores Hosteltur al proponer reuniones profesionales directas, 'cara a cara', en visitas concertadas.

Los celebrados los días 20 y 21 de noviembre pasado en Palma de Mallorca son la tercera edición, avalada por otras anteriores en Madrid. Ésta es la primera vez que se organizan en la capital balear, sabedores del interés que suscitan este tipo de encuentros estrictamente profesionales entre los diferentes agentes del sector, en este caso, centrados en un ámbito más local.

El balance ha sido muy positivo para la gran mayoría de los participantes a quienes queremos agradecer desde aquí su interés y su asistencia. Y prueba de ello es que ya estamos buscando emplazamiento en Palma para una próxima edición, sobre las mismas fechas, y de la que iremos informando debidamente. Sirva como compromiso esta edición especial de nuestra revista que resume todo lo acontecido en estas dos jornadas de trabajo.

Queremos que Proveedores Hosteltur se considere como una herramienta de trabajo profesional y, además de la revista trimestral, también tenemos la edición digital proveedoreshosteltur.com a la que suscribirse para conocer la actualidad más inmediata del sector.

- 4 · Introducción Encuentros
- 10 · Entrevista Atrian Bakers
- 12 · Debate Alimentación & Bebidas
- 20 · Artículo Super Buffet
- 22 · Introducción Rehabilitación Hotelera
- 26 · Debate Rehabilitación Hotelera
- 32 · Entrevista Aquathin Balear
- 36 · Entrevista Import Moca
- 38 · Noticias de actualidad
- 44 · Entrevista Dr. Crespí - Biolínea

proveedoreshosteltur.com

EDITOR: Joaquín Molina García-Muñoz
editor@hosteltur.com

DIRECTOR: Manuel Molina Espinosa
manuel.molina@hosteltur.com
[@manolomolinaesp](https://twitter.com/manolomolinaesp)

GERENTE: Carlos Hernández
carlos.hernandez@hosteltur.com
[@carloshosteltur](https://twitter.com/carloshosteltur)

COORDINADORA REDACCIÓN:
Raquel Redondo
raquel.redondo@proveedoreshosteltur.com

COLABORADORES:
Jesús Luis Peñalver
Estrella Villatoro
Coro Soto
Fotógrafo: Horacio Fernández

EDICIÓN DIGITAL
Coordinador: Jesús Luis Peñalver
redaccion@proveedoreshosteltur.com
Redacción:
Estrella Villatoro
redaccion1@proveedoreshosteltur.com
Coro Soto
coro.soto@proveedoreshosteltur.com

Responsable de medios sociales y comunidad:
Lola Buendía · lola.buendia@hosteltur.com
[@lbuendia](https://twitter.com/lbuendia)

PUBLICIDAD: Oficina Central:
Angus López · angus.lopez@hosteltur.com
Tel.: 971 73 20 73

Madrid: Juan Carlos Martín
juancarlos.martin@hosteltur.com · [@JCHosteltur](https://twitter.com/JCHosteltur)
Tels.: 647 45 75 75 · 91 366 25 37

Barcelona: Iván Vega
ivan.vega@hosteltur.com · [@ivanvegagarcia](https://twitter.com/ivanvegagarcia)
Tel.: 93-4731693

Baleares: José Godoy
jose.godoy@hosteltur.com · [@josehosteltur](https://twitter.com/josehosteltur)
Tel.: 971-73 20 73

Asistente Comercial: Mariana Salaverri
mariana.salaverri@proveedoreshosteltur.com

MAQUETACIÓN: David Molina
david.molina@hosteltur.com · [@davidhosteltur](https://twitter.com/davidhosteltur)

FOTOGRAFÍA: Archivo Hosteltur

IMPRESIÓN: Ingrama, S.L.

SUSCRIPCIONES: Hosteltur:

suscripcionimpresa@hosteltur.com

Diario Turístico Digital:

suscripciondigital@hosteltur.com

EDITA
Ideas y Publicidad de Baleares, S.L.
Joan Miró, 79 · 07015 Palma de Mallorca, Baleares
Teléfono: 971 732073 · Fax: 971 737512
Depósito legal: PM298-1994
Publicación miembro de [AFP Asociación de Prensa Profesional](http://www.asociaciondepremsa.es)

www.proveedoreshosteltur.com
info@proveedoreshosteltur.com
[@ProveedorHostel](https://twitter.com/ProveedorHostel)



Utiliza este código QR para ver todas las publicaciones de Hosteltur.com



Raquel Redondo
raquel.redondo@proveedoreshosteltur.com

LAS REUNIONES 'CARA A CARA' Y LA EXPOSICIÓN TANGIBLE, CLAVES DEL ÉXITO

ENCUENTROS PROVEEDORES HOSTELTUR DA EL SALTO A PALMA

Fueron los terceros Encuentros Proveedores Hosteltur, pero fue la primera edición que se organizaba en Baleares. Concretamente en el Complejo Es Molí d'es Comte, a escasos kilómetros de la capital, y fueron los días 20 y 21 de noviembre pasado.

La estructura del evento y el desarrollo organizativo siguieron las pautas habituales llevadas a cabo por el equipo del grupo editorial Hosteltur que ya cuenta en su haber con otros dos encuentros anteriores celebrados en Madrid, es decir, por las mañanas el llamado workshop entre vendedores y compradores y por las tardes, las mesas de debate

especializadas. La particularidad aquí es que un par de horas de la tarde, antes de las charlas, se permitían las visitas abiertas, sin cita previa, a los stands. Este evento balear contó con el patrocinio de CaixaBank, Construye Capital-MOMA, Lladopol Grupo Dino, Makro, Porcelanosa Grupo y Robot. Y en cuanto a las empresas participantes proveedoras fueron más de 40, procedentes de los más variados sectores: limpieza, informática, proyectos de arquitectura, equipamiento deportivo, climatización, etc. con sede en Baleares o representando a su delegación en la zona.

EXPONER 'EN VIVO' LOS PRODUCTOS

Todas ellas dispusieron de un stand propio en el que podían mostrar sus productos o servicios a modo de escaparate, con el fin que el visitante pudiera verlo y valorarlo 'in situ'. Un visitante procedente de un perfil principalmente de directores de Compras, Proyectos y A&B y que, en opinión de **Julia Lázar, de JVD**, causó "buena impresión" al valorarlo como un "comprador abierto y receptivo" que se ajustó a la fórmula de la entrevista personal concertada de unos 15-20 minutos. Un tipo de reunión que para **David Vilà, del Gru-**



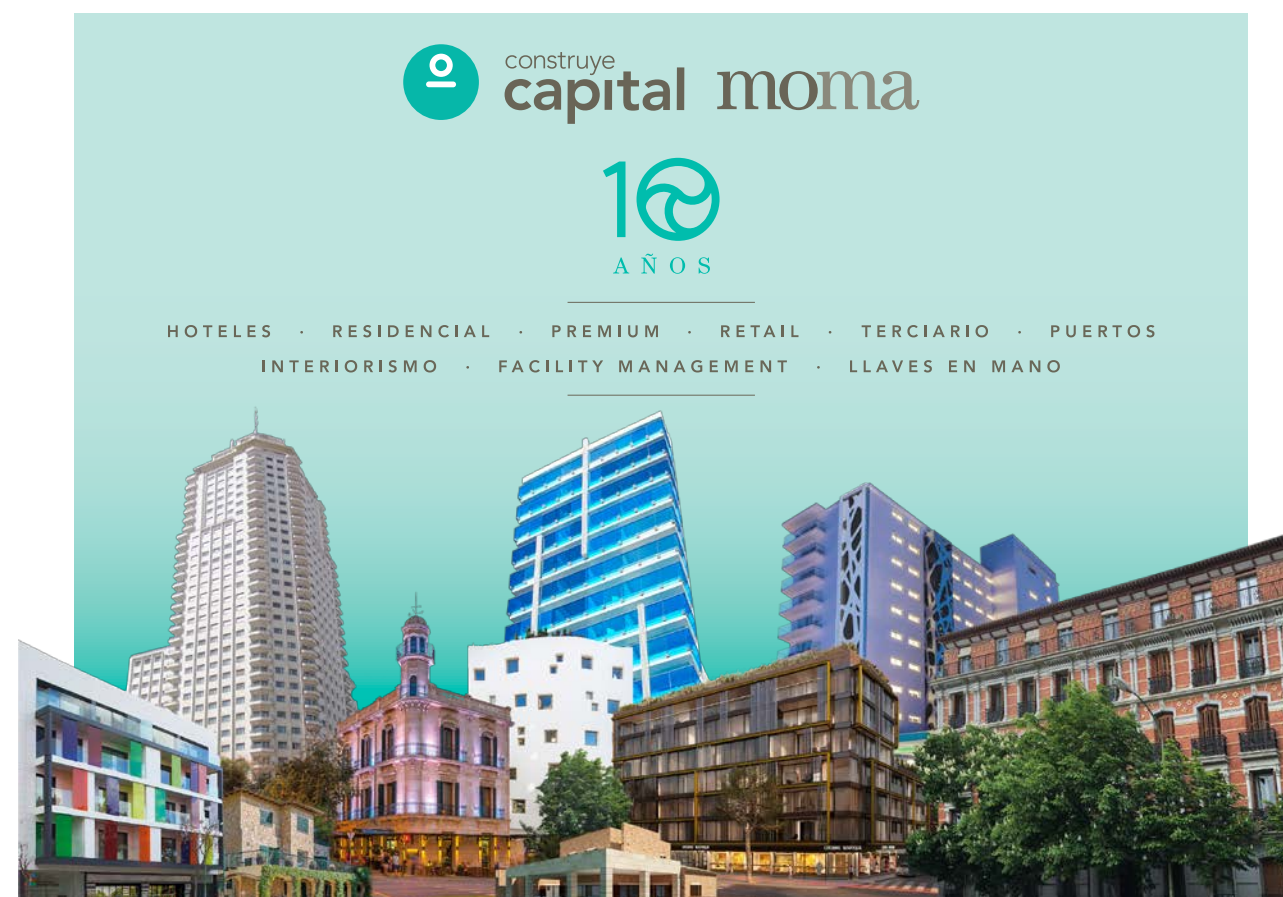
En total fueron 42 los stands que protagonizaron el workshop balear.

po Dino, responde al concepto "futuro de las relaciones comerciales a nivel proveedor-cliente final", donde se permiten varios encuentros en pocos días "sin tener que desplazarte y con todo tu

producto expuesto". En esta línea, **Raúl Madrid, de Dometic**, considera que "siempre es más fácil mostrar el producto 'en vivo', que no a través de un catálogo. Permite una exposición más cerca-

na". Dependiendo del producto o servicio que ofreces, este tipo de exposición siempre se agradece, tal como explica **Pedro Iriondo, de SAM Audiovisuales**: "Te puedes extender muchísimo más a la hora de explicar un producto complejo, por ejemplo, en un caso como el nuestro que no es tangible y que hay mucha gente que lo desconoce".

Por su parte, **Edmundo Suárez, de Robot**, quiso destacar la ventaja de poder exponer 'en casa' relacionada con el hecho de que "esto te permite hacer un desarrollo en el stand que no puedes hacer cuando expones fuera, básicamente por la complejidad del transporte". Porque no hay que olvidar que estos primeros encuentros en Baleares tenían, precisamente, esa idea de facilitar al proveedor local la posibilidad de





Carlos Martínez de Tejada
CONSTRUYE CAPITAL-MOMA

"Es entrar en contacto con gente del sector, ponerle cara a las personas que tratas por teléfono y, sobre todo, ir un paso más allá, aprendiendo de otros que tienen sinergias con lo que tú haces habitualmente".

darse a conocer, mostrar, vender, etc. sus productos y servicios sin



David Martín
CARTTEC

"Ha mejorado considerablemente con relación a otros anteriores encuentros. En general, resulta bastante productivo, ya que son encuentros muy profesionales y especializados con compradores en esta línea".

necesidad de moverse de la isla a un potencial comprador tam-

bién balear, concentrándolos en un mismo entorno cercano que invitara a los negocios.

