

PROVEEDORES

HOSTELTUR

ESPECIAL

SOSTENIBILIDAD

OPINIÓN | Álvaro Carrillo, director general del ITH

EN CLAVE PERSONAL | Juan Miguel Carrasco, director de Estrategia de Distribución a Hostelería de Makro

ENTREVISTAS | Justo Orgaz, presidente de GBCe
Luis Cabrera, presidente de ANESE

ENERO 2019 **#30**



MATRIX

Strong • Smart • Beautiful

En la vanguardia del equipamiento fitness



SOSTENIBILIDAD: de todos, para todos

A la hora de plantear el tema de la sostenibilidad en el Canal Horeca, son tantas las cifras y objetivos que nos asaltan, como agentes que participan en nuestro sector y que, dicho sea de paso, ya están trabajando e invirtiendo de forma individual, desde sus propias empresas, en pro de este compromiso colectivo.

En lo que sí que no hay variedad es en las opiniones de profesionales, expertos, asociaciones, restaurantes, proveedores, hoteles, etc. cuando hablan de la sostenibilidad. Todos coinciden en que no es una opción ni una obligación, es un requisito fundamental, una necesidad imperiosa en el sector. Y, como tal, hemos querido inaugurar este 2019 con una edición, la de enero, íntegramente dedicada a ella, desde la primera a la última página, incluidas nuestras secciones fijas especializadas habituales. Porque, como decimos, estamos ya inmersos TODOS en una realidad sostenible que debe beneficiar a cada negocio de la cadena de valor que participa pero, y sobre todo, a las personas, como eslabones y como usuarios.

Menos agraciada es la opinión casi unánime también que considera que la sostenibilidad en España está en una fase embrionaria con respecto a Europa. La falta de ayudas públicas, el papel de la formación, una mayor concienciación, el exceso de certificaciones, la prestación de servicios, etc. son algunos de los factores que influyen en ello, aunque hay que reconocer que también ya se han hecho muchas cosas en los últimos años. Los contenidos de estas páginas son un fiel reflejo de todo ello.

- 4 • Reportaje: Sostenibilidad
- 46 • Arquitectura y Decoración
- 60 • Audiovisual e Informática
- 62 • Complementos
- 64 • Lavandería y Limpieza
- 70 • Maquinaria
- 74 • Seguridad
- 76 • Textil
- 80 • Wellness
- 82 • Alimentación y Bebidas
- 97 • Agenda

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

DIRECTOR: Manuel Molina Espinosa
manuel.molina@hosteltur.com
@manolomolinaesp

GERENTE: Carlos Hernández
carlos.hernandez@hosteltur.com
@carloshosteltur

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

COLABORADORES:
Vivi Hinojosa
Ángeles Vargas
Diana Ramón
Jesús Luis Peñalver
Estrella Villatoro
Cristina Torres

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

PUBLICIDAD: Oficina Central:
Ángus López · angus.lopez@hosteltur.com
Tel.: 971 73 20 73
Madrid: Juan Carlos Martín
juancarlos.martin@hosteltur.com · @JCHosteltur
Tels.: 647 45 75 75 · 91 366 25 37

Barcelona: Iván Vega
ivan.vega@hosteltur.com · @ivanvegagarcia
Tel.: 93-4731693

Baleares: José Godoy
jose.godoy@hosteltur.com · @josehosteltur
Tel.: 971-73 20 73

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

MAQUETACIÓN: David Molina
david.molina@hosteltur.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 APP Asociación de Prensa Profesional

www.proveedoreshosteltur.com
info@proveedoreshosteltur.com
@ProveedorHostel



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



Álvaro Carrillo de Albornoz, director general del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH)

Sostenibilidad tangible en un hotel

Que un hotel sea sostenible significa que realiza su actividad empresarial de forma que provoca un desarrollo positivo sobre su entorno económico, social y medioambiental, promoviendo prácticas que minimicen el impacto sobre el medioambiente.

Hay que tener en cuenta que, ser sostenible, conlleva una mejor gestión a la hora de consumir recursos energéticos, lo que significa que no sólo favoreceremos a la mejora del medio ambiente y a evitar emisiones contaminantes, sino que también resultará en un mayor ahorro en los costes. También debemos contar con que promover un negocio sostenible atrae a clientes que también están concienciados con que su actividad turística produzca el menor impacto ambiental posible. Al mismo tiempo, desde el punto de vista de empresa, se produce una diferenciación muy importante con el resto de los competidores, ya que consiguen llegar y fidelizar a este nicho de mercado que busca ese producto en concreto.

Lo más importante, para empezar, es añadir en la política del establecimiento una estrategia de sostenibilidad que conlleve tomar medidas favorables, en

el ámbito social, económico y medioambiental, que pueden ir desde la elección de materiales, buscando que éstos sean lo más biodegradables posible, por ejemplo, como medir los consumos energéticos, de agua y reciclaje e incluir energías renovables. También se ve reflejado en el manejo de residuos o en la formación de los empleados. Un hotel que quiera ser sostenible también debe tener en mente la rehabilitación de las instalaciones energéticas, reemplazando aquellas que ya están anticuadas o utilizan combustibles más contaminantes por nuevas tecnologías que optimizan los consumos y con otras alternativas menos duras con el ambiente.

A su vez, es un buen incentivo para las empresas turísticas poder contar con ayudas adecuadas de financiación a la hora de tomar decisiones de carácter sostenible. Aunque, como siempre, uno de los puntos fundamentales es el equipo humano y tratar de mejorar los procesos dentro de la compañía. Lograr la implicación y el compromiso de los trabajadores es primordial e imprescindible para llevar a cabo una mejora para conseguir que un hotel sea sostenible.

Desde el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) queremos concienciar a los hoteles de la importancia que tiene ser un establecimiento sostenible, y pretendemos ayudarles desde las jornadas que realizamos a nivel nacional, tanto de gestión energética y mantenimiento de instalaciones en establecimientos turísticos, como para la rehabilitación de hoteles. Jornadas que están planteadas para facilitar a los establecimientos hoteleros el descubrir soluciones apropiadas para maximizar el ahorro energético, presentando diferentes tecnologías que se adapten a los distintos perfiles de establecimientos, analizando el uso y la aplicación de energías renovables y la rentabilidad de éstas.

En este sentido, el ITH también ha desarrollado la herramienta iSave Hotel con el respaldo de la Secretaría de Estado de Turismo. Se trata de una plataforma online apoyada en el Modelo ITH de Sostenibilidad Turística que ofrece a los hoteles la posibilidad de realizar un diagnóstico de su estado de sostenibilidad, suministrándoles un servicio de asesoramiento personalizado, planteando las medidas más adecuadas para cada caso. —

"Hola, soy Francisco Sueste,
Responsable de Laboratorio
en Amenities Pack"

"Hola, soy Roberto Deom,
Responsable de Producción
en Amenities Pack"



¿Y si el verdadero lujo fueran las personas?

Detrás de los mejores productos siempre están las mejores personas.

Personas sensibles y eficientes que aportan toda su experiencia para que nuestras marcas sean excepcionales.

rtnomenitti
Green



ALQVIMIA
ALTA COSMÉTICA 100% NATURAL



ANUBIS
barcelona
SPA

ANTONIO MIRO
A. Miro

Orange
Black



amenitiespack
novotecnica since 1972
www.amenitiespack.com



Raquel Redondo

raquel.redondo@proveedoreshosteltur.com

Hace ya tiempo que todos los agentes turísticos saben que ser sostenible debe formar parte de su ADN más inmediato si quieren tener éxito, porque es lo que demanda la sociedad. Pero en su visión más amplia, no solo la medioambiental. Es clave acreditarse y, sobre todo, comunicarlo y, como no, superarse año tras año, porque esto va de futuro.

LA APUESTA PRESENTE Y FUTURA DEL SECTOR SE LLAMA SOSTENIBILIDAD

Fue en los años 60 cuando surgió el auge de la conciencia ambiental proveniente de la reinterpretación de un modelo político económico que aceleraba el ritmo de agotamiento de los recursos del planeta. De ello se desprendió, en las siguientes décadas, la proliferación de legislación ambiental, eventos internacionales y espacios protegidos que, como se dice en el Informe "Cambio climático y turismo responsable",

de **Ostelea School of Tourism & Hospitality**, "terminaron por consolidar este paradigma en el imaginario social", llegando a nuestros días una realidad que es la de una oferta y un consumo de tipos de turismo asociados a la sostenibilidad que actualmente "se encuentra en un momento de auge y consolidación". Según la **Organización Mundial del Turismo (OMT, 2018)** se considera turismo sostenible

aquel que "tenga plenamente en cuenta sus impactos económicos, sociales y ambientales actuales y futuros, atendiendo a las necesidades de los visitantes, de la industria, el medio ambiente y las comunidades de acogida". Las evidencias científicas muestran el alto protagonismo del turismo como responsable del Cambio Global (cambio climático y social); de hecho, es el responsable de una décima parte de las emisiones mundiales de CO₂, que corresponden al transporte, comida y compras.

Por poner cifras, según dicho informe, España, considerado el segundo destino turístico mundial, emitió en 2017 más de dos millones de toneladas de CO₂, siendo países como Estados Unidos, China, Alemania y la India quienes generan más emisiones. Pero bien es cierto que el turismo responsable va más allá de la huella de carbono y el cambio climático y sus tentáculos alcanzan una amplia diversidad de participantes, incluidos en el propio destino, los hoteles y otros establecimientos turísticos, pasando por las empresas proveedoras, asociaciones sectoriales y, por supuesto, las personas en su papel de viajeros, huéspedes, compradores, clientes, usuarios, etc.

LOS VIAJEROS ESPAÑOLES, MUY CONCIENCIADOS

Dentro de las tendencias que ha desvelado sobre el comportamiento del viajero español durante el 2019 la empresa de viajes y tecnología, **Booking.com**, destaca el turismo responsable.



