

Estrategia, Actualidad y Gestión

INFOHORECA

nº18 Marzo-Abril 2016

Accesibilidad

Hoteles y restaurantes accesibles para todos y sin ruidos.

Sostenibilidad

Instalaciones para ahorrar y compensación de emisiones

Cultura cafetera

La transformación de una industria que mueve millones

Sin alcohol

Mocktail: algo más que el simulacro de un cóctel



De feria

Tendencias y productos vistos en el Salón de Gourmets y Alimentaria

BUENOS DÍAS ITALIA.



Café en grano y leche fresca son sinónimos de calidad en una taza. Hoy, gracias a **KAFESMA**, podemos obtener un espresso, un capuchino, o un latte macchiato acorde a la mejor tradición italiana con tan sólo

pulsar un botón. El diseño elegante, sus dimensiones compactas y su fiabilidad hacen que las máquinas súper automáticas de Necta sean únicas e ideales para la demanda en hoteles y cafeterías.



FRESH MILK



Descubre nuestra gama en nectahoreca.es



← NUEVA NEVERA

NECTA ES UNA MARCA DE



nreglobalvending.es





45



56



76



22

Sumario

INFOHORECA

N.º 111 Mayo-Abril 2015

Suscripción anual: 14€ + IVA

ISSN: 2240-3985

Deposito Legal: BI 630-2010

Impresión: Centro Gráfico Gantús

Diseño original: **Infocred** (Luis Pérez)

Editor

Rafael Lasa • lasa@infocred.es

Redacción

Ernesto Uberna • ubernae@infocred.esLaura Palacios • lpalacios@infocred.esMaría Cercueta • marcercuet@infocred.es

Responsable Comercial

Joaquín de la Torre • joaquin@infocred.es

Dirección Bilbao

Ribera de Aja, 1. Ed. C2. D.I. 48950 Euzkadi, Vizcaya

Dirección Madrid

Rubio González, 40. 3.ª planta, 28037 Madrid

Teléfono / Suscripciones

911 255 7100 / suscripciones@infocred.es

Gerencia

José Enriquez Navarro

Director Financiero

Francisco Sanz Basterra

© INFOCRED 2015. La suscripción a esta publicación autoriza el uso exclusivo y personal de la misma por parte del suscriptor. Cualquier otra reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta publicación sólo puede ser realizada con la autorización de sus titulares. En particular, se prohíbe, a los efectos previstos en el art. 171 párrafo 2.º del vigente TRLRHL, su copia, almacenamiento o cualquier tratamiento de esta obra sin el consentimiento expreso de los titulares de esta obra, salvo que concuerde con la legislación española. Deberá acreditarse el Centro Español de Derechos Propiedad Intelectual si se necesita traducir, copiar, distribuir o poner a disposición de otros usuarios algún fragmento de esta obra o quiere utilizarla para cualquier tipo de promoción o publicidad. Teléfono: 911 255 7100 / 911 255 7101 / 911 255 7102 / 911 255 7103. Las colaboraciones son de exclusiva responsabilidad del autor.

4

EDITORIAL

Hay movimiento en las salas, hay evolución

6

VISTO Y OÍDO

La actualidad en el sector horeca

12

REPORTAJE ACTUALIDAD

Accesibilidad, hoteles y restaurantes para todos

Turismo más accesible: locales sin ruidos y adaptados

14

PERSPECTIVA

El hotel, el vecino deseado: modelos de desarrollos mixtos

por Francisco Gutiérrez de Arrechea, The Innova Room

16

ENTREVISTA

Juan Sintés, director industrial del grupo Kalise Menorquina

"Se tiende a fórmulas con otros pastres y en platos salados"

20

EFICIENCIA ENERGÉTICA

Atractivo verde

Instalaciones para el ahorro: casos y prácticas que hacen eco

Fuerte El Rompido: sin huella

Compensación de emisiones: reduce y gana

Instalaciones y soluciones

Para reducir el consumo y sacar el máximo rendimiento

36

INTERIORES

Castilla Termal Monasterio de Valbuena

Un monasterio reconvertido a hotel balneario *****

40

PERSPECTIVA

¿Tomas café?

por Rubén Sanz, Responsable del Dep. Formación de Quality Espresso

42

LO ÚLTIMO EN

Cultura cafetera

Calidad, sabor y presentación: el café se sofisticó

Coctelería sin

Mocktail: más que el simulacro de un cóctel

Tendencias de consumo

¿Qué bebidas son las más consumidas?