LAS VENTAJAS DEL 'CARA A CARA'

La mayoría de los participantes valoró positivamente los encuentros, tanto en la vertiente expositiva, como en la del tipo de reunión presencial y acordada previamente.

De esta forma no has de viajar para encontrarte con alguien y, además, sucede "lejos de un entorno menos violento como puede ser la oficina", cree David Vilà. Para Raúl Madrid, la fórmula 'face to face' "es muy positiva y nos acerca a la faceta más humana de todos nosotros". "Es un trato mucho más directo y personal, ya que puedes poner cara a esas personas que habitualmen-



Jaume Pol
H202 SPORT GLOBAL

"La primera impresión es buena, aunque hay cosas que se pueden mejorar. Nosotros hemos tenido el día bastante concurrido, todas las visitas concertadas se han cumplido, con lo cual, estamos contentos, sí".

te tratas por teléfono o por mail", declara por su parte, **Jorge Juan**

Sentmenat, de Jung.

Al preguntarle a **Atrian Bakers, José Jiménez** lo tiene claro: "Con las citas concertadas que hemos tenido aquí, hubiéramos necesitado ir a tres o cuatro ferias distintas para conseguirlas". Resulta obvio que este tipo de encuentros profesionales es muy válido, y la particularidad de haber elegido Palma para esta edición ha sido aplaudida por cadenas como **Zafiro Hotels** al declarar que "algo así hacía falta en Baleares, donde hay una masa importante en cuanto a este tejido empresarial y este modelo, a decir verdad, funciona". Un modelo que **Gabriel Calvó**, del citado grupo hotelero, valora por su "ambiente distendido, donde prestas toda tu atención. Creo que hay una buena colaboración y presencia y será interesante a



Nicolas Feugier
GROSFILLEX

"Evento muy interesante que ofrece la oportunidad de compartir este momento de intercambio fuera de la oficina o de las salas de reuniones habituales con nuestros interlocutores: cadenas, grupos de inversión..."

medida que vaya creciendo con los años", vaticina.



Bienvenido al hotel inteligente

ROBOTBAS ofrece productos y servicios para la automatización de hoteles, facilitando una solución integral que engloba desde el diseño y fabricación de los productos, hasta la instalación, la puesta en marcha y el mantenimiento, garantizando el mejor servicio a nuestros clientes y sus huéspedes.

ROBOTBAS

we make control easy

ROBOTBAS
www.robotbas.com
+34 971 244 471

Una marca de **Robot**
www.robotcorporativo.com

NUEVA DIVISIÓN GRANDES CUENTAS

Servicio Hoteles

Repartimos Soluciones

- PRODUCTOS Y SOLUCIONES **PERSONALIZADAS**
- GESTIÓN **COMERCIAL**
- CALIDAD / SEGURIDAD ALIMENTARIA / **AUDITORÍA**
- SERVICIOS DE **ENTREGA**
- SERVICIOS **FINANCIEROS**
- NUESTRO PROPIO **I+D**

ESCRÍBENOS

y te hacemos un estudio a la medida

grandes.cuentas@makro.es

.....

www.makro.es

HÔTEL

makro

SERVICIO DISTRIBUCIÓN A HOSTELERÍA

makro

TU ÉXITO ES NUESTRO COMPROMISO



El stand de Lladopol, un ejemplo de responsabilidad sostenible.

TARDES DE DEBATES INTERESANTES

El mal tiempo que protagonizó esos días la capital balear no deslució la participación a estos

encuentros, ni durante las mañanas con el workshop ni durante las tardes, dedicadas primero (de 16 a 18h) a visitar abiertamente, sin cita previa, los proveedores

por parte de profesionales y empresas baleares interesadas y, después (de 18 a 19:30h), a la asistencia a las dos mesas de debate temáticas sobre Alimentación & Bebidas, y Rehabilitación Hotelera, respectivamente.

Y entre un programa y otro de trabajo, la cocina de Es Molí d'es Comte deleitó los paladares de todos los invitados, quienes se dispusieron aleatoriamente en diferentes mesas redondas, lo que llevó en algún caso a permitir continuar con la interacción profesional, como explicaban desde Robot, al detallar que uno de los días pudieron comer "con uno de los clientes que nos interesaba conocer".

En el amplio salón de eventos del complejo tuvieron lugar los dos debates especializados que contaron con la presencia de hasta diez directivos y altos responsa-

bles de compañías proveedoras y cadenas hoteleras, así como profesionales y asociaciones, relacionados con ambos sectores, quienes pusieron sobre el escenario los temas más candentes e interesante vinculados al sector Horeca balear.

La mesa de A&B estuvo moderada por Koldo Royo, director de Bon Gust Producciones, y la de Rehabilitación Hotelera, por Manuel Molina, director de Hosteltur. La guinda a ambos debates y como cierre de la jornada se sirvió un coctel de tapas y copas en la misma sala, amenizada por sendos espectáculos musicales de la empresa **Romantic**.

En palabras de la organización, el balance ha sido "positivo por parte de la mayoría de los participantes" y ya se puede adelantar que habrá edición 2019 de los

Encuentros en Baleares, posiblemente en torno a las mismas

fechas, aunque en otro espacio a determinar. —



Sandra Martínez
ASEGO

"Nos llevamos un montón de proveedores, empresas que no conocíamos y que pueden aportar bastante innovación en nuestro departamento, así como conocimiento para nuestras gobernantas".



Xisca Lladó
SOM HOTELS

"Es muy interesante el poder contactar con proveedores que no conocía y que ofrecen algunas de las cosas que estábamos buscando, pero que nos sabíamos dónde localizarlas".



omnisens
Paris

GROUPE GM
AMENITIES EXCLUSIVOS

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

f in @

ENTREVISTA

Raquel Redondo

raquel.redondo@proveedoreshosteltur.com

RAMÓN GUIRAO, DIRECTOR DE GRANDES CUENTAS DE ATRIAN BAKERS

"EL CLIENTE PIDE PRODUCTO A MEDIDA, PERO LA DEMANDA SE FOCALIZA EN LA SALUD"

Atrian Bakers pertenece al Grupo Lasem, cuenta con 20 años de experiencia siendo fabricantes de pan, bollería y pastelería congelada y ha desarrollado un catálogo de más de 300 productos. La firma posee el certificado de calidad BRC.

¿Qué cambios se están produciendo en la bollería y panadería?

Está experimentando un gran cambio, un cambio generacional de consumo y de hábitos de consumo. El producto está cambiando y las empresas de masas congeladas están avanzando con la tecnología aplicándola a productos artesanos y poniéndolos en líneas de producción de alta rentabilidad.

Otro tema interesante es el de la salud. Cada día estamos trabajando más con productos 'healthy' que es la tendencia de mercado, con productos saludables, sin gluten, con cereales, masa madre, sin aditivos, sin conservantes... El mercado va por ahí.

¿Cuál es vuestro producto estrella?

Somos multiproducto, ofrecemos una amplia gama de productos, aunque el estrella puede decirse que es el croissant y el pan blanco. El 40-50% de la venta está basado en esta gama de productos, ambos con una amplia variedad

¿Se ha vuelto más exigente el cliente?

Cada día es más exigente y cada día busca más lo saludable, con menos azúcar, menos calorías y de grasas, la mantequilla está cogiendo mucho volumen y cada día es más solicitada por el cliente. Sobre todo en los hoteles, los últimos años han hecho un cambio generacional sustituyendo las margarinas por mantequillas.

¿Qué novedades presentaréis en 2019?

Nosotros cada día estamos innovando, aunque en realidad sacamos novedades tres veces al año. Innovamos con nuevos



panes, con productos de salud y focalizamos mucho el lanzamiento de producto para la hostelería. Ahora hemos sacado una gama de pan de cristal mecanizado para ofrecer un mejor precio llevándolo a la industria mecanizada. Además, le hemos añadido aceite de oliva con el que ganamos en sabor. También

hemos sacado panes de cereales y panes para hacer bocadillos con cebolla, aceitunas...

¿Qué demandas os están llegando en estos momentos?

El cliente es cada vez más exigente y hoy en día nos está pidiendo producto a medida, pero la demanda viene siempre por el producto focalizado en salud. Los clientes solicitan, sobre todo, producto 'healthy' y esa es la línea que se sigue en estos momentos.

¿Cuál es vuestra implantación en el mercado balear?

Siempre ha sido un mercado muy importante para nosotros y de hecho, aquí contamos con una factoría propia. No hemos



querido nunca dar esta plaza a un distribuidor, sino que hemos querido llevarla nosotros direc-

tamente como fabricantes. Para nosotros es importante y queremos seguir creciendo así. —

Trabajar con **MAGIC^{Art}**

100% PURO ESPACIO

Soluciones personalizadas
Catering y Minibar

Realizado en polipropileno 100% reciclable
Certificado de plástico reciclado (PSV)

www.ttsystem.com

TECNO TROLLEY SYSTEM ESPAÑA S.L.
C/de Galileu Galilei, 15 - Pol. Ind. Coll de la Manyà 08403 Granollers (Barcelona) - Tel: +34/938616840 - Fax: +34/938618437 - E-mail: ventas@ttsystem.com



Jesús Luis
reportajes@hosteltur.com

EL SECTOR PIDE MÁS INSPECCIONES DE SEGURIDAD ALIMENTARIA

CÓMO MEJORAR EL ÁREA DE ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS, A DEBATE

Los Encuentros Proveedores Hosteltur Baleares 2018 incluyeron en su programa un interesante debate sobre Alimentación y Bebidas en el que se trató principalmente sobre cómo mejorar el sector, tanto desde el punto de vista de los proveedores como desde la visión de los hosteleros. Juntos, unos y otros, expresaron sus opiniones basadas en la experiencia, y aportaron algunas buenas ideas para cristalizar la evolución en positivo de esta actividad. El debate tuvo lugar en uno de los amplios salones del centro de convenciones Es Molí d'es Comte, situado a las afueras de Palma (Mallorca), a partir de las 18h. del martes 20 de noviembre, que moderó el **chef Koldo Royo**. Además de repasar la situación

general del sector, los participantes abordaron ampliamente la situación de la seguridad alimentaria, que en 2018 se puso en diversos momentos en el punto de mira de la actualidad por varias intervenciones policiales en empresas suministradoras.

ENCUENTROS PROVEEDORES HOSTELTUR: UNA HERRAMIENTA DE TRABAJO

"Nuestra idea es que los Encuentros Proveedores Hosteltur Baleares se conviertan en una herramienta de trabajo para proveedores y compradores", subrayó durante la presentación del primer debate de este evento el **presidente de Hosteltur, Joaquín Molina**. A este respecto

precisó que Proveedores Hosteltur "intenta ser el mejor medio de comunicación para quienes hacéis los hoteles y hacéis que funcionen" correctamente. El arranque del debate tuvo sorpresa, ya que Koldo Royo invitó espontáneamente a **Xisca Lladó, nueva responsable de Compras de la cadena Som Hotels**, alegando que no había ninguna mujer entre los ponentes. Ella realizó algunas interesantes contribuciones, a pesar de haber estrenado el cargo hace poco tiempo. El resto de participantes fueron **Juan Miguel Carrasco, director de Estrategia de Distribución a Hostelería de Makro; Alfonso Robledo, presidente de la Asociación Mallorquina de Cafeterías, Bares y Restaurantes, 'Restauración**

Mallorca'; **Carlos Velasco, CEO del Grupo Discagran; Daniel Alberola, director Corporativo A&B del Grupo Bluebay Hotels; y Damián Vich, socio fundador de Grupo Juvimar**.

Tras un inicio en el que se abordó la situación de la oferta gastronómica en la hostelería balear, incluido el atractivo que supone para el pujante turismo gastronómico, el debate se centró en los productos y platos autóctonos, que los ponentes confirmaron que gozan de gran demanda. Se mencionaron desde las sopas mallorquinas ("las únicas del mundo que se sirven secas", precisó Koldo Royo), a otros grandes clásicos como los 'escaldums' o la lechona asada. Todos ellos, sumados a joyas de la repostería como la popular ensaimada, gozan de gran demanda por parte de los visitantes nacionales e internacionales.