Hotel H10 Rubicón Palace (Lanzarote).

Teniendo en cuenta el creciente interés en todo el mundo por temas sociales, como los derechos humanos, la igualdad y las condiciones sociales, el viajero español "está más comprometido por estas causas y se hace más preguntas sobre temas sociales, políticos y medioambientales antes de elegir el destino al que va a viajar".

Dentro de esta tendencia vinculada a la responsabilidad de la que habla Booking.com, destaca el problema del plástico de usar y tirar como una de las mayores preocupaciones entre los proveedores de alojamientos turísticos, un tema que desarrollamos en otro reportaje específico de esta revista. Pero también les preocupa a los viajeros, ya que los datos demuestran que los millennials y la generación Z buscarán experiencias más sostenibles al viajar. Los datos dicen que "una inmensa mayoría de los viajeros españoles (85%) estaría dispuesto a dedicar tiempo a actividades que contrarresten el impacto

medioambiental de su estancia, y el 31% añade que limpiaría plásticos y basuras de playas u otros lugares de interés", desvelan desde el portal de viajes.

El cliente está dispuesto a pagar más por un servicio turístico sostenible

Yendo un paso más allá, hay estudios que demuestran, incluso, que el cliente está dispuesto a pagar más por un servicio turístico sostenible. Y es que, "la sostenibilidad se ha convertido en un criterio más a la hora de escoger un alojamiento, al igual que lo es el precio, la ubicación o los comentarios de otros usuarios", hemos leído en la **Guía de Implantación del Modelo ITH de Sostenibilidad Turística**, un proyecto subvencionado por la Secretaría de Estado de Turismo.

Según el informe Hospitality 2015, la innovación tecnológica, la imagen de marca y la sostenibilidad definirán el rumbo del turismo y de la industria hotelera a lo largo de los próximos años. Los actuales cambios en las tendencias, motivaciones y preferencias de la demanda provocan cambios en la estrategia de la oferta turística, que debe innovar y adaptarse a las exigencias del mercado de forma constante. Como se desprende de todas las fuentes consultadas en esta edición de la revista, existe una necesidad de diferenciarse y posicionarse en un mercado que cada vez valora más el aspecto sostenible del negocio, con la idea de conseguir una mayor reputación ante los ojos de la demanda. Y esta afirmación que encontramos en la Guía del ITH en alusión a los hoteles, nosotros consideramos vincularla también al ámbito de los proveedores y de todos aquellos agentes que forman parte de la cadena de valor del sector.

MELIÁ EN EL TOP DE LA SOSTENIBILIDAD MUNDIAL

En su objetivo de posicionarse como un referente en responsabilidad y sostenibilidad de su sector, Meliá Hotels International puede presumir de considerarse la tercera compañía hotelera más sostenible del mundo en 2018 y segunda en Europa. Así se desprende de su entrada en el ranking de la agencia de inversión sostenible RobecoSAM, encargada de realizar la evaluación de las empresas para determinar la composición del selectivo Dow Jones Sustainability Index, índice de referencia en inversión ESG. La familia de índices DJSI se lanzó en 1999 y parte de un universo de las 3.5000 compañías más grandes del mundo por capitalización bursátil.



Hotel Meliá Cala Galdana

PUNTO DE PARTIDA: EL EDIFICIO EN SÍ MISMO

Cuando se alude a un hotel, como establecimiento de referencia dentro del turismo sostenible, cabría remarcar que en sí mismo implica un 'continente' y un 'contenido', ambos susceptibles de desarrollar medidas respetuosas con el medio ambiente. El primero hace referencia al edificio propiamente y en este sentido, **World Green Building Council** ha lanzado su 'Compromiso de Edificios Cero Carbono'

coincidiendo con la trascendental Cumbre Mundial de Acción Climática que se celebró el pasado septiembre en San Francisco (California), donde líderes mundiales del sector se comprometieron a eliminar, antes de 2050, un total de 209 millones de toneladas de emisiones de carbono equivalentes (CO₂) proveniente de sus edificios. Este compromiso, además, va a impulsar la escala y el ritmo de acción necesarios para reducir las emisiones de carbono y requiere de

una transformación en la forma en la que se diseñan, construyen y utilizan los edificios. Y forma parte de la campaña global de WorldGBC 'Advancing Net Zero', lanzada en 2016. Así, su próxima prioridad es abordar la problemática del carbono incorporado y el dióxido de carbono emitido durante la fabricación, transporte y puesta en obra de productos de construcción, junto con las emisiones producidas al final de su vida útil.

Los citados líderes del sector representan a 12 empresas (que suman unos ingresos de casi 23 mil millones de dólares en el sector de la construcción), 22 ciudades y cuatro regiones, dos de las cuales son las Comunidades Autónomas de Cataluña y Navarra.

En opinión de **Justo Orgaz**, el recién estrenado nuevo **presidente de Green Building Council España (GBCe)**, la edificación sostenible en el ámbito hotelero tiene un camino largo por recorrer, pero con la particularidad de "tener la oportunidad de sumarse al liderazgo de la transformación, en determinadas cotas, mostrando el camino como experiencia de valor", extrapolamos de la entrevista que puede leerse en esta misma edición de la revista.

Si damos paso al llamado 'contenido' del edificio hotelero, podría decirse que la eficiencia energética es una de las principales aplicaciones sostenibles (algunas de las cuales también afectan al 'continente'), teniendo en cuenta la gran cantidad de energía que se utiliza en un establecimiento para garantizar el confort de los huéspedes. Y la realidad es que es uno de los costes clave en el negocio, suponiendo entre un 3% y un 6% de los gastos de explotación. Algunas herramientas que se aconsejan desde el informe de

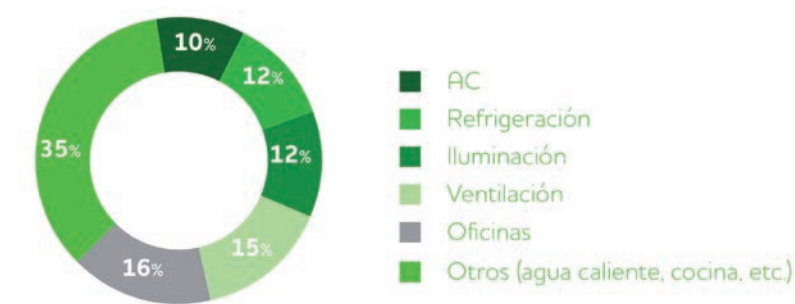
ENCUENTROS PROVEEDORES HOSTELTUR

19 Y 20 DE MARZO 2019
HOTEL MARRIOTT AUDITORIUM DE MADRID

Más información en:
proveedoreshosteltur.com

¡Suscríbete gratis!
proveedoreshosteltur.com

Estimación de Gasto energético medio en hoteles



Fuente: Dexma, 2018

Ostelea y que favorecen un uso energético responsable son: una buena gestión de los elementos de iluminación, refrigeración o calefacción; el aprovechamiento de la luz diurna; el uso de lámparas de bajo consumo; el aislamiento de muros; la optimización de las calderas y termostatos; y proporcionar información de eficiencia energética a los inquilinos.

Un ejemplo lo tenemos en **H10 Hotels**, cadena que, a través de la renovación de sus instalaciones térmicas y la implementación de sistemas de aprovechamiento de las energía solar, geotermia, aerotermia y biomasa, ya cuenta con energías renovables en el 60% de sus establecimientos en España, según fuentes consultadas del grupo hotelero.

DIVERSIDAD DE ACCIONES

Pero también es cierto que existen otras múltiples aplicaciones que puede y debe realizar un hotel para garantizar una filosofía respetuosa con el medio ambiente y no quedarse atrás, bien al contrario, debe liderar este cambio, "siendo pionero en la implementación de medidas y estrategias que garanticen dar respuesta a estas nuevas necesidades del turista".

El consumo de agua es otra de esas gestiones que también se consideran relevantes en los hoteles y que varía en función de las características y servicios del alojamiento, incluyendo no solo los reguladores de fontanerías o los sistemas de doble carga, sino también el cambio de las máquinas de lavandería a modelos más eficientes, y todo lo que concier-

ne a las instalaciones acuáticas (spas, piscinas, etc.). La generación de residuos es otra acción a tener en cuenta, por su carácter contaminante, siendo clave proporcionar y efectuar un reciclaje eficiente. De esto saben mucho en la empresa **Optima Solution**, dado que se consideran "mensajeros del reciclaje y la economía circular", declara **Jose Benito, business developer/CEO** de la compañía. En su opinión, lo que hay que hacer en materia de sostenibilidad -reconociendo de antemano que quedan muchas cosas por desarrollar- es, principalmente "profundizar en el desarrollo sostenible hasta que la economía mundial unifique sus criterios y todos los países apuesten por la ecología y la defensa de nuestro planeta. También hay que concienciar a la población con los residuos y el con-

sumo responsable y sostenible". Este tipo de informes elaborados por Greencustomer (imagen de- recha) y publicados en el informe de Ostelea, permiten, a partir de la instalación de sensores, obtener una radiografía de lo que ocurre en cada una de las habitaciones de un hotel en base a unos objetivos óptimos de consumo recomendado. Los objetivos se adecúan según la estación del año y el tipo de habitación, mostrando un nivel de eficiencia que indica el porcentaje de estancias que han tenido consumos responsables. Más acciones para reducir el impacto medioambiental en los hoteles, no tan intrínsecas a las instalaciones base, pueden relacionarse con el equipamiento (textiles, mobiliario, etc.), la selección de productos de limpie-

Ejemplo de consumo hotelero

CO ₂	Impacto medio por estancia 1,6 Kg/CO ₂	Impacto máximo por estancia 5,2 Kg/CO ₂
Energía	Impacto medio por estancia 1,6 Kg/CO ₂	Consumo máximo por estancia 26,1 KWh
Agua	Consumo medio por estancia 307 L	Consumo máximo por estancia 1.222 L
Agua caliente	Consumo medio por estancia 95 L	Proporción media por estancia 31 %
Clima	Proporción de uso de noche 75%	Nº noches encendido 21
Limpieza	Consumo medio de agua 52 L	Consumo máximo de agua 149 L

Fuente: Greencustomer, 2017

PROYECTO DE COCA-COLA Y ECODES

'Plantando agua' es el nombre del I Proyecto de recuperación hidroforestal que han cerrado recientemente Coca-Cola y Ecodes a raíz de la recuperación de más de 1.500 millones de litros de agua y la plantación de más de 79.400 árboles.