Destilados, licores, refrescos...

Bebidas, productos y equipamiento para bares y cafeterías

76

DE FERIA

Salón de Gourmets y Alimentaria

Hacia un nuevo comienzo para la hostelería

82

CATA DE VINOS

Monográfico vinos gallegos

90

AGENDA

El hotel, el vecino deseado: modelos de desarrollos mixtos



por Francisco Gutiérrez de Arrechea, socio fundador de The Innova Room

En la mente y, desde luego, en el plan de negocios de todo desarrollador inmobiliario, encabeza la lista de objetivos el maximizar la capacidad de venta de la edificabilidad disponible y asegurar las rentas futuras de los participantes del emprendimiento. Ningún esquema nos garantiza de manera completa esta suerte de cuadratura del círculo, sin embargo, la incorporación de un proyecto hotelero al mix de usos nos brindará una herramienta que, bien utilizada, puede darnos buenos resultados en múltiples aspectos (vectores, mejor dicho) del proyecto-negocio que tenemos entre manos.

Antes de lanzarnos al análisis de la relación de los proyectos hoteleros en desarrollo de usos múltiples, debemos mantener a la vista que su localización, dimensionamiento y consistencia, aspectos que resultarán determinantes para el éxito de los mismos, tanto si ya contamos con un hotel en el portafolio o adolecemos de él.

Metros vendibles sobre y bajo rasante

En general, los códigos de planeamiento resultan más restrictivos para los metros cuadrados a edificar por encima de la cota cero que para aquellos que se encuentran por debajo. Todo aquello que se encuentra fuera de la vista de los vecinos cuenta con un impacto "neutro" sobre el tejido urbano o suburbano.

Asimismo, dentro del menú de usos atractivos para desarrollos inmobiliarios, encontramos diferentes preferencias de los inversores-inquilinos-usuarios futuros. En usos comerciales, de educación y de sanidad, preferirán los niveles inferiores, mientras que en vivienda y oficinas, priorizarán los niveles superiores.

Con el desarrollo de los sistemas de comunicación, tanto física, de la mano de elevadores de última generación, como digital, con todas las infraestructuras y artefactos que facilitan la transmisión de voz y datos, los usos hoteleros pueden desagregarse y dispersarse sin inconveniente de acuerdo a sus áreas operacionales.

Recepción, alojamiento, alimentos y bebidas, reuniones y eventos, bienestar (wellness) y áreas de servicio podrían distribuirse en diferentes niveles como mínimo, y en edificios distantes en su grado más extremo. En este aspecto, pensemos en cuál de los usos mencionados podríamos "vender" metros en niveles de primer y segundo sótano.

En cuanto a un hotel, salvo sus habitaciones, todo el resto de usos podrían ubicarse en cotas por debajo del nivel cero. Incluso para algunos de ellos esa ubicación en particular hasta los favorece. Pensemos, por ejemplo, en las áreas de spa donde el recogimiento y la intimidad resultan determinantes, o las salas de reunión y eventos, en las cuales el silencio y el oscurecimiento se valoran de manera muy especial. Sólo estos usos, más las áreas de servicio, pueden representar alrededor del 30-35% de la superficie útil de un hotel, y es posible ubicarla, sin afectar un solo metro cuadrado, sobre rasante.