EL PRODUCTO LOCAL SE INCORPORA A LA DISTRIBUCIÓN HORECA

A propósito de esta cuestión, Carrasco detalló que desde Makro se están destinando esfuerzos para incorporar a su oferta mayorista el producto local. Y, para ello, la marca busca un "acercamiento al pequeño productor", con el que antes era más difícil de colaborar por diversos problemas, incluida la facturación. Por su parte, Velasco explicó que se está modificando la demanda de carne hacia cortes y tipologías que antes no se pedían, como piezas más maduras. En su opinión, esto se debe a la respuesta que la hostelería busca dar a un cliente "cada vez más informado que sabe muy bien lo que quiere y, por ello, son más exigentes", precisó.



Koldo Royo presentó un animado debate sobre la actualidad en A&B balear.

La seguridad alimentaria fue uno de los temas más preocupantes abordados en el debate, tras la acumulación de varios casos de empresas cárnicas mallorquinas que vendían productos en mal estado, lo que supuso varias detenciones de responsables, clausura de instalaciones e inicio de diligencias judiciales.

Los profesionales reunidos con



Juan Miguel Carrasco, director de Estrategia de Distribución a Hostelería de Makro.

Director comercial y ventas con un experto conocimiento de la operación del negocio C&C y distribución que cuenta con más de 10 años de experiencia.

motivo de los primeros Encuentros Proveedores Hosteltur Baleares estuvieron de acuerdo en la gravedad de la situación y Damián Vich, de Juvimar, llegó a reclamar abiertamente "más inspecciones". A este respecto, Royo precisó que, además de vendedores, "hay compradores".

PÉRDIDA DE PRESTIGIO

Por su parte, Carrasco (Makro) recordó que "no todo vale" y que se encontraba en Munich cuando se produjo uno de esos casos, y la televisión alemana informó de lo sucedido, con la consecuente merma de prestigio que eso supone para el sector turístico isleño y sus proveedores. A lo largo del debate también se abordaron los suministros de alimentos para colegios y otras grandes colectividades, que Vich (Juvimar) consideró un "sector muy particular" por el tipo de demanda que realiza, mientras que Xisca Lladó (Som Hotels) precisó que los precocinados "se están retirando" de ese tipo de establecimientos en favor de productos más frescos. A modo de ejemplo del compor-

tamiento de la demanda Horeca, la responsable de Compras de Som Hotels expuso que “nosotros trabajamos principalmente con proveedores locales porque nuestro objetivo es ofrecer platos mallorquines típicos, aunque nuestra apuesta por el producto local y también ecológico, depende de la zona donde se encuentre cada hotel”, detalló. Koldo Royo planteó en el ecuador del debate las situaciones de fraude alimentario detectadas en Mallorca en sucesivas ocasiones a lo largo de 2018. A este respecto Vich reclamó, como representante del sector afectado, que “se cumpla la normativa”. Y, consideró que esas situaciones “se pueden parar con más inspecciones y más registros sanitarios por parte de la Conselleria” de Salud del Govern.



Alfonso Robledo, Presidente de la asociación patronal 'Restauración Mallorca'.

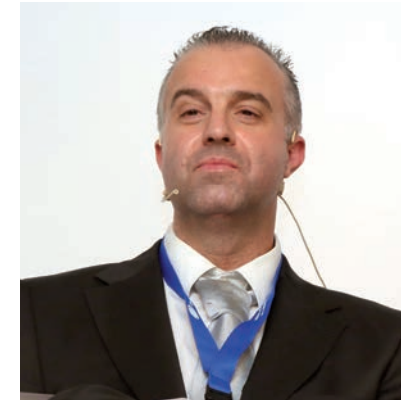
Empresario de restauración con una dilatada trayectoria profesional de más de 30 años. Desde 2011 preside esta entidad, que en 2014 unificó dos organizaciones sectoriales.

El experto en cárnicas consideró que “es una mala praxis que hoy

en día no te lleva a nada, ni de cara al cliente, porque lo pierdes. Y también todo tu prestigio”. A este respecto, recordó una circular de ese departamento autonómico que prohibía, debido a esos casos que ponían en riesgo la seguridad alimentaria, las devoluciones por fin de temporada; y precisó que “debería haber existido hace años”.

SIN DEVOLUCIONES DE LOS HOTELEROS

A consecuencia de ello, “no hemos tenido ninguna devolución. Lo que quiere decir que los hoteles, si ellos quieren, lo podían elaborar y cambiar menús de cara al fin de temporada”. Por lo que manifestó que “hay que alabar esta normativa de la conselleria, porque la situación anterior era que muchos hoteles devolvían



Carlos Velasco, director-gerente del grupo mallorquín especializado en cárnico Discagran.

Lleva 15 en su actual puesto al frente de esta compañía de alimentación. Es licenciado en Administración y dirección de empresas y cuenta con un master en la misma especialidad.

género al proveedor para que se lo congelara y se lo devolviera



Daniel Alberola, director Corporativo A&B del Grupo Bluebay Hotels.

Es Diplomado en Gestión Hotelera, Turismo, especialidad Food & Beverage. Empezó a trabajar como Trainee en F&B Corporate en Hesperia Hoteles, en el año 2000.

en la siguiente temporada”, en lo que definió como una práctica

“delicada”. La situación de fraude alimentario descubierta -que supuso clausuras temporales y detenciones de responsables de las compañías alimentarias afectadas- no es más que “pan para hoy y hambre para mañana”, proclamó el presidente de Restauración Mallorca. Especialmente en un contexto donde “lo que está exigiendo el cliente es más calidad”. Por lo “no hubiesen aguantado mucho más en el mercado”, consideró. El director Corporativo A&B del Grupo Bluebay Hotels también se felicitó por la puesta en circulación de la citada circular entre los meses de agosto y septiembre, e indicó que “los medios del Govern Balear funcionan”, porque todo el sector hostelero comprueba que sus actuaciones



Productos nuevos



Cocktails listos para servir



70% puré de fruta para cocktails



Exotic

Zumo siciliano 100% limón



971 70 60 37

www.importmoca.com

info@importmoca.com



Damián Vich, socio fundador del grupo especializado en cárnico Juvimar.

Tras pasar por diversas empresas alimentarias, como Suministros Cárnicos Albesa o Casa Tarradellas, se hizo empresario en 1996, cuando puso en marcha Congelats Juvimar.

“dan resultados y también dan seguridad”, a pesar de que ad-

mitió que suponen un mayor esfuerzo de organización por parte de los hoteles. Redondeando las apreciaciones de los anteriores, el director de Estrategia de Distribución a Hostelería de Makro señaló en su intervención que este tipo de fraudes alimentarios “destruyen una relación” entre el hostelero y su proveedor, cuyo “propósito como empresa es ser el socio de la hostelería”. Y por ese motivo, consideró que las empresas de suministros deben ser muy estrictas en aspectos como guardar la cadena de frío o realizar una buena trazabilidad de los productos.

MEJORAR LA SEGURIDAD ALIMENTARIA

“Hay que invertir realmente en seguridad alimentaria”, porque “no todo vale”, y “hay que apos-

tar por mantener el cliente final”, son las ideas finales que planteó Carrasco en relación a esta cuestión. Ya que “nosotros tenemos el éxito a través del éxito de los hosteleros”, remarcó.

Precisamente, en esa línea se manifestó el director-gerente de Discagran, quien indicó que su compañía -especializada en suministros cárnicos- está auditada anualmente por AENOR y posee otros certificados que garantizan la calidad de los productos que ofrece y de los procesos que realiza. “Esperamos que ese esfuerzo sea mejor valorado a partir de ahora por parte de todo el colectivo de empresas del sector” de la hostelería.

En una breve intervención, Koldo Royo expuso que en el ámbito de los suministros a la hostelería y las grandes colectividades es

necesario introducir cambios en la comercialización: “Es el gran momento del comercial”, subrayó. Y, aunque admitió que las diversas aplicaciones informáticas aparecidas en los últimos años facilitan la canalización de la demanda, consideró vital que haya alguien experto a quien remitirse, tanto en persona como por vía telefónica.

Ante este comentario, recogió el rebote Carrasco, quien aclaró que mientras hace unos años coincidiendo con el inicio de la crisis muchas empresas redujeron su plantilla en el departamento comercial, aprovechando las posibilidades de las compras vía internet, Makro optó por incrementarla: “Luchamos más por ese ‘cuerpo a cuerpo’, incluso en los hoteles”, un segmento en el que precisamente en ese mo-



El debate incorporó en el último momento a Xisca Lladó, de Som Hotels.

mento la compañía estaba intentando penetrar.

Y, según matizó, esa práctica les sirvió para detectar que se trata de una actividad en la que, de hecho, “la atención tiene que ser

mucho más especializada, con un comercial que incluso disponga de una gran disponibilidad” para que se le pueda llamar a cualquier hora. Porque se trata de un tipo de cliente que “busca

HELADOS Y SORBETES AUTÓCTONOS PARA RESTAURACIÓN Y HOSTELERÍA

WWW.ICEBERG-MALLORCA.COM

ICEBERG

ES GELAT NATURAL MALLORQUÍ

ELABORADO CON LECHE Y NATA FRESCA MALLORQUINA SIN CONSERVANTES. SIN COLORANTES. SIN GRASAS TRANS. SIN AROMAS ARTIFICIALES.

GRUPO ICEBERG
C. LLEDONER, 24
07008 PALMA DE MALLORCA
TEL. 971 21 33 22

★★★★★

Experience in Hotels Group

30 años aportando soluciones para hoteles

Super Buffet
www.superbuffet.es

ACCENSI instalaciones
www.accensi.es

Eselfri
www.eselfri.com

902 101 208

www.experienceinhotels.com
info@experienceinhotels.com

una solución inmediata a sus problemas y no quiere perder tiempo hablando con una operadora" o escuchando melodías al teléfono.

Desde el punto de vista de los responsables de Compras, el suministro destinado al departamento de Alimentación y Bebidas se basa ante todo en identificar las necesidades de la cocina: "Yo me apoyo mucho en los cocineros", aclaró Lladó. En la misma línea, Alberola consideró "vital" la comunicación entre A&B y Compras para realizar los pedidos. Y también resaltó la importancia de que el proveedor ofrezca garantías de suministro. "No miramos tanto el precio, aunque es verdad que es importante, como el rendimiento del producto", y que se adapte a lo que "quiero para el cliente", razonó el



Xisca Lladó, responsable de Compras de la cadena hotelera mallorquina Som Hotels.

Aunque su intervención no estaba prevista, fue invitada al principio del debate por Koldo Royo. Es nueva en la hotelería, pero tiene amplia experiencia en el sector catering.

responsable de Alimentación y Bebidas de BlueBay. Y, apoyando

esos conceptos, adelantó que en su cadena "somos muy cercanos, queremos conocer proveedores, a los que ponen como condición el cumplimiento de esas dos premisas antes de "seguir adelante" en su relación comercial.

En un momento del debate se abordó la situación de la gastronomía que se ofrece en las grandes colectividades de Baleares, como colegios, hospitales y geriátricos. Sobre ello, Vich explicó que "son muy selectivos, llevamos muestras, hacen escandalllos, se mira todo al milímetro, no quieren ningún fallo, nos exigen más que cualquier otro sector", especialmente, en el caso de los centros de enseñanza, de los que también destacó que "están muy profesionalizados".

Reforzando lo anterior, Carlos Velasco dijo que "cada vez son



Koldo Royo, chef con Estrella Michelin, Maestro Artesano de Mallorca y asesor gastronómico.

De su recorrido destaca que es el fundador y presidente de ASCAIB y también, Delegado de Eurotoques, así como Catador Oficial de ITQI Bruselas.

más exigentes, tanto a nivel producto como a nivel documen-

tal", ya que antiguamente no se pedían fichas técnicas, mientras que ahora se ha extendido su empleo. Todos los ponentes estuvieron de acuerdo en que en este sector está repuntando la demanda de productos frescos y, sobre todo, los considerados sanos, en detrimento de los precocinados.