Este proyecto de restauración ecológica se ha llevado a cabo durante seis años en la Comarca de las Cuencas Mineras de Teruel, con la participación del Gobierno de Aragón y la Universidad de Zaragoza. Según han informado ambas empresas, esta iniciativa está orientada hacia la mejora de los recursos hídricos que ha dado lugar a un nuevo modelo de monte del siglo XXI, preparado para hacer frente a los actuales retos ambientales y sociales. La recuperación del patrimonio natural de la zona es otra de las prioridades.

La **directora de RSC de Coca-Cola Iberia, Ana Gascón**, señala que "este proyecto nace como compromiso para devolver a la naturaleza cada gota de agua que contienen sus bebidas".

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

za y, por supuesto, todo lo concerniente a la alimentación. En el llamado concepto 'slow food' se aprecia la misma base que promueve la sostenibilidad pero aplicada a la gastronomía, tomando conciencia del origen de lo que se cocina y se come. Se apuesta por productos autóctonos de kilómetro 0, adquiriendo ingredientes locales de la zona, o incluso considerando el cultivo orgánico en las propias instalaciones del establecimiento. Y relacionado con el desperdicio alimentario surgen los beneficios de compostarlos en lugar de tirarlos, utilizándolos como abono orgánico para los jardines.

CERTIFICACIONES

"Una de las decisiones que tienen que tomar los alojamientos que deciden implementar una estrategia sostenible es si acogerse a algún tipo de certificación y, en caso positivo, a cuál", explican en la Guía del ITH. Existe un amplio abanico de sellos y certificaciones y que aplican a multitud de ámbitos relacionados con la sostenibilidad: para productos ecológicos, huella ambiental, modelos de gestión, para productos de proximidad, etc. "Si bien las posibilidades para aquellos interesados en disponer de una certificación son enormes, este hecho provoca cierta confusión de cara al cliente final, dado que no existe ningún sello que destaque por encima de los demás y pueda ser más reconocido por los usuarios", prosiguen desde el ITH. Por su parte, explican en el informe de Ostelea que para tratar de 'proteger' el concepto de responsabilidad y sostenibilidad "han proliferado toda una serie de certificaciones, tanto públicas como privadas, para distinguir a aquellas empresas que cumplen



El Hotel Six Senses Douro Valley ganó en la categoría de Turismo Sostenible en la 12ª edición de los Premios Best of the Best Hotel 2018.

con ciertos requisitos específicos".

Una de las entidades líderes en certificación de sistemas de gestión, productos y servicios, siendo responsable del desarrollo y difusión de las normas UNE, es **AENOR**, cuyas fuentes opinan que "el sector del turismo en general y, en particular los hoteles, disponen de elementos de mejora de la competitividad, como los sistemas de gestión de la calidad, los sistemas de gestión ambiental, la formación y la innovación", y añaden que por eso están desarrollando su conocimiento y experiencia en certificación "hacia la integración de sistemas que den como resultado el perfecto 'mix' de la confianza".

No existe ninguna acreditación que destaque sobre las demás y esto confunde al cliente final

En el ámbito de la sostenibilidad, AENOR ofrece numerosos certificados al turismo y a los hoteles. El más numeroso es el certificado del Sistema de Gestión Ambiental conforme a la norma ISO

14001. Entre los certificados más novedosos figura el que acredita que se ha implantado un Sistema de Gestión de la Energía conforme a la norma internacional ISO 50001 (que ayuda a disminuir los consumos energéticos, los costes y las emisiones de CO₂) o el IQNet SR10, un sistema de gestión de responsabilidad social. Pero hay más: el de la Huella de Carbono, el de Empresa Familiarmente Responsable, el de Accesibilidad Universal, el que garantiza la Inocuidad de los Alimentos, etc. Y AENOR también realiza las auditorías de la Q de Calidad Turística del ICTE para varias normas, entre ellas, la UNE 182001:2008 Hoteles y Apartamentos Turísticos. Requisitos para la prestación de servicios.

La cadena H10 Hotels obtuvo el año pasado la Certificación Biosphere en modalidad multisite para sus hoteles vacacionales de Costa del Sol, Mallorca, canarias, República Dominicana y México, acreditada por el GSTC (Global Sustainable Tourism Council). Sean cuales sean las acciones sostenibles aplicadas por la empresa, sea compradora o proveedora, es crucial que las comuniquen con el fin de informar sobre ello y, así, diferenciarse. —



Vicente Romero, presidente del Círculo Internacional de Directores de Hotel (CIDH)

Existen varios factores en un hotel que son vitales para conseguir una rentabilidad óptima. La sostenibilidad, que hace unos años era cuestión de imagen, hoy todos somos consientes que en los hoteles es un factor a tener muy en cuenta, del mismo modo que sin tecnologías no podríamos realizar una gestión eficaz. Y en mi opinión falta un tercero, el factor humano, tan importante como los anteriores. Los tres deben confluir en armonía para completar el círculo.

La sostenibilidad en los hoteles suena cada vez con más importancia. No es cuestión de imagen, ni alternativo de otro, es una necesidad obvia. Las instalaciones hoteleras deben buscar una cohesión y adaptarse a las nuevas normativas, contar con una reducción del impacto ambiental que disminuya el uso de recursos materiales, energéticos y las emisiones, ante unos requerimientos cada vez más exigentes en materia de eficiencia energética y sostenibilidad. La industria hotelera debe apos-

Tres elementos claves en la hostelería: sostenibilidad, tecnología y factor humano

tar por un crecimiento sostenible. Con un hotel ecoeficiente podremos reducir los costes de explotación, en base a unos controles adecuados de energía, agua, residuos y un mantenimiento preventivo. Así, el hotel podrá aumentar los ingresos al tiempo que mejorará el confort de los clientes. Éstos cada día están más sensibilizados con el medio ambiente. Al mejorar la imagen del hotel, se captarán nuevos clientes, aumentado el valor del mismo y conseguiremos niveles más satisfactorios en calidad de vida.

Hoy en día es evidente que para realizar una buena gestión en un hotel es fundamental disponer de nuevas tecnologías. Conseguiremos con ello una buena aportación de calidad para nuestros clientes y unas herramientas excepcionales para la gestión y control del establecimiento, utilizando los equipos de control para una buena gestión de las energías internas, como aires acondicionados, agua caliente y consumos eléctricos. De este

modo conseguimos que nuestros consumos sean los estrictamente necesarios, contribuyendo a un mayor crecimiento económico. El factor humano tiene un papel fundamental dentro de la sostenibilidad. Si disponemos de un equipo bien preparado, fomentará al resto y juntos conseguiremos dobles objetivos. El primero, que sus acciones sean el ejemplo para nuestros clientes, consiguiendo fomentar y sensibilizar con ejemplos y acciones. El segundo es que contribuimos por el bien de nuestra empresa y conseguimos calidad de vida, lo que nos lleva a aportar calidad para las futuras generaciones. Como conclusión, diría que hay muchos factores que a nivel individual podemos realizar en beneficio del planeta que ocupamos, con independencia del papel que nos toque, bien seamos clientes de un hotel o trabajadores. En ambos casos podemos contribuir, sin duda, a seguir con la hoja de ruta hacia el futuro que es convertirnos en protagonistas del cambio. —



ENTREVISTA

Raquel Redondo

raquel.redondo@proveedoreshosteltur.com

¿Qué papel juegan los hoteles, en general, como modelos ejemplarizantes en la lucha contra el impacto medioambiental?

Los hoteles son lugares donde los clientes tienen la oportunidad de ver nuevas tendencias, propuestas y actitudes. Hablando específicamente de impacto medioambiental, son un lugar ideal para concienciar a las personas. Hacerles llegar y compartir con ellas desde las grandes inversiones y acciones de gran impacto hasta las pequeñas acciones y gestos que, hechos a diario, tienen un gran impacto a largo plazo.

Además, los hoteles deben comunicar a los clientes las actuaciones que desarrollan en el ámbito medioambiental por la capacidad de influir y de concienciar a sus clientes que pueden tener.

¿Cuál es la acción o programa sostenible de Room Mate Hotels del que se sienten más orgullosos?

La introducción de generación de energía a gran escala mediante energías renovables en algunos de los nuevos proyectos. Ha costado y ha sido difícil a veces convencer a los promotores de la necesidad de introducir tecnologías, que en ocasiones representan una mayor inversión de inicio y que el promotor piensa que no se van a amortizar.

Así, en nuestro Hotel Room Mate Waldorf Towers se consiguió llenar la cubierta de placas fotovoltaicas y en Ámsterdam

RAMÓN FERNÁNDEZ, DIRECTOR TÉCNICO DE ROOM MATE HOTELS

"LOS HOTELES SON LUGARES IDEALES PARA CONCIENCIAR A LAS PERSONAS"



El directivo se siente orgulloso de las acciones sostenibles desarrolladas por los propios trabajadores de la cadena.

se introdujo un sistema de geotermia para generar calor y aire acondicionado en el hotel y en el resto de edificios del complejo. Pero lo que más orgullo nos despierta son las acciones desarrolladas por los propios empleados. Surgidas de unos talleres sobre sostenibilidad desarrollados con empleados en los que, además de explicar qué es la sostenibilidad y su importancia, ellos aportan ideas y propuestas para aplicar

en el día a día. De esta manera, la concienciación en la sostenibilidad impregna a toda la organización.