Eficiencias múltiples

Pensemos en todas las ineficiencias que se producen en edificios utilizados para un solo fin. En general, oficinas, edificios educativos, sanitarios (sin internación) y, desde luego comerciales, cuentan con un horario acotado de uso y sufren, a su vez, de la estacionalidad derivada de los ciclos del negocio, la escuela e, incluso, de las rutinas sanitarias (pocos elegimos visitar al médico en vacaciones). Sin embargo, la vida en los hoteles suele comenzar cuando se "extingue" en el resto de los usos y lo mismo ocurre cuando los huéspedes que salen tras el desayuno se "cruzan" con los usuarios de oficinas y aulas, o los clientes de las plazas comerciales. Esta cuasi "sincronización" de agendas redundará en numerosos beneficios.

Desde el punto de vista de la inversión en infraestructuras de servicio y seguridad, pensemos sólo a modo de ejemplo en el ahorro en capacidad de las plantas generadoras de emergencia, en la optimización de los medios de evacuación, en el dimensionamiento de las reservas de agua, tanto para consumo como para extinción de incendios. La menor necesidad de inversión repercutirá también en menos costos de mantenimiento y operación de esas instalaciones, y en inferiores primas de seguro sobre el edificio y las personas que lo habitan.

Los costos operativos derivados de la seguridad, recepción y conserjería, estacionamiento interno y externo, iluminación de áreas comunes y fachadas, y numerosos etcéteras más, repercuten de manera solidaria y proporcional entre esa comunidad de "vecinos" configurada "ad hoc".

Sólo para completar este apartado, imaginemos todo el ahorro en transporte derivado de la cercana "vecindad" entre los corporativos foráneos con su alojamiento, los pacien-

tes ambulatorios con su centro de control y tratamiento, y de todos los huéspedes del hotel con una buena opción de entretenimiento y compras para el caso de encontrarse en una plaza comercial.

Compatibilidad + complementariedad = sinergias

¿Por qué debería una empresa que alquila oficinas invertir parte de su superficie en salas de reunión, si el hotel "vecino" cuenta con esas facilidades operadas por expertos y sólo deberá pagar por ellas cuando las necesite? ¿Por qué debería un operador hotelero resignar parte de su capacidad edilicia para la prestación de servicios de alimentos y bebidas, si se encuentra emplazado en un centro comercial con una oferta de restaurantes y bares variada y ajustable a diferentes gustos y presupuestos? ¿Podría establecer alianzas estratégicas con esos puntos de venta, mediante las cuales unos garantizan estándares de calidad, a la vez que los otros proveen del flujo de clientes mínimo necesario?

¿Por qué en lugar de invertir en salas de seminarios y congresos con altos estándares de acústica y conectividad, los operadores hoteleros no establecen acuerdos con las salas de cine que, por lo general, comienzan su actividad en el horario vespertino? Unos (los hoteles) reducen su costo de

inversión y variabilizan un costo de acuerdo a la demanda, a la vez que los otros (salas de cine Full HD) generan ingresos complementarios en horarios en los cuales la gente tiene poca costumbre de ver películas.

Last but not least...

Los hoteles constituyen una de las pocas industrias, sino la única, que proporciona tráfico los 365 días del año durante las 24 horas del día. En este sentido, el desarrollador que incorpore un hotel a su menú de usos, contará con un arma de argumentos imbatibles:

- Un razonable co-inversor dispuesto a quedarse con muchos de los metros "poco apetecibles" del proyecto.
- Un amigable vecino para absorber, de manera solidaria y proporcional, los gastos comunes de seguridad y mantenimiento
- Y un socio de negocio que aportará un variado y permanente volumen de potenciales clientes, pacientes, alumnos, inquilinos, etc. durante toda la vida del emprendimiento. H

Francisco Gutiérrez de Arrechea, socio fundador de The Innova Room
www.theinnovaroom.com



SERIE STANDARD

Hasta 3 metros de altura con 12 mm de espesor de vidrio. Más luz pero su terraza. Ahorro en calefacción y aire acondicionado. Retención acústica.

La Cortina de Cristal para su hogar o negocio.

acristalia

www.acristalia.com
info@acristalia.com - 902 022 238