EL CLIENTE FINAL EXIGE INFORMACIÓN

Además, "se reclama una mayor información sobre alérgenos y todos los problemas de intolerancias que están surgiendo", en línea con todos los demás segmentos, donde también "está visible", comentó Daniel Alberola en referencia a la restauración y la hotelería. De hecho, "todos los sectores se están moviendo bastante rápido" y "estamos in-

tentando aproximar toda esa información al cliente, porque lo exige, precisó.

En la última parte del debate se abordó los esfuerzos en sostenibilidad que se desarrollan en toda la actividad de Alimentación y Bebidas, desde packaging hasta residuos sólidos urbanos. Un abanico de medidas que Juan Miguel Carrasco agrupó en lo que definió como "cultura de la sostenibilidad". Desde su experiencia, detalló que Makro recicla todo el plástico y cartón que genera como desecho durante su actividad cotidiana, siempre con la ayuda de empresas especializadas.

En resumen, el primer debate sobre Alimentación y Bebidas en el contexto de unos Encuentros Proveedores Hosteltur fue un éxito y, sobre todo, útil. —

Premio Concurso
Mejor Blend Comercial
2018

forumcafé

**SIGUE TU INSTINTO
NATURAL Y
PÍDELO ORGANIC.**

CANDELAS
DECAFFEINATED ORGANIC COFFEE BEANS
CAFÉ DE TUESTE NATURAL ECOLÓGICO DESCARFEINADO
ECO DESCARFEINADO
the Organic Coffee

CANDELAS
PURE ROAST ORGANIC COFFEE BEANS
CAFÉ DE TUESTE NATURAL ECOLÓGICO
ECO
the Organic Coffee

LO PIDO ORGANIC

LO QUE REALMENTE NECESITAS
PARA TU NEGOCIO

PAN • BOLLERÍA • PASTERÍA

atrian
BAKERS

www.atrianbakers.com

¿CÓMO HA EVOLUCIONADO EL BUFFET HOTELERO EN 30 AÑOS?

La historia del buffet hotelero se remonta a hace algo más de 30 años. Hubo antecedentes, como pasa siempre, pero su desembarco a gran escala en la hostelería se produjo en los años 80; sobre esto hay consenso entre los profesionales. Ahora la pregunta es: ¿Cómo ha evolucionado a lo largo de estas tres décadas?



ENTREVISTA

J. L. Peña
redaccion@proveedoreshosteltur.com

En aquella época “los buffets se hacían como si fuera un mueble más, con estructuras de madera a veces barnizadas, se le ponía un granito, etc. Y esto tenía un problema, y es que en muy poco tiempo se iba deformando todo y la madera se pudría a causa de los cambios de temperatura y el uso. Tenían muy mala vejez”, asegura **Jordi Valdés, director Comercial de Super Buffet**.

En aquella época “no había materiales novedosos ni se habían probado técnicas nuevas; en estos últimos 30 años se ha avanzado mucho”, considera el experto de esta compañía integrada en Experience In Hotel Group (Esselfri), que también resalta una progresión en materia de durabilidad.

Actualmente, “son estructuras de acero inoxidable, forradas y paneladas con nuevos materiales, que pueden ser fenólicos o cerámicos, que protegen mejor de la humedad. Y, se pueden emplear tanto en frío como en caliente, gracias al empleo de piedra natural o artificial como la que emplea Dekton y otras marcas”, expone. Además, también se ha incorporado el uso de cristal, se han integrado las placas de inducción, las cubas... Y, en general, “podemos emplear muchos materiales a los que antes no podíamos recurrir”, de forma que se mantenga correctamente cada producto, matiza este especialista que ha participado en la evolución del buffet hotelero.

Igualmente ha evolucionado el tratamiento que se realiza de cada plato, según su tipología y las necesidades de frío o calor que tenga cada materia prima. Una gran ventaja tanto desde un punto de vista organoléptico como desde la más estricta seguridad alimentaria, tan importante para la industria hostelera.

SE RECUPERA EL SERVICIO AL CLIENTE

Otro cambio importante es el servicio, que en los primeros tiempos del buffet hostelero “se perdió el hilo conductor con el cliente”, al eliminar personal que antes ofrecía servicio en mesa y a cambio ofrecer toda una gama de productos en autoservicio. Pero eso también tocó a su fin y volvió el sentido común...

“Desde hace unos años hacia

ANÉCDOTAS DEL BUFFET HOTELERO

“Recuerdo haber visto a un turista alemán de un metro noventa pegar un salto increíble porque recibió una descarga eléctrica en un buffet de hotel que no tenía toma de tierra. Ahora nos llevaríamos las manos a la cabeza con cosas que antes se hacían mal, pero todo el mundo estábamos aprendiendo.

En cambio, hoy en día todo tiene una seguridad impresionante, estamos obligados a cumplir un montón de normativas”, con mucha sobreprotección en todos los elementos. “Ha cambiado tanto, que no tiene nada que ver”, afirma Jordi Valdés.

acá, se ha vuelto a poner al personal ante el cliente gracias a los ‘show cooking’ y los ‘market place’, donde se preparan la ensalada, el huevo frito o la comida que

sea, a la vista del comensal”. Así, interactúa de nuevo el servicio del hotel con el huésped. Vital en un contexto donde se habla de ‘turismo experiencial’.



Con Shadow ya no es necesario tirar del carro

Presentamos el nuevo carro inteligente que te acompaña





Jesús Luis
reportajes@hosteltur.com

LOS HOTELES DE LAS ISLAS HAN LIDERADO EN LOS ÚLTIMOS
AÑOS LA ACTUAL OLEADA DE REHABILITACIÓN

BALEARES: MÁS DE 1.120 M € EN REFORMAS, Y LO QUE QUEDA

Los dos años en que más reformas hoteleras se han realizado en España han sido 2015 y 2016, a razón de unas 200 por cada ejercicio, en muchos casos acompañadas de ascenso de categoría. Particularmente, muchos tres estrellas han pasado a ser cuatro estrellas, en respuesta a una demanda planteada por el huésped, y, no lo olvidemos, por la necesidad de competir con otros destinos mediterráneos.

La tendencia es continuista respecto al primer tirón experimentado por esta oleada de reformas: hemos vuelto a los datos de 2014, con unos 150 hoteles rehabilitados al año. En Fitur de 2017, se anunciaron inversiones en ese sentido a cargo de once importantes cadenas hoteleras que suman 1.534 millones de euros,

que superan ampliamente los 1.355 millones que se gastó todo el sector durante el año pasado. El acumulado en los últimos tres años es de 3.137 millones de euros, incluidos los hoteles nuevos. El resultado es que el 17% de la planta hotelera es nueva o se ha modernizado en este periodo. De esa cantidad, 1.121 millones correspondieron al sector balear. Más de una tercera parte.

GRUPOS HOTELEROS DE BALEARES AL FRENTE

Y, entre las marcas que están realizando fuertes inversiones en reformas este año, no podían faltar las de Baleares, con Palladium Hotel Group y, sobre todo, Riu Hotels a la cabeza. En nuestras islas ha arraigado esa fiebre inversora, ese deseo de mejorar

el portfolio que se ha ido contagiando a todas las compañías. Queremos hoteles modernos, con todos los servicios. Con todo lo que precisa el huésped del siglo XXI.

Se trata, por tanto, de adaptarse a unas condiciones del mercado que invitan al sector hotelero a la mejora de sus activos. Pero, más allá de eso, se trata también de una adaptación aún más profunda al nuevo cliente y, en particular a los millennial. En ese contexto, la relación cercana y fluida entre hoteleros y grandes colectividades, por un lado, y proveedores de bienes y servicios, por otro, debe ser un hecho constatable a cada paso.

Porque el movimiento es profundo y duradero. Basta notar que, cuando se habla de cifras

sobre reformas hoteleras se suelen mencionar las habitaciones –y más de 30.000 fueron modernizadas sólo el año pasado–, en realidad el dato se queda corto y dice poco sobre lo que se está haciendo...

Porque los trabajos afectan a todas las instalaciones, desde las cocinas a las piscinas, sin olvidar las fachadas, comedores, bufets, recepciones y cualquier zona común. Y, además, no hay que olvidar que hay establecimientos a los que se dota de nuevos servicios que no tenían. La oferta está mejorando, se mire como se mire.

En el caso de Baleares, son especialmente llamativos en 2018 los proyectos de rehabilitación del Senses Santa Ponsa, el Barceló Portinatx, sin olvidar la larga lista de hoteles boutique que se han



Muchos establecimientos de las islas necesitaban urgentes reformas.

incorporado en diferentes zonas de Palma, y también en otras poblaciones de las islas. Así, las perspectivas de crecimiento son buenas, los vientos favorables y, de hecho, se prevé que el proceso

se prolongue durante los próximos años. Por el momento, no es posible saber a ciencia cierta en qué punto se encuentra la actual oleada de rehabilitación hotelera, aunque sí se conoce que todavía



SOLUCIONES,
DISEÑO Y
FUNCIONALIDAD
EN TUS PROYECTOS

— almacenes —
femenias
www.femenias.com



El resultado de las remodelaciones ha sido, en muchos casos, sorprendente.

quedan muchos establecimientos pendientes de pasar por sus correspondientes obras. En algunos casos, una simple 'lavada de cara'; en otros, algo mucho más serio y profundo. Además, este

proceso ha favorecido la aparición -o, más bien, consolidación- del sector contract, que ya estaba ahí, pero que se ha estructurado de un modo mucho más claro. Las mismas empresas, reforza-

das por algunas nuevas, pero con una propuesta más definida. Ahora ya no se habla tanto de las consabidas mejorías o actualizaciones a realizar de década en década, sino de mantenerse al día ante un cliente más exigente que busca disfrutar de la experiencia de hospedarse en un hotel mucho más allá de concebirlo como un mero alojamiento.

REFORMAR DE MANERA CONTINUA

Y, como resultado de todo ello, se intuye más que se ve la llegada de una 'cultura de la reforma', en la que los establecimientos vendrían realizando actualizaciones de forma casi continua, a fin de ofrecer lo mejor de sí mismo y de adaptarse a lo que demanda el huésped, que ahora lo pide muy claro. Desde que hay redes socia-

les ya nada queda en el olvido o puede ser ignorado. Y los hoteleros lo saben muy bien.

Una práctica que se ha extendido en los últimos años hasta hacerse común en el desarrollo de las reformas hoteleras es realizar todo el proceso sin cerrar el hotel. Esto también está ocurriendo en los hoteles de Baleares, aunque afecta más a los urbanos, o bien, a aquellos que abren todo el año. Sin embargo, el grueso de la oferta sigue centrándose en el segmento vacacional, y en ese caso, prefieren aguardar hasta el fin de temporada antes de poner en marcha los trabajos de rehabilitación.

Esto ha forzado reformas con plazos muy estrictos e imposibles de posponer, ya que, una vez que se da el pistoletazo de salida a la temporada -siempre coinci-

diendo con la Semana Santa- el edificio pasa a estar en plena actividad y es poco aconsejable mantener los trabajos en esa época del año para no causar problemas a un turista que lo que busca es disfrutar de sus vacaciones con tranquilidad.

ORGANIZACIÓN ANTE TODO

Para conseguir un resultado óptimo y que todo el proyecto se desarrolle con un 'deadline' tan comprometido, los expertos coinciden en la importancia de que todos los departamentos del hotel se impliquen en la reforma, cada uno desde su punto de vista y teniendo en cuenta los condicionantes de su actividad.

Después, deben actuar los técnicos, que determinarán el coste final de la rehabilitación en

función de las calidades de los materiales y acabados que se emplearán. Y, finalmente, llega el momento de contactar con los proveedores que darán forma a la idea.