Como cadena internacional, comparando entre países, ¿qué valoración hace de España en esta materia?

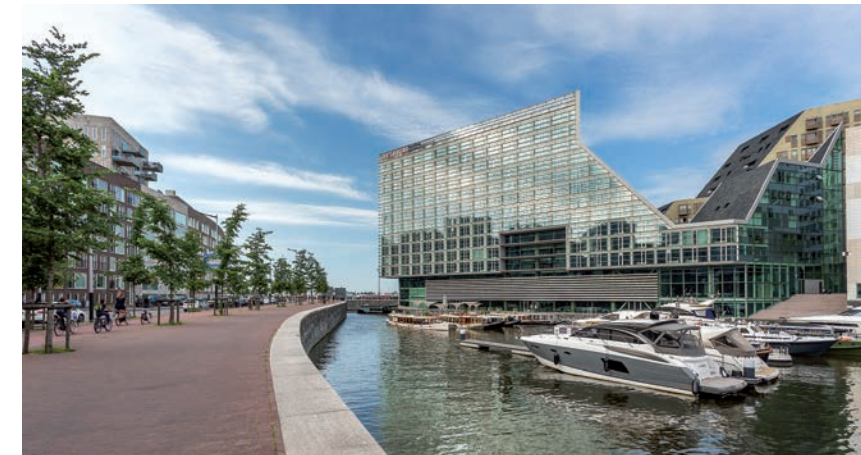
Existe cierta dejación de supervisión por parte de la Administración. Por ejemplo, nosotros nos hemos estudiado algunos

hoteles en funcionamiento para ver la viabilidad de operarlos bajo nuestra marca y nos hemos encontrado que, por ejemplo, hay captadores solares pero que no están conectados, no funcionan o no aportan energía al sistema por algún fallo de instalación o mantenimiento. Eso no puede pasar y algo falla en todo el sistema cuando se instalan servicios que luego no funcionan.

Mientras que las grandes cadenas hoteleras españolas sí están concienciadas. Han incluido la sostenibilidad entre sus valores y tienen proyectos ambiciosos en este campo.

A su parecer, ¿qué es lo que no se está haciendo en sostenibilidad hotelera?

La sostenibilidad no es una obli-



En el Room Mate Aitana, de Ámsterdam, se introdujo un sistema de geotermia para generar calor y aire acondicionado en el hotel y en el resto de edificios del complejo.

gación, es una necesidad imperiosa en el sector. Los datos de previsión de crecimiento del turismo a nivel mundial para los próximos 20 años son impresionantes. Si nuestro sector no es sostenible en un corto espacio de tiempo, simplemente no ha-

brá sector del turismo.

Hay que cambiar de paradigma y empezar a pensar que todo lo que hagamos en el sector, las grandes inversiones, los manuales de operaciones, las acciones diarias, etc., todo debe pasar por el filtro de la sostenibilidad. —

GARAU
GRUPO DISTRIBUIDOR

De la mano de
nuestros clientes



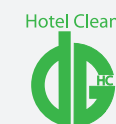
Alimentación



Droguería y limpieza



Equipamiento



**Disponible catálogo
de compostables**

www.garau.es · 902 431 019

EL MODELO DE GESTIÓN DE OPTIMA SOLUTION ENFOCADO HACIA LA SOSTENIBILIDAD Y UNA ECONOMÍA CIRCULAR



Optimización de procesos relacionados con la gestión interna de residuos, siendo nuestra visión encontrar la solución Óptima en base a las necesidades del cliente.

Nuestro objetivo es implementar un modelo de gestión, el cual permite un manejo de sus desechos más inteligente, y con éste acercarnos más hacia una economía circular.

Gracias a la dilatada experiencia profesional del equipo de Optima Solution en el tratamiento y mecanización interna de residuos y desechos industriales producidos por la actividad de empresas y negocios, nace **LEANsolution**. Ésta optimiza la gestión interna de residuos tales como cartón, plástico, vidrio, etc. tratando el residuo 'in situ' en el punto de generación gracias a la compactación y/o trituración, ganando así tiempo en productividad y tareas principales, espacio y economía.

Además, conseguimos zonas más limpias, higiénicas y seguras para empleados y clientes, colaborando en disminuir la emisión de CO₂ y el impacto medioambiental.

Nuestras soluciones, además, ayudan a conseguir las certificaciones ISO 9000 e ISO 14000. Algunos

de nuestros clientes que ya se han adherido a nuestro modelo de gestión **LEANsolution** son, entre otros, el Hotel Majestic, Hotel Balneario Las Arenas, Caro Hotel, Hospital del Mar, etc.

COMPOSTsolution es la denominación adoptada por **Optima Solution** para presentar su amplia oferta de tecnología y servicios en el tratamiento de residuos orgánicos y su transformación en compostaje.

Optima Solution propone a sus clientes un nuevo e innovador modelo de gestión para los procesos de compostaje de todo tipo de residuos orgánicos: alimentarios, podas, fangos, de origen animal, etc., y adapta su oferta de productos y servicios a los cambios normativos y legislativos que se adoptarán en los próximos años para los bioresiduos y que están contemplados en la Directiva Europea 2018/851 y en el Plan Nacional de Residuos.

La recogida selectiva, por separado, de los residuos alimentarios va a significar un gran reto social, tanto a nivel doméstico como en las denominadas cocinas colectivas. Centros públicos como hospitales, colegios de enseñanza, centros penitenciarios, estaciones ferroviarias

o de autobuses, puertos, aeropuertos, etc. y privados como hoteles, restaurantes, resorts, servicios de catering, centros comerciales, parques temáticos, etc. tendrán que proceder a la segregación de los residuos que generen y reciclar en sus instalaciones sus propios residuos alimentarios.

Optima Solution se adelanta a esos inevitables cambios y a través de **COMPOSTsolution** ayuda a sus clientes a planificar y resolver la problemática de sus residuos orgánicos y la necesidad de tratarlos 'in situ', ofreciéndoles unas soluciones a medida por la que podrán tratar sus residuos orgánicos de forma **rápida**: con instalación de compostadoras 'in situ' que se adapten a sus necesidades y reducen significativamente los tiempos; **limpia**: con tecnología de última generación y compostadoras herméticas que evitan insectos, roedores, lixiviados o ruidos; **sencilla**: el control de procesos se realiza a través de un sistema informatizado que simplifica enormemente el manejo de la máquina y su funcionamiento; y **segura**: incorporando protecciones externas que evitan el contacto del usuario con los mecanismos internos y le confieren un alto grado de seguridad laboral.

Transformamos el residuo orgánico en fuente de nueva vida. =



INFORMACIÓN:

T. +34 931 473 296
info@optimasolutioneu.com
www.optimasolutioneu.com



Optimizamos la **gestión** interna de sus **RESIDUOS**.



Mejoramos tiempo, espacio y economía en cada organización.



Transformamos el residuo orgánico en fuente de nueva vida.



El ser humano vierte cada año cerca de 8 millones de toneladas de plástico al mar y cada segundo 200 kilos de residuos acaban en el océano. Una simple bolsa de plástico tarda entre 100 y 500 años en descomponerse. Son varias las asociaciones y grupos hoteleros que han tomado conciencia de este problema y han decidido minimizar el consumo de plástico en sus instalaciones y plantear materiales alternativos.

HOTELES LIBRES DE PLÁSTICOS



Una lata de aluminio solo tarda 60 días en producirse, llenarse, distribuirse, consumirse y reciclarse. Foto: AEA.

Carmen Rengel
redaccion@proveedoreshosteltur.com

Vasos, cubiertos, pajitas, envases de comida, bolsas, botellas, frascos de las amenities, etc., representan el 70% de la basura que se encuentra en los mares y playas de Europa. La industria turística tiene el reto de minimizar y solventar este grandísimo problema y aportar soluciones. Según la nueva normativa que propone la Comisión Europea, todos estos productos de un solo uso deberán quedar prohibidos en la Unión Europea en 2021. El consumo de determinados productos que resultan contaminantes, pero para los que no existe alternativa, tendrá que reducirse al menos el 25% para 2025. Y otros plásticos, como las botellas para bebidas, deberán recogerse separadamente, y su porcentaje de reciclaje deberá ser del 90% en 2025. El objetivo de la Unión Europea es reducir a la mitad los productos de plásticos de un solo uso. Productos que parecen inofensivos pero que, por daños medioambientales, supondrán un coste de 230.000 millones de euros de cara a la próxima década y la emisión de 3,4 millones de toneladas de CO₂.

CADENAS HOTELERAS MÁS SOSTENIBLES

El que fue fundador del mítico Estudio 54, Ian Schrager, y **Marriott International** han traído a Barcelona el primer Hotel Edition que ya tiene en consideración esta importante política contra el plástico. Dejando al lado, aunque sea por un momento su diseño y estética, el establecimiento quiere inspirar a otros hoteles y marcas con su iniciativa 'Stay Plastic Free' con la que prohíbe el uso

de plástico de un solo uso. Una política en armonía con la reciente acreditación Biosfera de la UNESCO como destino turístico sostenible que ha recibido la capital catalana. Marriott ya anunció que eliminaría los amenities de los 450 hoteles de sus marcas por dispensadores rellenables, al igual que **InterContinental**.

Empezando por sus 36 hoteles en España, **Iberostar Hotels & Resorts**, con más de 120 establecimientos en todo el mundo, también ha iniciado su campaña 'Single Use Plastic Free' en las habitaciones, que consiste en la eliminación o reemplazo por productos fabricados con materiales biodegradables de elementos de su minibar, bolsas para la lavandería o envases de champú y gel. También ha sustituido botellas de plástico por otras de cristal, cambiando unas bolsas por otras de compuestos vegetales u op-



Los hoteles están apostando por envases rellenables con una vida útil más larga. Foto: GF Hoteles.

tando por pulseras de plástico de tela ecológica. Esta acción se enmarca dentro del programa 'Ola de Cambio'.

UN GRAN ENEMIGO

En Europa se utilizan cada año más de 100.000 millones de bolsas de plástico, cuya mayoría acaba en vertederos, incineradores o ecosistemas. Además, producirlas supone el uso de millones de barriles de petróleo. A partir del 1 de enero de 2021 estarán prohibidas las bolsas de plástico ligeras o muy ligeras (excluyendo las compostables, es decir, las que acaban convirtiéndose en compost o abono) y, actualmente, es obligatorio exponer al público en un lugar visible del establecimiento, un cartel informativo de los precios de las bolsas, incluyendo la referencia al Real Decreto nº 293/2018 de 18 de mayo y con el texto del cumplimiento de las obligaciones.

Cada minuto se utilizan en el mundo 1 millón de bolsas de plástico, un elemento al que le damos uso durante tan solo 12 minutos mientras que, como mínimo, tarda la friolera de 100 años en descomponerse. De hecho, según **Greenpeace** y **CSIC-CEAB (Centro de Estudios Avanzados de Blanes)**, el 80% de los residuos del mar son plásticos. Sea por concienciación o por obligación, la industria hotelera y los establecimientos turísticos están adoptando iniciativas para reducir este impacto y minimizar el uso masivo del plástico, principalmente utilizando materiales alternativos.

Según la nueva normativa de la CE, todos estos productos de un solo uso deberán quedar prohibidos en la Unión Europea en 2021

El gigante **Hotels Hilton** también se ha sumado a las prácticas sostenibles. Cinco millones de pajitas de plástico y 20 millones de botellas de plástico serán retiradas anualmente de sus hoteles de Europa, Oriente Medio y África dentro de su objetivo de reducir a la mitad su impacto ambiental para el año 2030. Los seis complejos de la cadena **Diamond Resorts** de Tenerife también aspiran a reducir un 50% el consumo de plástico de un solo uso en 2019. En 2017 calcularon el uso de unos 1.850

PAJITAS DE AGUACATE

El uso del plástico biodegradable es una de las alternativas para contribuir a la sostenibilidad del planeta. Desde 2012, la empresa mexicana Biofase transforma una molécula de la semilla del aguacate en plástico biodegradable a través de una avanzada tecnología. Por muy insignificantes que puedan



Hotel Valentin Imperial Riviera Maya.

parecer, las pajitas son uno de los elementos de mayor contaminación en las zonas costeras. Las fabricadas con semilla de aguacate tienen un aspecto exterior similar, pero se desintegran naturalmente y no producen desechos. Es más, cuando se degradan, generan gases que producen energía renovable. En el **Hotel Valentin Imperial Riviera Maya** (Playa del Carmen, México) del grupo mallorquín Valentin Hotels han optado por esta alternativa. Y desde junio de 2018, los 35 hoteles de España, Portugal y Cabo Verde de **Riu Hotels** también utilizan pajitas biodegradables y compostables. Es decir, se convierten en abono en 40 días, mientras que una pajita de plástico tarda 300 años en descomponerse.

kilos de plástico no reutilizable. Este objetivo se enmarca en un trabajo de cinco años que le ha valido la certificación ISO 14001, y que también ha implementado el uso de Press Reader en vez de la entrega de periódicos, un huerto ecológico en los establecimientos, o la inclusión de dos embajadores de sostenibilidad en cada complejo. También en las Islas Canarias, **GF Hoteles** puso en marcha su Estrategia de Sostenibilidad 2018/2020 que cuenta con acciones como la de sustituir paulatinamente el consumo de botellas de plástico por las de aluminio a huéspedes y empleados, o cambiar el menaje de plástico por el fabricado con productos de origen vegetal.

Melià Hotels International también anunció el verano pasado

El aluminio es un material ligero, resistente y de larga duración que puede reciclarse indefinidamente

su compromiso de minimizar el impacto que supone este producto para el medio ambiente y de la importancia de cuidar la sostenibilidad de un destino para fomentar la llegada de clientes. Solo en 2017, la cadena consumió más de 22 millones de botellas en sus hoteles, pero anunció que eliminará todos los plásticos de un solo uso en todos sus establecimientos. Para sensibilizar a los casi 30 millones de clientes que

acoge anualmente, ha diseñado y distribuido también una hoja de ruta para que haya conocimiento de que, poco a poco, se irán sustituyendo todos estos elementos. Melià ya está reconocida con el índice “Carbon Disclosure Project” como una empresa líder que lucha contra el cambio climático y que, en sus programas, integra lo necesario para reducir emisiones.

Por su parte, en los **Centros de Arte, Cultura y Turismo del Cabildo de Lanzarote** tampoco volverán a consumir agua en botellas individuales de plástico, ya que se están sustituyendo por nuevos envases, de acero inoxidable libres de sustancias tóxicas. Desde agosto de 2018, están sirviendo agua embotellada en cristal a los clientes que consu-

men en los bares de los centros, con lo que esperan ahorrar unas 80.000 botellas de plástico.

SEGUNDA VIDA TAMBIÉN PARA EL PLÁSTICO

El plástico también se puede reciclar y dar un paso más allá. Siguiendo con Iberostar Hotels & Resorts y su campaña 'Ola de Cambio', la cadena acabó 2018 estrenando uniformes de plástico reciclado o, en otras palabras, de poliéster reciclado compuesto de microfibra y sarga. Los diseños continuarán siendo los icónicos del David Delfín pero eliminando el clásico poliéster, que tiene un alto poder contaminante. Estos nuevos uniformes se implementaron primero en Iberostar Paseo de Gracia (Barcelona) e Iberostar Sábila (Tenerife) y, en 2019, se extenderá a todos los hoteles.

¿Y los muebles? En **Export Directe** se dedican a fabricar muebles de plástico 100% reciclado especialmente para hoteles desde hace más de 18 años. Infinidad de opciones con una vida útil de más de 50 años, que no necesitan mantenimiento y que tampoco contienen elementos nocivos ni tóxicos. Una gran alternativa para utilizar, esta vez sí, el plástico de forma ecológica.

MUCHAS ALTERNATIVAS

La **Asociación Española del Aluminio (AEA)** se suma a las campañas internacionales surgidas en contra del empleo del plástico y remarca que el aluminio, como sustitutivo, es un material ligero, resistente y de larga duración que puede reciclarse indefinidamente. Mientras que un vaso de plástico requiere de 75 años para degradarse, una lata de cerveza tarda 60 días en producirse, llenarse, distribuirse,



El el último Jameos Music Festival de Lanzarote se sustituyeron vasos desechables por 4.500 unidades reutilizables.

consumirse y reciclarse en una lata nueva, por lo que se presenta como una gran alternativa ante el uso indiscriminado del plástico. El aluminio es 100% reciclable y, en este proceso, solo requiere el 5% de energía que se necesitó para que se produjera inicialmente. Utensilios de cocina, embalajes, recipientes... Este tipo de elementos pueden ser de aluminio con todos los beneficios que tal elección conlleva para el medio ambiente.

Esa idea del reciclaje y del uso indefinido de un material -en este caso, el vidrio- también está calando en la hotelería. En octubre de 2018, **NH Hotel Group y Ecovidrio** firmaron un acuerdo de colaboración para movilizar el reciclado y las prácticas medioambientales en la hostele-

ría, lo que han denominado 'La Gran Cadena'. Con ello, NH se compromete a la recogida selectiva de envases de vidrio en todos sus hoteles para fomentar el reciclaje.

Por su parte, la **Fundación ECO-LUM y el Gremi de Recupera-ció de Catalunya** han firmado un acuerdo de colaboración para trabajar conjuntamente por el reciclaje de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE), es decir, interruptores, sensores y generadores o motores eléctricos, entre otros.

Con todo ello, las grandes cadenas hoteleras y otros establecimientos se han adelantado a las normativas europeas y ya están estudiando y poniendo en práctica alternativas al plástico y a la política de un solo uso. —



En sostenibilidad hotelera, estamos aprendiendo

El Instituto Tecnológico Hotelero publicó hace un tiempo un documento titulado “Modelo de Sostenibilidad Hotelera” donde analizaba que la sostenibilidad se tiene que aplicar a aspectos ambientales, económicos y sociales para que el establecimiento hotelero no perjudique el medio ambiente ni la sociedad. Es un análisis muy interesante y cuya lectura recomiendo, pero podríamos simplificarlo con la siguiente reflexión: un consumidor de hoteles tiene fuera de casa la misma responsabilidad con la ecología y el reciclaje que tiene en su propio hogar, por lo que el cliente buscará establecimientos que mantengan estos principios. Por ello, en la actualidad, la mayoría de los hoteles han incorporado un cierto nivel de sostenibilidad en su imagen de marca, al menos, para guardar apariencias.