Como resultado de esa dinámica, la rehabilitación de hoteles ha provocado un aumento de las ventas de materiales de construcción, según reveló la compañía especializada Mapei, que cerró el ejercicio 2017 con una facturación anual de 45.890.836 euros, casi cinco millones más respecto a 2016.

Esa tendencia se mantiene, de momento, también en Baleares, pero es imposible determinar durante cuánto tiempo. Porque la oleada de reformas acabará, pero el interés por tener unas infraestructuras hoteleras idóneas no debe hacerlo nunca. ■

JUNG

Diversidad de Control

Conectividad, iluminación, temperatura y confort con el diseño más vanguardista. Control integral de establecimientos hoteleros.

CONTROLADOR DE ESTANCIA COMPACTO KNX

JUNG-GROUP.COM

Suministro y fabricación propia de materiales y equipamiento para hostelería

NUEVAS INSTALACIONES, NUEVA IMAGEN MISMO ESPÍRITU

Av Dieciséis de Julio, 53 • 07009 Palma • T. 971 473 010
info@grupotoledo.com • grupotoledo.com

MELIÁ: "TODAVÍA QUEDA MUCHO PRODUCTO POR MODERNIZAR"

LA GRAN REFORMA HOTELERA BALEAR SEGÚN SUS PROTAGONISTAS

Los Encuentros Proveedores Hosteltur Baleares culminaron ayer en el centro de convenciones Es Molí d'es Comte (Mallorca), tras la celebración durante dos jornadas de un workshop y dos debates -el segundo de ellos dedicado al proceso de reforma hotelera balear- en los que participaron más de 200 profesionales de la Hostelería y el Canal Horeca.

En la segunda jornada se celebró un debate de especial interés para el sector Contract, en el que se habló sobre el auge de la reforma hotelera balear experimentado en los últimos años.

Contó como moderador con el director de Hosteltur, Manuel Molina; y, como participantes con el vicepresidente ejecutivo de Meliá Hotels International,



El debate sobre reformas hoteleras fue muy distendido desde el principio.

Mark Hoddinott; el CEO del Grupo Robot, **Bernat Bonnin**; el CEO de Acústica Industrial, **Bartomeu Rosselló**; el director de Contratación de Construye

Capital, **Carlos Martínez de Tejada** y la directora de **Marga Rotger Interiorisme**, **Marga Rotger**. En primer lugar, Molina realizó

un breve pero detallado repaso a los dos últimos años de reformas hoteleras, en los que se han contabilizado unos 150 proyectos de este tipo por ejercicio, con inversiones superiores a los 3.100 millones de euros en los últimos tres años, de los que una tercera parte -1.121 M €- han correspondido a Baleares.

Como resultado de ello, ahora el 17% de los establecimientos de España son nuevos o han sido renovados, y muchos han subido de categoría, destacando los movimientos de tres a cuatro estrellas. "En respuesta no sólo a la demanda, sino para poder competir de igual a igual con destinos competencia que tienen una planta hotelera bastante más reciente y moderna", precisó.

PRODUCTO CON POTENCIAL DE MEJORA

A este respecto, Mark Hoddinott resaltó que en gran cantidad de los proyectos emprendidos se ha partido de una buena materia prima, debido a la ubicación del hotel y a sus infraestructuras básicas, "aunque siempre había un potencial de mejora" que ha



Mark Hoddinott, Chief Real State Officer de la cadena Meliá Hotels International.

Ha acumulado una amplia experiencia en los sectores inmobiliario y hotelero español, al ejercer en tres empresas como director Financiero. Se incorporó a Meliá en 1998.

justificado ese incremento de categoría de ellos. En muchos casos, el reto ha sido evaluar la situación de un edificio antiguo, y ver "cómo lo llevamos de su posición actual a su posición futura, y en cuánto tiempo", explicó el vicepresidente ejecutivo de Meliá Hotels. Y, después de cinco o seis años, "todavía queda mucho producto por reformar", aseguró.



Los participantes continuaron debatiendo después de acabar el acto.

Por su parte, Bernat Bonnin habló de un importante cambio que ha condicionado las reformas: "Antes teníamos como cliente al hotelero, pero desde la crisis nos hemos dado cuenta de que quien hace la reforma ya no es el hotelero, sino que el promotor es el dueño del edificio -que no lo explota- y es ahora nuestro cliente", afirmó.

FINANCIACIÓN EN AUMENTO

Una interesante intervención que llegó desde el público fue la de la responsable de Financiación Hotelera de Caixabank, **Helena Murano**, que está al frente de una división nacional que opera desde Baleares. "Este año vamos a prestar 1.800 millones de euros al sector hotelero", declaró.

Fue un momento del debate sobre el proceso de reforma hotelera balear, que fue seguido con gran interés por los asistentes. Y es que esta experta, profunda conocedora de la realidad del sector turístico balear, afirmó que se está produciendo una "profunda transformación" en este momento, durante la que "ha nacido una nueva industria, la que ofrece servicios al hotelero que van desde el diseño a la tecnología", en referencia al sector Contract.

Y, por otra parte, mientras que "antes las reformas se hacían para mantener el edificio, ahora se realizan pensando en el cliente". Y, por tanto, "conceptualmente, ha cambiado todo mucho". En esa línea, la entrada de inversores financieros que no tienen perfil hotelero "está ayudando a consolidar el producto", sentenció.

PENSAR BIEN LAS REFORMAS

"Cuando se va a hacer una refor-

ma hotelera, si se quiere hacer bien, debe empezar a pensarla hoy para hacerla el próximo invierno, si se trata de una obra menor. Y, si es una obra mayor, aún debe haber más plazo" a fin de "pensarlo bien" y superar todos los trámites administrativos, explicó Carlos Martínez de Tejada.

A modo de ejemplo práctico de lo anterior, detalló que, tras culminar la reforma de un hotel de 167 habitaciones, les preguntaron: "¿Cómo es posible que hayáis tardado sólo nueve semanas", a lo que Construye Capital respondió: "Porque hemos estado pensando cómo hacerla durante 18 semanas", precisó.

Según la experiencia de este profesional, "si quieres hacer una obra que empieza el 15 de noviembre y acaba el 30 de abril,

no puedes estar en octubre pensando qué es lo que vas a hacer, porque no llegas, porque te vas a pegar un tortazo de órdago", al no poder cumplir con los plazos establecidos.

BUENAS PERSPECTIVAS DE FUTURO

Finalmente, la última fase del debate se centró en el panorama que se abre ahora respecto a la reforma hotelera balear.

A este respecto, Marga Rotger expuso que "intentamos innovar y seguir las tendencias", aunque de forma que los resultados "no pasen de moda muy rápido.

Por su parte, Bartomeu Rosselló se mostró optimista ante el continuismo de este proceso, que en su opinión se debe a que "estamos ante un cambio global" que, lógicamente, afecta a la principal



Bernat Bonnin, Chief Executive Officer (CEO) del grupo tecnológico Robot.

Preside la compañía desde el año 2000, aunque está en ella desde 1986. En 2018, la ha guiado en su salida a Bolsa en el Mercado Alternativo Bursátil (MaB).

industria de Baleares, el sector turístico, en toda su extensión.



Marga Rotger, propietaria del estudio de decoración Marga Rotger Interiorisme, especializado en Contract. Uno de sus recientes proyectos, realizado para el Hotel Iberostar Suites Jardín del Sol ha sido galardonado con el Iconic Awards-Innovative Architecture 2018.

Un ejemplo de los esfuerzos que se han llevado a cabo en el pro-

ceso de reforma hotelera balear es las inversiones realizadas por Meliá Hotels y otros grupos en el núcleo turístico de Magaluf (Calvià) a partir de 2011, que al principio "parecía imposible", admitió Mark Hoddinott.

Respecto al proyecto de reforma en Magaluf, Helena Murano recordó que les fue presentado en un "momento que era complicado" por la crisis, "pero era Meliá quien lo presentaba" y Caixa-bank decidió "acompañarle en algunas de estas inversiones", a pesar de las malas perspectivas económicas de entonces.

Tejada ofreció, por su parte, una reflexión sobre el reto que supone poner en marcha reformas en establecimientos que han sufrido pocas transformaciones desde su apertura y que en numerosos casos se remonta hasta

la década de los años '60. A este respecto, se refirió a la reforma de la Ley Turística de 2012, que "te impulsa a hacer otro tipo de infraestructuras turísticas", que muchas veces se ha traducido en los últimos años en un incremento de categoría del hotel. Siempre con el objetivo de atender a un turismo diferenciado del vacacional que se atendía hasta ahora; se trata de un visitante que busca experiencias.

PUNTO Y FINAL A LA OFERTA OBSOLETA

Ese proceso, ha supuesto la reforma de "infraestructuras obsoletas, e incluso peligrosas en algún caso", que se puede considerar a día de hoy como "un caso de éxito", remarcó.

Sobre esta cuestión, Rotger expuso que en numerosos casos

GD DURAN
gduran.com

proyecta tu vida

PALMA · CALVIÀ · ALCÚDIA



Este es Iñaki Etxeguren, Director Gerente de Ercilla Hoteles.

Justo en el instante en el que se tomó esta fotografía, nosotros estábamos ultimando la reforma de las más de 300 habitaciones de su hotel de Bilbao.

No sabemos muy bien en qué estaba pensando Iñaki en ese momento. Si en qué regalarle a Joana porque se acercaba su cumpleaños, o en lo mucho que le gustaría volver a ver a su Athletic jugando la Champions.

Queremos que sepas lo que se siente dejándolo todo en nuestras manos. Porque perder el tiempo es estar preocupado por si esa inauguración va a salir tal y como habías imaginado. **Todo lo demás es ganarlo.**

El Corte Inglés
EMPRESAS



Estamos aquí.
www.ganareltiempo.com



Bartomeu Rosselló i Boeres, gerente de Acústica Balear y especialista en acústica aplicada.

Ha desarrollado una extensa actividad con proyectos y ejecuciones fundamentalmente centrados en el sector industrial, ambiental y de edificación e instalaciones.

se ha buscado crear un proyecto innovador, siempre basándose

en las "exigencias de los clientes, que son los que mejor saben lo que quieren". Y, a este respecto, Rosselló recordó que Baleares exporta conocimiento en materia de reformas hoteleras exitosas.

Sin embargo, no hay que olvidar que en los últimos años "hemos tenido viento de cola", incidió Hoddinott, que aludió al apoyo recibido por parte de distintos actores, entre los que citó a los bancos y a los touroperadores. Y, respecto al sentido del esfuerzo, manifestó que "sólo hay una dirección para Baleares, hacia arriba", tras comparar la situación de su planta hotelera con otros destinos afines, como Tenerife, que de hecho es 20 años más joven.

Así, consideró de vital importancia ese incremento de las plazas

de alojamiento en las categorías superiores: "Todos los elementos, la materia prima, para hacer eso, estaba ahí, sólo hemos tenido que atacar el marco normativo y aprovechar ese poco de viento de cola. Eso tiene sentido", precisó Hoddinott.

LA CLAVE ES LA UBICACIÓN

En general, consideró que el potencial turístico balear es "elevado", siempre que se aprovecha la ubicación de hoteles -muchas veces de gran tamaño- que se encuentran desde hace décadas en primera línea de playa, pero que venían necesitando un reposicionamiento de su oferta. Eso supone "mucho trabajo", porque a veces el cambio ha consistido en hacer pasar a un tres estrellas vacacional obsoleto hasta la ca-

tegoría de cinco estrellas. Consiguiendo una adaptación total de todos sus servicios a los nuevos condicionantes.

La cuestión de fondo es conseguir que esa evolución del hotel venga acompañada de otra del destino turístico, que "a veces también se tiene que mover", razonó Hoddinott.

En la misma línea, el director de Contratación de Construye Capital consideró que "el hotelero ha sido muy valiente", porque "ha sido capaz de tomar unas decisiones que no sólo afectan a su establecimiento y sus clientes", sino que "se decide cambiar la fisonomía de una parte importante de la ciudad", además de otros núcleos turísticos.