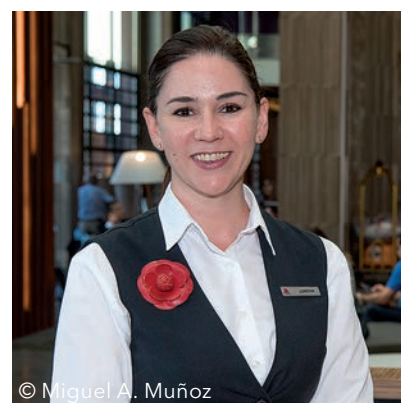
Entonces, ¿qué estamos haciendo los hoteles en temas de sostenibilidad? Aprender. Porque en información y formación sobre ecología y gestión medioambiental necesitamos hacer un máster. Tampoco tenemos mucha ayuda de los gobiernos, ya que la actual regularización ambiental en el sector hotelero va enfocada al manejo de materiales peligrosos, seguridad ambiental y gestión

de aguas; el resto es gestión operativa de cada establecimiento. Con las medidas ambientales, los hoteles pretendemos que haya una eficiencia de costes porque ser proactivo ambiental, no es barato. Con las estrategias ambientales se prevé reducir, reutilizar y reciclar buscando una rentabilidad a largo plazo mediante un equilibrio entre la reducción de costes y la eficiencia de las tecnologías ambientales. Curiosamente los alojamientos que tienen un buen rendimiento ambiental consiguen mejores resultados en posicionamiento existiendo una relación directa entre los resultados de posicionamiento y los resultados económicos. Por ello, muchos hoteles trabajan por obtener la certificación internacional QSostenible, Green Key, Hoteles + Verdes, BREEAM o LEED porque ahora, tener solo la Q de Calidad, se nos ha quedado corto. Con respecto a los equipos de trabajo, estamos invirtiendo mucho tiempo y esfuerzo en educar y crear procedimientos, algo que no es tarea fácil, por no decir, la parte más complicada. Reciclar supone un gran esfuerzo de toda la organización porque en España no hemos tenido esa cultura y toca implantarlo a marchas forzadas y por ‘el artículo 33’. Un

ARTÍCULO DE OPINIÓN

estilo de dirección y el capital humano enfocado y comprometido es el éxito de cualquier acción ecológica.

Volviendo al informe del ITH, como debemos tener en cuenta que para que la sostenibilidad sea completa deberíamos trabajar de manera conjunta los aspectos ambientales como sociales, el ahorrar agua, energía y reducir emisiones tóxicas, se ha quedado corto. Tenemos que ir más allá, contratando personal de la zona, colaborar con proveedores locales, participar en campañas o iniciativas hacia la comunidad u otras acciones que hagan que la sostenibilidad no sea limitante. Estrategia o no, trabajar por un mundo mejor es una necesidad y una obligación como ser humano. La sostenibilidad en la gestión de hoteles debe ser contemplada como un eje articular y convertirse en uno más, como el resto de medidas que aportan calidad a un hotel. ==



Lorena Moreno, presidenta de la Asociación Española de Gobernantas de Hotel y otras Entidades (ASEGO)



Fabricadas en Alemania desde 1927

La excelencia en café y la sofisticación tecnológica se encuentran. WMF 1500 S+



Con pantalla táctil de 10 pulgadas, la nueva WMF 1500 S+ ofrece toda la información de un vistazo – incluso información nutricional, ofertas promocionales, o vídeos con instrucciones de uso. Diseñada para una producción diaria recomendada de 200 tazas, su valor tecnológico interno trasciende a su diseño exterior. El revolucionario sistema Dynamic Coffee Assist garantiza permanentemente la más alta calidad de café espresso en todas las especialidades de café. El sensor integrado Milk Excellence eleva la calidad de emulsión de leche en la WMF 1500 S+ a un nivel superlativo, así como el ajuste automático de altura de dispensación a cada taza, y el nuevo batidor de cacao, mejoran al máximo la comodidad y la experiencia del usuario.

La solución digital WMF CoffeeConnect, incluida en toda la gama 1500 S+, incorpora herramientas para el desarrollo de sistemas de gestión sostenibles que le permitirán incrementar la eficiencia de su negocio de café.

wmf-coffeemachines.com | maquinasdecafe@wmf.es | Tel.: 91 334 12 16





JAUME ORDINAS, INTERVENTOR GENERAL DE GARDEN HOTELS

"LAS INVERSIONES EN ASPECTOS AMBIENTALES SUELEN TENER UN RETORNO A MEDIO PLAZO"

ENTREVISTA

Estrella Villatoro

redaccion1@proveedoreshosteltur.com



Ordinas considera que ha de existir un compromiso social y ambiental por parte del hotel, sino la repercusión económica puede ser muy negativa para éste.

¿Está el sector hotelero español a la altura en sostenibilidad con respecto a Europa y otros países?

El contexto, es decir, el conjunto de actores de la sociedad están en algunos países europeos más concienciados en sostenibilidad que nosotros, eso es innegable. Por ello es cierto que seguramente al sector hotelero le resulta también más fácil emprender acciones de mejora medioambiental y conseguir logros gracias a la concienciación de todas las partes interesadas.

De todas formas, creemos que el sector hotelero en España, así como tiene una amplia experiencia por ser un destino históricamente turístico, también la tiene en la gestión ambiental de los centros hoteleros, pues ya sea por iniciativa propia o por el peso que han tenido los touroperadores internacionales en nuestras inversiones, conocen bien cómo trabajar operativamente de forma sostenible. Desde nuestro punto de vista han habido importantes avances estos últimos años. Basta ver los interesantes proyectos que se presentan a premios o reconocimientos de sostenibilidad o RSC, como los premios Rethink Hotel.

¿Realmente se está haciendo todo lo posible en el sector hotelero con respecto a acciones sostenibles o se exagera un poco la información en este sentido por parte de hoteles independientes y cadenas?

Las empresas hoteleras que están comunicando sus acciones ambientales y sociales actualmente están sinceramente comprometidas, al menos, desde nuestro conocimiento. Estos establecimientos suelen contar, la mayoría, con certificaciones de sostenibilidad que así lo acreditan, tipo ISO, EMAS, Travelife o si-

UN EJEMPLO A SEGUIR

Compostaje de restos de materia orgánica de cocina, para su uso en agricultura ecológica

La cadena Garden Hotels realizó un proyecto piloto, en el cual recogieron los restos de materia orgánica generada en el Hotel Playa Garden durante 25 días (15.000kg en total) y la gestionaron en una parcela de Manacor, donde en colaboración con la Asociación de Estel de Levant (Asociación de Personas de Salud Mental), Apaema (Asociación de Productores Ecológicos de Mallorca), Aubo y la Fundación de Amics de la Terra, crearon un proyecto "que puede significar uno de los cambios sostenibles más importantes para Mallorca: generar compost ecológico a través de restos de cocina del hotel y aprovechar la materia orgánica como un recurso y no como un residuo. Estamos, por lo tanto, ante un proyecto de economía circular, en el que los hoteles se convierten en centrales que generan compost a través de los restos de materia orgánica".

milar. De hecho, estas certificaciones lo que acreditan es que los establecimientos tienen implantados sistemas que les ayudan a gestionar sus aspectos e impactos, con medición de resultados hacia una mejora continua. Lo que pasa es que quizás hasta hace unos años no contábamos con un plan de comunicación que incluyera la información relacionada a estos compromisos, hecho que es hoy en día fundamental para conseguir que todos los grupos de interés lo puedan valorar, y a su vez colaborar e implicarse en la medida de lo posible.

El compromiso por la sostenibilidad en hoteles también tiene una repercusión económica. ¿Cómo rentabiliza el hotel esta inversión?

Creemos que si no existe este compromiso social y ambiental, la repercusión puede ser muy negativa. No contemplar la necesidad de enfocar nuestra actividad desde una visión sostenible es inviable hoy en día, tanto por los impactos ambientales que el sector no se puede permitir, como por la innegable nece-

sidad de conocer las expectativas y necesidades de nuestra sociedad. La inversión a realizar en recursos humanos y en infraestructura es mínima si lo comparamos con la no rentabilidad que puede suponer no estar comprometido. De todas formas, las inversiones en aspectos ambientales generalmente suelen tener un retorno a medio plazo, dada la mejor eficiencia energética a obtener, y en cuanto a aspectos sociales, por el valor añadido a la marca.

¿Qué tipo de ayudas recibe el sector hotelero para implementar medidas sostenibles por parte de los organismos gubernamentales?

Antiguamente existían ayudas para las implantaciones y certificaciones de sistemas de gestión ambiental desde la Administración Pública. Actualmente estas subvenciones no existen, aunque sí van saliendo subvenciones para inversiones en energías renovables y eficiencia energética.

También existe actualmente a nivel municipal en algunas poblaciones y ciudades, bonificaciones por una correcta gestión de los residuos orgánicos, dada la valorización que puede conseguirse de este residuo.

¿Cómo funcionan las normativas y las certificaciones en sostenibilidad hotelera?

En relación a normativa en sostenibilidad, no es que exista una normativa en sí, si no que el compromiso por la sostenibilidad incluye el conocimiento y cumplimiento de la legislación aplicable, tanto a nivel local, autonómico, estatal, europea e internacional, en referencia a medio ambiente, seguridad industrial, salud e higiene, prácticas laborales, derechos humanos, etc.

En cuanto a las certificaciones, lo que acreditan es que la empresa u organización trabaja no sólo para garantizar el cumplimiento de las normativas, sino también para la planificación de acciones para abordar las oportunidades que identificamos gracias a la medición de los indicadores ambientales y sociales. Se realizan auditorías periódicas, normalmente anuales para comprobar el grado de implementación de las políticas de sostenibilidad de las empresas, resultados y logros. Destacar que el día a día a nivel operacional es complejo, y en lo que más esfuerzos se dedica es en la formación y concienciación del personal, proveedores y empresas subcontratadas para conseguir el cumplimiento de normativas y los objetivos planificados por la dirección (por ejemplo, mejoras en gestión de residuos, manipulación de productos químicos, optimización de energía y agua, etc.)



ENTREVISTA

Jesús Luis
reportajes@hosteltur.com

JAIME JUAN DE SENTMENAT, DIRECTOR DE
GRUPO DISTRIBUIDOR GARAU

"NOS AUTOEXIGIMOS SER SOSTENIBLES"

Jaime Juan de Sentmenat habla sobre sostenibilidad en la elaboración de productos de alimentación, limpieza e higiene y en equipamiento, y de la implicación permanente por parte de la empresa en el estudio de resultados factibles en beneficio del medio ambiente.

¿Por qué materiales sostenibles?

Siempre hemos valorado la utilización de elementos amigables con la naturaleza. Llevamos años colaborando con nuestras empresas proveedoras en el desarrollo de nuevos materiales destinados a la mejora de la sostenibilidad. Nos sentimos muy satisfechos de estar entre los pioneros.