De hecho, con esa decisión "arriesgada", los que comenzaron con este movimiento "han dado



Carlos Martínez de Tejada, director de Contratación de la compañía Construye Capital.

Se dedica a la dirección y explotación de grandes proyectos en los ámbitos turístico y sanitario, además de otras obras de especial trascendencia. Su empresa ha reformado 85 hoteles.

pistas a otros" sobre el camino a seguir. Y, al mismo tiempo, se ha

incidido en el cambio del modelo de gestión que "permita dar ese salto", aclaró Hoddinott. Entre otras particularidades, resaltó los cambios operacionales que deben activarse tras concluir el proceso de reforma, entre los que citó el perfil del personal -si el establecimiento sube de categoría- y la evolución de los servicios técnicos que reciben un edificio actualizado con los servicios y tecnologías más modernas, y que ese departamento debe saber manejar a la perfección.

El debate se mantuvo centrado en todo momento en el gran esfuerzo que ha supuesto la oleada de rehabilitaciones hoteleras en Baleares, que ninguno de los ponentes dudó de que se mantendrá en los próximos años. Es una oportunidad para mejorar todo un destino turístico. ■

Grosfillex
EXPERT

Nuevas baldosas click para paredes.
Ahora, en el original formato 45x90 cm.

www.grosfillex.com

ACÚSTICA INDUSTRIAL

Enginyeria i instal·lacions acústiques
www.acusticaindustrial.com

Enjoy the silence,
enjoy music

ENTREVISTA

Coro Soto

coro.soto@proveedoreshosteltur.com

**MARIO PÉREZ, KEY ACCOUNT MANAGER Y
COPROPIETARIO DE AQUATHIN BALEAR**

"APOSTAR POR AGUA DE CALIDAD PERMITE AHORRAR"



Desde 1992, Aquathin Balear realiza el estudio, la instalación y el mantenimiento de equipos de tratamiento de agua para hostelería. La empresa nació con un objetivo claro: aumentar la calidad de vida de sus clientes, garantizando "la mejor agua para cada uso de forma eficiente y responsable". En el sector hostelero, trabajan para optimizar el consumo humano de agua y mejorar el rendimiento económico, energético y ecológico mediante el perfecto funcionamiento de maquinaria

que utilice agua como parte de su actividad.

A nivel industrial, su actividad se extiende a panaderías, bodegas, heladerías, fábricas de refrescos, fábricas de bebidas alcohólicas, etc.

Mario Pérez cuenta con más de 15 años de experiencia en asesoría integral del agua para el Canal Horeca y Aquathin Balear participó con stand propio en los I Encuentros Proveedores Hosteltur Baleares.

Aquathin Balear trabaja tanto a nivel doméstico como industrial. ¿Qué servicios ofrece al sector de hostelería?

Ofrecemos un asesoramiento integral. En primer lugar, realizamos el estudio técnico previo con el fin de asegurar al cliente al 100% que esos equipos son los que necesita. El siguiente paso es la venta e instalación de los equipos y, por último, ofrecemos

nuestro mantenimiento 'Premium' que contempla revisiones programadas preventivas, actuaciones correctivas incluidas ilimitadas, 365 días de servicio técnico y atención en 24 horas para emergencias.

¿Es compatible apostar por agua de calidad y, al mismo tiempo, obtener un ahorro amortizable?

Yo me atrevería a afirmar que es indispensable apostar por una calidad de agua para obtener ahorros amortizables. Podemos llegar ahorrar un 50% en el consumo de jabones y detergentes. Reducir en más de un 99% las averías ocasionados por incrustaciones de cal en toda la maquinaria que funcione con agua (hornos de vapor, cafeteras, lavavajillas, calderas, etc.)

Otro hecho importante es que sin calidad de agua no puedes dar calidad a tus clientes. Si tienes una cubitera no es lo mismo

servir copas con un hielo transparente y cristalino (gracias al acondicionamiento del agua) que ofrecer un hielo blanco y con olor a cloro. Este ejemplo es aplicable al café, al agua de los spas y las duchas, etc.

¿Cuáles son las principales necesidades a cubrir en este mercado?

En el caso concreto de las Islas Baleares, toda la maquinaria de hostelería que utilice agua (de red municipal o de pozo) requeriría de una mejora (filtración, descalcificación, ósmosis inversa, sistemas inhibidores, sistemas de protección higiénica, eliminación del cloro en punto de consumo, etc.) para que el proceso que realiza esa máquina sea óptimo. Concretamente para la hostelería estamos hablando de agua fría

sanitaria, agua caliente sanitaria, lavandería, hornos de vapor, cafeteras, lavavajillas/lavavasos, máquinas de hielo, agua de bebida, máquinas de refrescos, máquinas de zumos, cuecepatas, agua para cocinar, etc.

En el negocio hostelero y de restauración es importante apostar por la calidad del agua en cada proceso que se utilice. ¿Es consciente el empresario de la relevancia de disponer de agua de calidad?

Hasta hace unos 10 ó 15 años, sólo un 25-30% eran conscientes de ello. Actualmente, en torno al 80-90% de los empresarios hosteleros o responsables de servicio técnico entienden que igual que es necesario hacer un estudio de climatización,

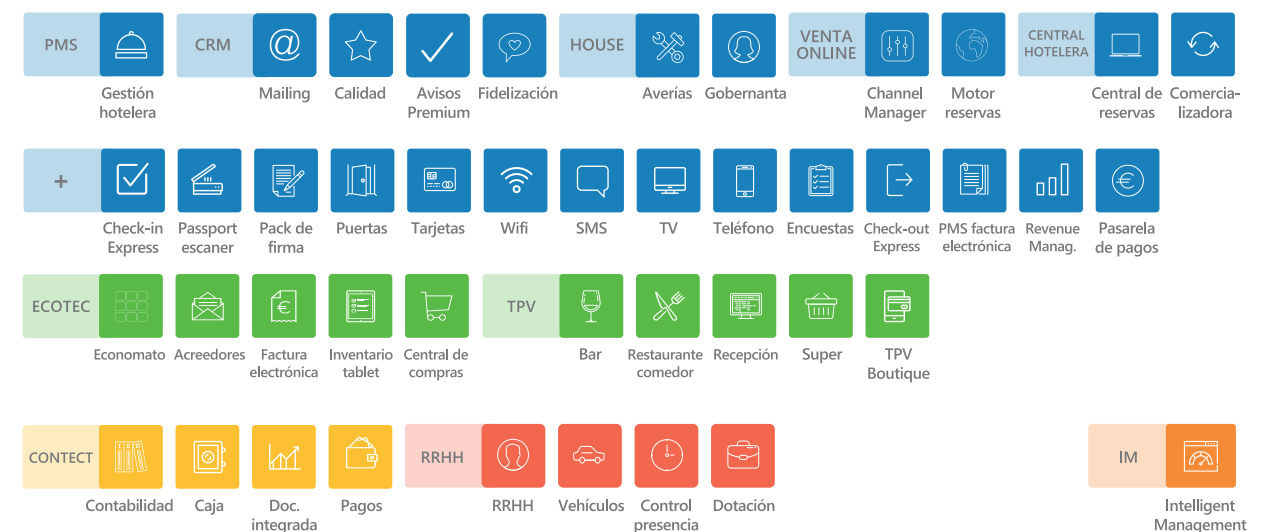
electricidad, etc., también debe hacerse otro de tratamiento de agua, porque, aunque el agua ya llega al establecimiento hotelero, siempre le "sobrará" o le "faltarán" algo.

Por ello, nuestro caballo de batalla es hacer entender al restaurador/hotelero/empresario que el agua es como una materia prima más usada, como lo pueda ser la carne o el pan.

¿De qué manera puede influir la calidad de agua en el correcto funcionamiento de la maquinaria, de cara, incluso, a alargar su vida útil?

Dependerá de la maquinaria, pero en las muy delicadas (como un horno de vapor) estamos hablando de pocos meses de funcionamiento hasta que se

HO TEC
Hotel Management System



www.tec-soft.es

TEC-SOFT
informática • comunicaciones • sistemas

estropee, y son averías muy costosas. Cualquier maquinaria que utilice un agua adecuada y optimizada para esa maquinaria, no tendrá averías ocasionadas por un agua sin tratar, y la calidad visible de su proceso será mayor.

¿El agua osmotizada en hostelería es una opción rentable?

Rotundamente sí. Pero no para toda la maquinaria. A mi, personalmente me gusta mas hablar de adecuar el agua según sea el uso a la que va destinada para buscar la máxima eficiencia. De ahí la importancia de contar con un asesoramiento profesional que te ayude a tener el agua que necesitas para cada punto. De esta manera ahorraremos costes de implantación y seremos más eficientes.

¿Qué ventajas ofrece la osmosis inversa en su uso en hospitales?

Se utiliza principalmente para las auto-claves (maquinaria de esterilización de instrumental), procesos de diálisis, para análisis de laboratorio, etc. Viene a sustituir el agua destilada que se usaba antiguamente.

Por su parte, el agua descalcificada es idónea para determinados usos en lavanderías, restaurantes... ¿En qué casos la recomiendan?

Para aquellos procesos donde el agua osmotizada no es una opción idónea (por la relación coste/rentabilidad), apostamos por suministrar agua descalcificada. En general, esos casos son: procesos de lavandería, agua fría sa-

nitaria, agua caliente sanitaria, lavavajillas (no lavacopas).

Están en contacto con las empresas suministradoras con el objetivo de mejorar el rendimiento de estos equipamiento. ¿Se trata de adaptar la calidad del agua para cada tipo de maquinaria?

Efectivamente. Un buen fabricante de maquinaria que utiliza agua detalla en sus especificaciones técnicas, como tiene que ser el agua para que su maquinaria trabaje de manera óptima, estableciendo unos mínimos y máximos ciertos valores físico-químicos. Mediante un análisis del agua (si fuese necesario), nuestro trabajo es proporcionar el agua dentro de esos parámetros, con los equipos de tratamiento de agua que correspondan. ■

PROVEEDORES

HOSTELTUR

Revista trimestral de información profesional que se envía **GRATIS** a los directores de: Proyectos, Instalaciones, Compras, Alimentación y Bebidas de los sectores Hotelero, Hospitalario y HORECA de toda España.



EXPERTO EN VESTUARIO LABORAL

Noticias diarias en la web, con la mejor información profesional sobre Alimentación, Bebidas, Audiovisual, Informática, Climatización, Eficiencia, Contract, Lavandería, Limpieza, Maquinaria, Seguridad, Spa, Wellness, Textil, Complementos, Innovación y Desarrollo Sostenible; de y para las empresas proveedoras y compradoras de los sectores Hotelero, Hospitalario y HORECA.

¡Suscríbete gratis!
www.proveedoreshosteltur.com



info@proveedoreshosteltur.com · +34 971 73 20 73

MANUEL XAMENA, SALES MANAGER DE IMPORT MOCA

"EN CAFÉS SE BUSCAN MÁQUINAS DE RÁPIDA GESTIÓN"

ENTREVISTA

Estrella Villatoro
redaccion1@proveedoreshosteltur.com

Import Moca, compañía especializada en cafés y máquinas, está presente desde 1986 en las Islas Baleares colaborando con el sector hostelero con una oferta versátil y completa que agrupa ingredientes de calidad junto con sistemas de última generación y eficiencia operativa al servicio del café. Además, Import Moca ofrece un showroom donde los clientes de la empresa tienen la oportunidad de conocer y testear personalmente con demostraciones sus productos, equipos y máquinas y ser asesorados según las necesidades de cada establecimiento de hostelería y restauración. Manuel Xamena ocupa el pues-

to de Sales Manager en la compañía y aporta su dilatada experiencia de más de 20 años en el sector, tanto en maquinaria como en producto, y explica la evolución de las máquinas de café en cuestión de tecnología adaptándose a las necesidades que marca el mercado.

¿Cómo ha evolucionado el mercado de las máquinas de café profesionales desde sus inicios a nuestros días?

Con el paso del tiempo, la forma de preparar y degustar el café ha ido cambiando, y con ello las máquinas de café que, sobre todo, han evolucionado en rapidez, estética, tipo de recetas, etc.

En esta evolución se ha introducido innovación, tecnología, digitalización, etc. ¿Cómo ha llevado Import Moca esta actualización de los

procesos?

Al ser distribuidor del Grupo JDE Coffee en Baleares, con marcas reconocidas como Marcilla, Saimaza, L'Or, Tassimo, Jacobs, etc., podemos contar con los mejores dispensadores que hay en el mercado, tanto de nuestro Sistema Cafitesse de Marcilla, como de las mejores marcas del sector.

Para un buen servicio de café, la tendencia del sector hostelero busca máquinas más modernas, sistemas enfocados para mejorar la entrega de los pedidos, que permitan una cómoda y rápida gestión. Además de un sistema de limpieza diaria, simple y rápida.

¿Cuáles son las claves del éxito en España (con respecto a la cultura del café) para conseguir destacar en equipos profesionales de café?
Cada hotel tiene unas necesida-



des específicas. Nuestro reto es ser capaces de aportar cualquier tipo de solución que necesiten: café concentrado para grandes volúmenes de consumo en poco espacio de tiempo, café en grano recién molido, café

soluble para presupuestos más ajustados, monodosis... Hay que adaptarse a lo que nos solicite el cliente y el mercado.

¿Qué le exige el cliente de Horeca a un proveedor

como Import Moca?

El cliente Horeca en Baleares es muy profesional y sabe lo que necesita para sus clientes. A Import Moca le exige la mejor calidad de café en cada momento, además de un Sat. 365 días al año, con una respuesta rápida, quedando resuelta la incidencia diariamente.

¿Qué retos y perspectivas futuras se plantean en la compañía?

Nuestro reto diario es seguir ayudando al hotelero balear a dar el mejor café a sus clientes, que cada vez son más exigentes y están mejorando la cultura del café. Para el futuro queremos seguir dando el mismo servicio personalizado en ventas, Sat., logística, etc. que hemos dado durante estos últimos 30 años. ==



www.doctorcrespi.com



CREAMOS AMBIENTES SALUDABLES

**Auditorías APPCC
Formación homologada
Laboratorio propio
Prevención de Legionella**

Biolinea|com

Ata ecotecnología e higiene

controlatupiscina.com

legioexpert.com

Avda. Portugal, 1 - Entlo. - 07012
Palma de Mallorca - Illes Baleares (España)
971724701 - info@drcrespi.com

ACTUALIDAD DEL SECTOR

Hemos hecho una selección de algunas de las empresas que asistieron a los Encuentros Proveedores Hosteltur de Baleares para que presentaran sus productos más innovadores. Uniformes, pavimentos, amenities, accesorios de baño, soluciones informáticas, etc. son elementos indispensables para el equipamiento hotelero.



Almacenes Femenías, experiencia y profesionalidad

Empresa familiar mallorquina con más de 80 años de historia en la distribución de azulejos, pavimentos, piedras, sanitarios, mobiliario de baño, grifería y spa. Su colaboración con firmas internacionales va más allá de su presencia en Mallorca, habiendo participado en la distribución y suministro de las marcas en proyectos alrededor del mundo.

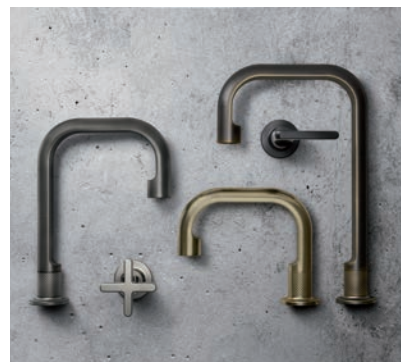
www.femenias.com/es



Amenities de Caudalie de la mano de Groupe GM

Groupe GM colabora por primera vez con la marca francesa Caudalie en la apuesta de una nueva línea de amenities. Caudalie es conocida por su uso de polifenoles patentados obtenidos de las semillas de la uva como base de sus productos. Esta línea se compone de frascos de 40ml en un tono morado, dos suaves jabones de 25 y 50g, envueltos en papel y seis dosificadores de 300ml. Todas las fórmulas cumplen las regulaciones cosméticas europeas y la carta de formulación Cosm'Ethique de Caudalie.

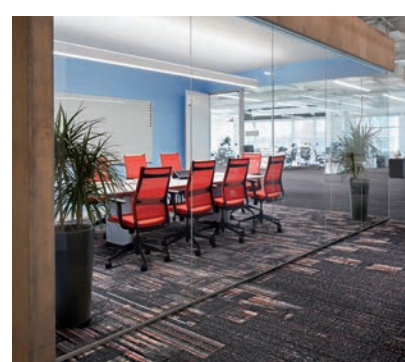
www.groupegm.com



Accesorios de baño Gessi de líneas clásicas

La marca italiana Gessi ha diseñado y fabricado exclusivos accesorios y mobiliario de baño durante más de 20 años. Su última colección, Inciso, involucra todos tus sentidos en una nueva experiencia de bienestar que te volverá a conectar con tu yo interno. Su diseño, inspirado en el estilo americano de la fontanería clásica, remite a una autenticidad y una calidad de otros tiempos, en los que la estética de los productos provoca emociones, además de ser funcionales.

www.gessi.com



Los nuevos pavimentos modulares de Interface

Interface, la compañía global de pavimento modular y líder mundial en sostenibilidad, presenta una nueva colección: Visual Code, línea de pavimento modular. La nueva propuesta está inspirada en la tecnología y en la naturaleza, creando un ambiente atractivo, lleno de color y estimulante, ideal para una amplia tipología de espacios como oficinas, hoteles, restauración o centros educativos.

www.interface.com



Calidad de agua y de vida

Aquathin Balear nace en el año 1992 con el afán de ofrecer soluciones que puedan mejorar la calidad de vida tanto a nivel industrial y comercial. Uno de sus principales objetivos es mejorar el rendimiento económico, energético y ecológico del sector de la hostelería e industria mediante el perfecto funcionamiento de cualquier máquina que utilice agua como parte de su actividad (lavavajillas, cubiteras, cafeteras, etc.). Pueden ofrecer una auditoría gratuita de las instalaciones y equipos ya existentes y así poder hacer una valoración del estado actual. El servicio técnico es de 365 días al año.

www.aquathinbalear.com



Espacios versátiles con el innovador material de Bathco

Líneas puras, luminosidad y geometrías simples se crean con DADOquartz, un material totalmente innovador realizado a partir de cuarzo mezclado con resina, a través de la nueva serie Pretoria de Bathco.

Esta serie conecta con el lavabo tradicional y, a la vez, lo proyecta hacia el futuro amplificando sus posibilidades estéticas y su versatilidad. Recurre al blanco y hace un homenaje a las formas ya existentes y evoluciones necesarias.

www.thebathcollection.com



ROBOTBAS ayuda al huésped a interactuar con su habitación

ROBOTBAS presenta su aplicación bluetooth "Room Control" que permite a los huéspedes interactuar con su habitación directamente desde su dispositivo iOS o Android. Éstos podrán enlazar su habitación con la aplicación Room Control, descargada en su teléfono móvil, mediante un Código QR proporcionado al hacer el check in del hotel. Una vez en la habitación, la aplicación se enlaza automáticamente con la estancia, permitiendo a los usuarios controlar la climatización e iluminación de la habitación según sus necesidades.

www.robotbas.com

Autovidal
DESDE 1921



THE GARAGE
Autovidal Ocasión

www.autovidal.es



971 020 020



Para un confort eficiente y silencioso con Java

La unidad de extracción de aire MVS-15 de Java, en exclusiva en DURAN, es la más silenciosa en todas las velocidades a nivel europeo. El confort que proporciona es gracias a su nivel sonoro súper bajo que se debe al eficiente motor EC alojado en un núcleo aislante de PPE. Tiene, además, un consumo eléctrico extremadamente reducido, que hace que el MVS-15 logre un beneficio adicional sobre la clasificación energética. Tiene un caudal de aire máximo de 480 m³/h con 200 Pa, 3 velocidades y 28 posibilidades de ajuste del caudal de aire.

www.gduran.com

Carttec ofrece un planchado perfecto y seguro

Géiser es la innovadora plancha de vapor vertical de Carttec. Su potencia de 1000W logra un alisado verdaderamente profesional y rápido. Es ergonómica, ya que su diseño se adapta a las características fisiológicas de la mano para un planchado muy cómodo. Es fácil de usar, ya que su depósito de 60ml deslizante se rellena de forma muy sencilla y alcanza los 98°C en 20 segundos. Además, se apaga automáticamente cuando el depósito se queda vacío o se sobrecalienta. Gracias a su sistema de vapor, evita quemaduras en la piel y en la ropa y elimina las bacterias y olores de las prendas.

www.carttec.com

H-Cube de TTS, lo más práctico

TTS ha creado H-Cube, un carro de servicio discreto, elegante y compacto que permite realizar las actividades de limpieza y presentación de las habitaciones rápidamente y sin llamar la atención. Es la solución ideal para empresas receptoras que no desean o no pueden usar carros de servicio de grandes dimensiones debido a problemas de espacio, a la discreción o a las distancias, como hoteles boutique, de lujo o villas de bungalows. Caracterizado por un diseño sobrio y discreto, pasa inadvertido en cualquier ambiente en el que opera. Las prácticas ruedas axiales le permiten afrontar escaleras, desniveles y pavimentos externos.

www.ttsystem.com

Uniformes de BapLin hechos de plásticos

€urouniformes es una asociación que agrupa a distintas Empresas de Uniformes y EPIs de España, formando la mayor red a nivel nacional. En Baleares está representada por dos empresas asociadas, BapLin Uniformes y Uniforma-T. Recientemente, han dado a conocer la nueva tendencia en textil para la confección de prendas laborables, algo que ya se ha iniciado en el mundo de la moda, a partir de tejidos hechos de plástico recogidos del mar, así como tejidos realizados con botellas de plástico y otros materiales reciclados o ecológicos.

www.baplinuniformes.es

JVD sabe cómo cuidar la bienvenida de los huéspedes

Esta bandeja de bienvenida modular, de diseño contemporáneo y elegante, permite albergar máquina expreso y hervidor en un mismo set. Con el diseño modular se puede optar por distintas opciones, entre ellas, el portacápsulas, reversible en dos caras, una con seis huecos y otra con tres. Acabada en madera de bambú ecofriendly y melamina de muy alta resistencia a quemaduras se complementa con la nueva máquina expreso Mini Corseto, en un acabado compacto y acogedor. Resulta la mejor opción para dar una gran bienvenida al huésped.

www.jvd.es

La solución PMS más ágil para hoteles con Tec-Soft

Tec-Soft Consulting se fundó en 1989 como empresa especializada en la creación, desarrollo, producción, comercialización y mantenimiento de soluciones informáticas para la gestión empresarial. Son la única en Baleares del sector que ofrece una solución integral (Soft + Hard + Sistemas). Sus principales clientes pertenecen al sector de la hostelería, donde más de 300 hoteles alrededor del mundo utilizan su PMS HOTECH. Para Tec-Soft, el objetivo principal es mantener al cliente satisfecho.

www.tec-soft.es

INSTALACIONES DEPORTIVAS Y DE OCIO

Parques de agua · Parques infantiles · Pavimentos interiores · Pavimentos deportivos
Césped artificial · Instalaciones deportivas · Instalaciones fenológicas · Gimnasios

H2O2
SPORT GLOBAL

C/ Pou d'en Bauçà, 15.
07350 Binissalem. Illes Balears

Telf. 971 511 237
info@h2o2sportglobal.com

www.h2o2sportglobal.com
h2o2sport_global

SERVICIOS AUDIOVISUALES

CONGRESOS
REUNIONES
PRESENTACIONES
EVENTOS

sam
SERVICIOS
AUDIOVISUALES
DE MALLORCA

Tel (+34) 971 736 690
info@samaudiovisuales.com
www.samaudiovisuales.com



Duchas Hansa emocionantes

El completo sistema de ducha HansaEmotion es una novedad mundial para el bienestar del cuerpo y del espíritu, en exclusiva en DURAN. Así, convierte cualquier ducha en una ducha Wellfit, un lugar donde poder recuperarse de un esfuerzo, relajarse y recargar las pilas. Con sistema de bloqueo del agua caliente a 38°C, se encarga de que el agua no alcance temperaturas excesivas, y la tecnología Thermo Cool, que impide que la superficie del termostato se caliente. La pieza de cristal de seguridad es muy fácil de limpiar, está disponible en blanco o antracita

www.gduran.com



Iluminación perfecta con las cornisas de Orac Decor

El nuevo U-Profile es una cornisa de iluminación en forma de U obra del arquitecto y diseñador italiano Orio Tonini para Orac Decor®. Su diseño inteligente ofrece soluciones infinitas en decoración e iluminación indirecta mediante leds y favorece la atmósfera intimista que proporciona una iluminación atenuada. Supone una solución perfecta frente a otras alternativas no tan versátiles para iluminación indirecta de espacios.