¿Qué cambios se notarán a corto plazo?

Marcas internacionales que no quieren quedarse atrás y avanzan progresivamente, dejándose asesorar por la comunidad científica y realizando estu-

dios basados en sus propios experimentos, y en los que elaboran expertos en medio ambiente. Importantes compañías hoteleras, como Iberostar y Meliá han dado un importante paso adelante, apostando por eliminar el consumo de productos de un solo uso y decidir formar parte de quienes invierten en estudios y análisis de referencias sostenibles.

¿De qué forma actúa Grupo Garau?

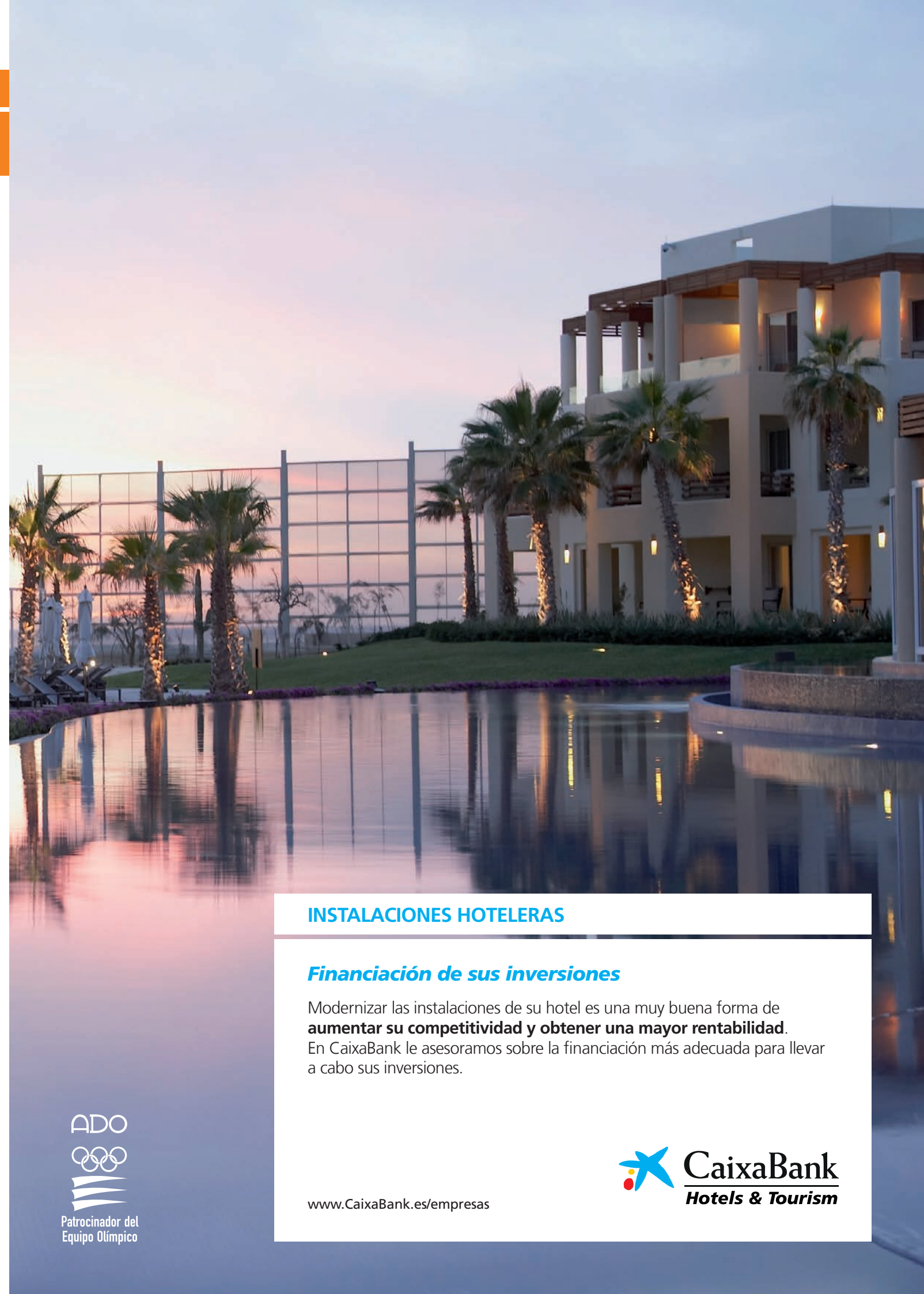
2018 ha sido uno de los años más relevantes en la trayectoria de nuestra empresa, por lo que se refiere a la introducción de numerosas referencias que conceptuamos como sostenibles y a la labor que nos hemos autoexigido para dejar atrás el consumo de los artículos efímeros. En la actualidad disponemos de un catálogo único de 'Soluciones Sostenibles' en el que nuestros clientes encuentran numerosos productos que les aportan nuevas posibilidades. Hay gamas 100% bio que ofrecen alternativas al plástico de un solo uso en bandejas, vasos, bolsas de basura, platos, cubiertos y alternativas en productos reutilizables como vasos y copas, bolsas de almacenaje, bolsas de lavandería, etc. Lo mismo ocurre con nuestros productos de equipamiento, que incorporan novedades en sus composiciones y permiten estar a la cabeza de las prestaciones eco-amigables.

¿Es arriesgado cambiar los hábitos?

No se trata de una apuesta y en lo que menos pensamos es en sí corremos algún riesgo. Se trata de decantarse por un mercado exigente bajo máximos controles, pero tenemos claro que ahí es donde nos interesa estar, con estas grandes marcas, con empresas que se autoexigen y son ejemplares, estar con quienes apoyan plataformas y proyectos sustanciales para el presente de nuestro planeta. —



Jaime Juan de Sentmenat busca que Garau lidere en la erradicación de los plásticos de un solo uso.



INSTALACIONES HOTELERAS

Financiación de sus inversiones

Modernizar las instalaciones de su hotel es una muy buena forma de **aumentar su competitividad y obtener una mayor rentabilidad**. En CaixaBank le asesoramos sobre la financiación más adecuada para llevar a cabo sus inversiones.



www.CaixaBank.es/empresas



Raquel Redondo
raquel.redondo@proveedoreshosteltur.com

Las cifras hablan por sí solas y es que cada vez hay más mujeres al frente de negocios prósperos, muchos de ellos que además funcionan bajo principios de respeto al medio ambiente y responsabilidad social. Así se expuso en un reciente evento organizado por la Asociación Mujeres Avenir en Madrid.

EL EMPRENDIMIENTO FEMENINO SOSTENIBLE AL ALZA

El ratio en España ya supera la media europea, con 8 millones de mujeres emprendedoras por cada 10 hombres

"Las mujeres están llamadas a liderar la cuarta revolución industrial, con un índice en el fracaso de negocios femenino ya más bajo que el masculino (30% frente al 50%) a nivel europeo", declara **Rebeca Ávila, responsable de Comunicación de la Asociación Mujeres Avenir y directora de Comunicación en AccorHotels.**

Esta afirmación la justifica diciendo que "muy posiblemente

esto es debido a que incorporan la sostenibilidad como criterio fundamental a la hora de emprender. ¿Por qué? Por que la mujer, en su forma de concebir el emprendimiento, asume casi de forma sistemática -debido a su propia historia y evolución- criterios sostenibles".

Y añade: "Por otro lado, creo que la mujer ha perdido el miedo al riesgo, a lanzarse a perseguir sus sueños".



El acto sobre emprendimiento sostenible organizado por Mujeres Avenir tuvo lugar en la Embajada de Rumanía en Madrid.

LA SOCIEDAD EXIGE SER SOSTENIBLES

El pasado octubre, tuvo lugar en Madrid el evento "Naturaleza: una fuente de inspiración para el emprendimiento sostenible" que reunió a cinco emprendedoras de diferentes países y sectores que han desarrollado sus proyectos sobre la base de la sostenibilidad, de la mano de la Asociación de Amistad Hispano-Francesa Mujeres Avenir, que pretende fomentar la creación de una red de relaciones que contribuya a generar valor en la sociedad y afianzar los lazos entre España y Francia, así como ganar visibilidad para una lucha más efectiva contra la desigualdad.

La asociación se ha marcado como objetivo hacer una *tournée* por las diferentes embajadas internacionales para poner en valor el avance conseguido por las mujeres europeas y convertirlas en un modelo para las nuevas generaciones. Un avance que se cifra en un ratio de emprendimiento femenino en España que ya supera la media europea, con 8 mujeres emprendedoras por

"La mujer, en su forma de concebir el emprendimiento, incorpora de forma sistemática criterios sostenibles"

cada 10 hombres, frente al 6/10 registrado en Europa, según apuntó durante el acto Rebeca Ávila. El emprendimiento femenino, por tanto, ha demostrado tener un enorme potencial que hay que saber aprovechar en beneficio de la sociedad. Y la vinculación con la sostenibilidad viene porque, precisamente, son las nuevas generaciones, quienes la demandan. "Así lo estamos viendo en los nuevos comportamientos de consumo donde los criterios de RSC empiezan a tener un peso importante en la compra", declara Ávila.

MUJERES AL MANDO

Si hablamos del sector hotelero y tomando como ejemplo, en este

caso, AccorHotels, "hay datos importantes en cuanto al avance de la mujer en puestos de responsabilidad. En la cadena tenemos un objetivo claro: un 35% de directoras de hotel a nivel mundial para 2020, objetivo que ya hemos cumplido en España y Portugal, incluyendo una directora de operaciones", afirma la responsable de comunicación del grupo hotelero.