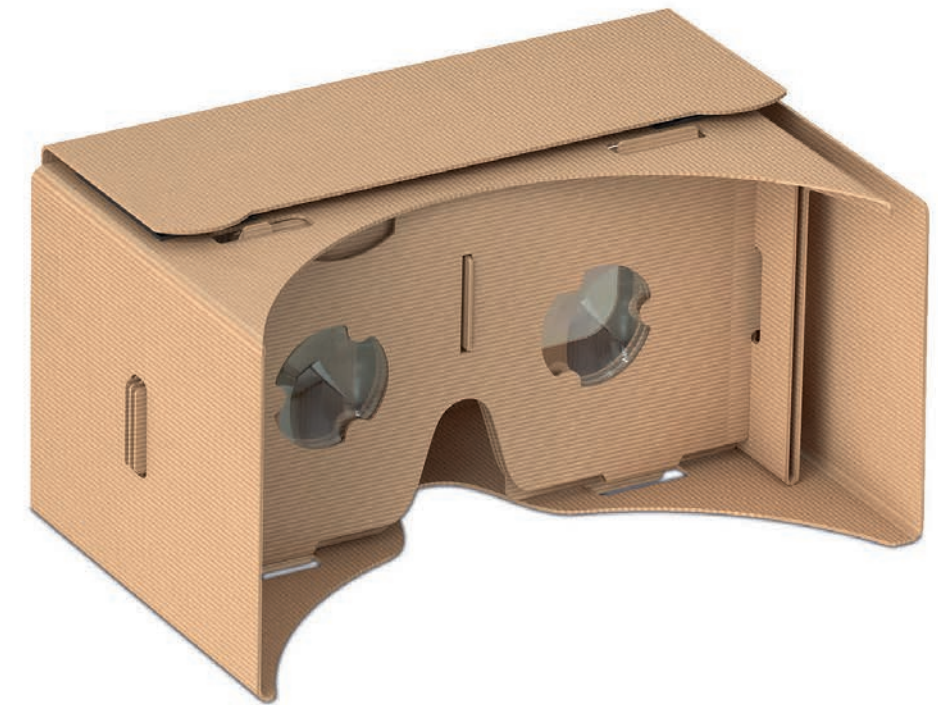
www.oracdecor.com/es



Lo último de Azuvi, para espacios originales

Azuvi presenta su nueva colección Fusion, idónea para espacios que busquen la elegancia de un material exclusivo. Una colección perfecta para revestir espacios como cocinas, baños o un salón creando un efecto original y diferenciador. Inspirada en edificios industriales y construcciones arquitectónicas en metal, que van cambiando con el tiempo y el uso, permite combinar dos texturas distintas para revestimiento consiguiendo acabados muy elegantes y actuales.

www.azuvi.com



A LA VANGUARDIA EN CARTÓN ONDULADO

Integramos tradición e innovación para aportar soluciones eficaces en packaging y embalajes. Un estricto control de calidad y una vocación de eficiencia en los procesos nos han convertido en líderes en Baleares.



■ Maquinaria de cocción ■ Mobiliario a medida ■ Instalaciones frigoríficas ■ Sistemas de extracción ■ Buffets a medida



Cubrimos el 100% de tus necesidades como profesional hotelero

ABRIMOS ANTE TI
TODO UN MUNDO DE POSIBILIDADES.

Abre la puerta a un lugar en el que encontrar las soluciones que buscabas pero, por qué no, también las que no imaginabas. Una oferta de equipamiento y servicio integral que nos ha convertido en referencia mundial en soluciones especializadas para el mundo del hotel.



www.fagorindustrial.com

FAGOR INDUSTRIAL S.COOP.
Barrio de San Juan, 22
20560 Oñati, Gipuzkoa (Spain)
T. (+34) 943 71 80 30



Líderes en Packaging & Embalaje de cartón

Fabricación e impresión de cartón ondulado, contracolado, troquelado, pegado, fondo automático, 4 y 6 puntos, etc.



Calle 16 de julio, 57 Polígono Son Castelló • 07009 Palma • Baleares
971 430 838/40/41 • www.cartonajesmallorca.com

ENTREVISTA

Raquel Redondo

raquel.redondo@proveedoreshosteltur.com

PAU CRESPI, DIRECTOR GENERAL DR. CRESPI – BIOLÍNEA

"HAY UNOS ESTÁNDARES DE SEGURIDAD ALIMENTARIA Y DE HIGIENE HÍDRICA MUY ALTOS EN LOS HOTELES ESPAÑOLES"

Biolínea se enmarca dentro de un pequeño grupo de empresas que operan bajo la marca Dr. Crespi y, además de ésta, hay otras dos, como son ATA Ecotecnología e Higiene del Agua, dedicada a limpiezas y desinfecciones de legionella y tratamientos de aguas, y la parte digital del grupo llamada Controla tu Piscina, con un software especializado en el control de piscinas públicas.

¿Y a qué se dedica Biolínea?

A la asesoría higiénico-sanitaria. Disponemos de un laboratorio de aguas y alimentos y nos dedicamos básicamente a la asesoría sanitaria de hoteles en temas como legionella, piscinas, buffets y restauración, y seguridad alimentaria.

¿Cuál es vuestro ámbito de actuación?

Tenemos un total de unos 300 hoteles en cartera. Son bastantes clientes. Y actuamos allá donde nos llaman, es decir, en los destinos donde estén situados estos establecimientos.

¿De qué forma realizáis vuestras intervenciones?

Actuamos en el ámbito de la prevención. Normalmente hacemos auditorías higiénico-sanitarias mensuales a los hoteles, pero también intervenimos cuando hay algún problema, algún brote, y también



actuamos en caso de problemáticas sanitarias, ya sean relacionadas con cocinas o con higiene hídrica.

¿Qué ayuda podéis prestar ante brotes infecciosos?

Les ayudamos desde muchos ángulos. El primero es que tenemos buenas relaciones -y, de hecho, somos consultores- con ABTA, la asociación de touroperadores británica (y la más importante a nivel mundial). Por tanto, en estas situaciones de crisis o de estrés, reconozco que somos buenos, porque tenemos este conocimiento y esta buena relación con touroperación, también con sanidad local y con la operativa del cliente. Así, intentamos ayudar de todas las maneras, localizando dónde está el problema, incorporando las acciones correctivas que se consideren

y comunicándolo a las diferentes partes implicadas.

¿Cómo valoráis los últimos casos de denuncias improcedentes?

Esto ha sido algo que ya se ha disipado y cada vez ocurre menos. Pero ha sido muy difícil contraponer este problema, sobre todo porque se trataba de denuncias falsas. Los hoteles ya podían tener todos los protocolos que tocaban en regla y bien, pero resulta que recibían una denuncia sin sentido.

¿Cómo hemos ayudado a los clientes? Pues teniendo registrado mucho mejor de lo que quizás tenían hasta el momento todos sus protocolos, sus temas de formación, etc., para poder luchar contra las denuncias falsas con registros reales que demuestran que estaban llevando las cosas bien.

¿Es difícil frenar un brote de legionella?

La verdad es que son cosas complejas. Es una enfermedad muy importante porque muere un 10% de los afectados. Por tanto, cuando hay un brote de estas características suelen haber muertos y, por tanto, dramas y crisis fuertes. Y muchas veces Sanidad mismo cierra los hoteles, y hay que hacer limpieza



y desinfecciones. Y lo más importante: saberlas hacer. Hay que saber dónde está el problema y ayuda mucho ese conocimiento que se adquiere con la experiencia y con mucho tiempo y dedicación. No es sencillo localizar el problema.

¿Cómo valoráis la prevención en hoteles españoles?

El hotelero balear y español, en general, está muy concienciado y hay unos estándares de seguridad alimentaria y de higiene hídrica muy altos si los comparamos con otros países donde también hay turismo. —

THE HOTEL EXPERIENCE

Cuando abres la puerta de una habitación de hotel, esperas encontrar un ambiente tranquilo, un mobiliario confortable, una hermosa decoración. En una palabra: un lugar agradable, con un bonito diseño. Porque los detalles son importantes, ofrecemos accesorios de habitación que hacen tus habitaciones únicas.

jvd.es

BONDIAN LIVING CREANDO DISEÑO MEDITERRÁNEO



Diana Huete es la arquitecto de interiores que está detrás de Bondian Living desarrollando y planeando proyectos de interiorismo - tanto de residenciales como hoteles o restaurantes- en toda Europa desde hace más de 15 años. Formada en algunos de los mejores estudios de Nueva York y Madrid, entre sus clientes están afamados empresarios, futbolistas y personalidades como la familia Preysler.



Mitad filipina, mitad española, ha vivido siempre en un ambiente internacional, marcado por diferentes culturas. Sin duda, algo que le gusta transmitir en su decoración y que se ha convertido en su sello personal. Uno de sus últimos trabajos se ha desarrollado en Mallorca. El hotel Honucai se ha convertido tras el paso por su estudio en un hotel Boutique de referencia en la isla.

Diana, ¿qué ha supuesto para ti el proyecto del Hotel Honucai?

Para mi y para el resto de quienes trabajan conmigo en Bondian ha

significado un reto personal de superación muy intenso, tanto a nivel creativo como de Project management. Nuestro equipo está compuesto por gente profesional con un perfil multidisciplinar. Hemos gestionado todo el proyecto, dirigiendo y coordinando a más de 150 personas - con todas las dificultades que eso representa -. No podemos estar más orgullosos del resultado.

¿Qué se ha buscado al enfocar los espacios, decoraciones, etc?

El objetivo principal es que el cliente viva una experiencia única en las estancias. Buscamos espacios que provoquen al cliente emociones, que les marquen. He intentado crear espacios con personalidad, atrevidos, arriesgados y con mucho diseño para que se sienta que es un espacio excepcional. Solo hay una forma de conseguir este ambiente poco convencional: mimando el detalle hasta conseguir espacios con alma. El estilo decorativo tiene un espíritu mediterráneo, con algunas influencias exóticas y étnicas en honor al nombre del Hotel Honucai (tortuga en hawaiano). Se ha buscado un estilo fresco, colorido, con aires marinos creando una atmosfera viva que transmita ese aire de vacaciones, tiempo libre, ganas de vivir y disfrutar. —

BONDIAN LIVING

Can Veri 5, Palma de Mallorca
Tel: +34 971 425 180
www.bondianliving.com
Instagram: [bondianliving](#)

ENCUENTROS PROVEEDORES HOSTELTUR

19 Y 20 DE MARZO 2019
HOTEL MARRIOTT AUDITORIUM DE MADRID

Más información en:
proveedoreshosteltur.com

¡Suscríbete gratis!
proveedoreshosteltur.com



C/. Cardenal Rosell, 182 - Parcela 12-13 Zac 1 Calle J - Mercapalma
 Coll d'en Rebassa - 0707 Palma de Mallorca
 Tels. 971 26 27 37 - 971 26 87 20 - Fax 971 74 35 81
administracion@discagran.com