En materia de RSC, el sector hotelero en Europa lidera las acciones de RSC respecto a otros sectores. Ávila expone el programa 'Planet 21-Acting Here' de AccorHotels que consiste en acciones del tipo: ahorros en lavandería por el uso responsable de las toallas por parte de los clientes y que se invierten en plantaciones de árboles, con seis millones de árboles ya plantados. También se promueve la disminución de los desperdicios de alimentos (30% menos de desperdicios alimenticios, 76.000 comidas salvadas), más apoyo a la agricultura urbana (más de 1.000 huertos urbanos en hoteles), reducción del plástico en los hoteles (supresión de pajitas, nada de toallas envueltas en plástico, etc.), proyectos innovadores de economía circular (doble vida a los equipamientos de hoteles en renovación, uniformes realizados a partir de materiales reciclados, etc.), inclusión de los criterios CSR en todos los conceptos y ofertas, patrocinio del primer naviero de hidrógeno por el que AccorHotels se compromete con la transición energética... y así un largo etcétera.

A la pregunta sobre los valores sostenibles en la hotelería española opina que, "aunque ha habido algunos avances, creo que todavía hay mucho margen de mejora".



LUIS CABRERA, PRESIDENTE DE ANESE
(ASOC. NACIONAL SERVICIOS ENERGÉTICOS)

"UN PROYECTO DE EFICIENCIA ENERGÉTICA EN UN HOTEL OFRECE VALOR DIFERENCIAL"

ENTREVISTA

Raquel Redondo

raquel.redondo@proveedoreshosteltur.com

¿En qué momento se encuentra actualmente la energía en España en materia de sostenibilidad?

Desde ANESE percibimos que actualmente el sector de la energía español, en lo que se refiere a la sostenibilidad, se encuentra todavía en una fase embrionaria, quedando aún un largo recorrido. Creemos que ese gran salto hacia la sostenibilidad necesita medidas adecuadas de índole fiscal, de promoción de la eficiencia, de prestación de servicios energéticos, etc. Es imprescindible avanzar hacia un modelo energético más sostenible.

Además, debe haber un ejercicio de formación y concienciación hacia todos los agentes del mercado. Sin embargo, nos satisface verificar que las políticas europeas ya contemplan este concepto y tienen como objetivo darle un importante impulso ('Paquete de Energía Limpia' para todos los europeos, su compromiso de lograr en 2030 una reducción de emisiones del 40%, etc). Llegado ese momento, se abrirá un amplio campo de actuación para las ESEs,



Según Cabrera, la Ley de Cambio Climático y Transición Energética es cada vez más una realidad.

con el consecuente crecimiento exponencial del mercado de los servicios energéticos.

¿Qué soluciones energéticas de sus asociados están más estrechamente

NUEVA IMAGEN

Consciente de que el sector de la energía atraviesa un momento interesante e ideal para la dinamización y posicionamiento del Modelo de Servicios Energéticos, ANESE ha presentado recientemente su nueva imagen corporativa y actualiza sus objetivos para convertirse en la asociación de referencia en sostenibilidad.



Entre sus **objetivos**, la asociación se propone:

- crear la red líder de empresas especialistas en servicios, tecnologías e inversiones, enfocadas en acelerar la acción contra el cambio climático.
- participar en la estructuración y desarrollo del mercado de los servicios energéticos eficientes y sostenibles
- actuar como catalizador de los servicios, inversiones y soluciones energéticamente eficientes y sostenibles.
- funcionar como business hub entre los asociados

vinculadas con el sector hotelero?

El parque hotelero español representa un extenso campo de actuación para las ESEs. Es un sector que representa una excelente oportunidad de negocio para nuestros socios, perfectamente capaces de llevar a cabo proyectos de eficiencia energética para proporcionarles un ahorro energético, ya sea en iluminación de bajo consumo, en uso eficiente de agua, en climatización, en aire acondicionado, en sistemas de control de temperatura, o en instalación de sistemas solares fotovoltaicos para autoconsumo. De hecho, los proyectos de eficiencia energética en este sector se pueden mejorar con la incorporación de generación distribuida.

Muchos grupos hoteleros invierten en un aspecto que es estratégico: conocer el comportamiento de su demanda energética y gestionarla mediante un sistema con la finalidad de lograr un uso más racional de las instalaciones, ahorrar energía, aumentar la eficiencia energética, reducir mano de obra, reducir averías y prolongar la vida útil de los equipos como medidas.

Para ello tienen a su disposición sistemas de monitorización y telegestión energética que en el día a día les permite conocer con precisión donde tienen lugar los consumos, donde hay pérdidas energéticas, y en qué áreas habrá consumos futuros gracias al Big Data.

Todas estas soluciones son susceptibles de ser aplicadas en los proyectos de eficiencia energética, ya sean para obras de nueva construcción o para proyectos de renovación energética.

Las ESE son cada vez más expertas en eficiencia, pero ¿el marco legal actual a la hora de aplicarla, acompaña este desarrollo?

Precisamente este año hemos empezado a verificar una dinamización y posicionamiento del Modelo de Servicios Energéticos, con una coyuntura normativa y de mercado favorable y en el cual las ESEs disponen de una infinidad de herramientas consolidadas para ofrecer servicios integrales a sus clientes con el apoyo de las demás empresas que son parte de ANESE: fabricantes que aportan tecnología eficiente y de vanguardia, fondos de inversión que ayudan a que los proyectos sean posibles, abogados para perfeccionar los contratos, consultores y certificadores, etc. De este modo, queremos hacer más patente aún que el Modelo ESE comprende la gestión de modelos de eficiencia energética y medioambientales, soluciones de digitalización y conectividad, de movilidad sostenible, de generación distribuida, de autoconsumo, para ofrecer energía como servicio.

En este sentido, tenemos que hacer mención a la nueva Directiva de Eficiencia Energética de los Edificios. En mayo de este año se publicó la Directiva (UE) 2018/844 por la que se modifica la Directiva 2010/31/UE relativa a la eficiencia energética de los edificios y la Directiva 2012/27/UE relativa a la eficiencia energética en lo concerniente a los edificios. Esta Directiva está centrada en el rendimiento energético de los edificios y parte de la premisa del objetivo de eficiencia energética para 2030, que es del 32,5%.

La Comisión Europea espera que parte de los ahorros energéticos provengan de la renovación y de las medidas de eficiencia energética en edificios. Para ello, las directrices que marca este documento están centradas en crear reglas para facilitar el entendimiento de la factura por parte del usuario final de manera que entienda el uso que está haciendo de su energía. Se focaliza principalmente en la asignación de costes de calefacción, aire acondicionado y

SERVICIOS ENERGÉTICOS EN CIFRAS

El mercado ESE generó un volumen de 25 mil millones de euros a nivel mundial en 2017, un 8% más que el año anterior (AIE, 2018). En Europa, el nivel de facturación se sitúa en torno a los 2,6 mil millones de euros (AIE, 2018). Los países europeos con un nivel de desarrollo 'excelente' de este mercado son Alemania, Austria, Francia o Italia, mientras que en España se considera que existe un nivel de desarrollo 'bueno', tal y como se indica en el informe del Joint Research Centre (JRC), titulado "Energy Service Companies in the EU" del año 2017.

A nivel nacional, tal y como indica el **"Observatorio de Eficiencia Energética. Mercado de las Empresas de Servicios Energéticos"**, de ANESE, que analiza el año 2016 y publicado en 2017, se estima que el nivel de mercado total (directo e indirecto) está cercano a los 1.000 millones de euros y genera un empleo total de más de 20.000 personas. Los datos de este Observatorio se han obtenido directamente de un cuestionario enviado a 88 Empresas de Servicios Energéticos de España, habiendo obtenido una tasa de respuesta del 70%. Se considera que estas cifras han mejorado durante 2018. Las tendencias este año han seguido una trayectoria muy similar a 2017.

Desde la perspectiva de ANESE, "2018 puede ser considerado un año impulsor de una nueva etapa para el sector energético y que nos lleva a pensar en 2019 con mucho optimismo y con buenas y alentadoras perspectivas", declara el presidente de la asociación.

consumo de agua caliente sanitaria en edificios con usos compartidos y/o de múltiples propietarios (incluyendo edificios residenciales). También tenemos que hacer mención al Real Decreto-Ley 15/2018 de medidas urgentes para la transición energética y la protección de los consumidores, en vigor desde el 5 de octubre de 2018.

La Ley de Cambio Climático y Transición Energética es cada vez más una realidad, y se prevé que llegue a funcionar como un instrumento clave para garantizar la consecución de los compromisos de España ante la UE en materia de energía y clima en el marco del Acuerdo de París contra el calentamiento global.

¿Cree que en el sector hotelero español hay plena conciencia de una necesidad energética eficiente?

El consumo de electricidad en el parque hotelero español es muy elevado, ya que son edificios que se encuentran operativos durante todas las horas del día y todos los días del año. Y una parte importante de su gasto energético procede de la iluminación, pero también de la climatización (calefacción y refrigeración) y del uso del agua caliente sanitaria. Desde nuestro punto de vista, la eficiencia energética en los hoteles es fundamental y es cada vez más

una preocupación para los profesionales encargados de este tipo de proyectos. Y las ESEs no son una excepción. De hecho, todo su empeño y esfuerzo pasa por lograr una combinación entre la mejor calidad de sistemas y tecnologías y la eficiencia energética. Y para lograr ese punto de equilibrio es ideal aplicar el modelo ESE mediante el cual la empresa de servicios energéticos proporciona servicios de mejora de eficiencia energética afrontando cierto riesgo al hacerlo, y basa el pago de los servicios prestados en la obtención de ahorros energéticos durante el proyecto.

Por otra parte, reducir las necesidades energéticas en hoteles es un factor determinante, porque además de hablar de ahorro energético también estaremos teniendo en cuenta la sostenibilidad, el confort, la seguridad de las personas y también se asegura un mejor suministro de electricidad y una mejor gestión del consumo. Todos estos factores aportan valor añadido a los hoteles que llevan a cabo un proyecto de eficiencia energética de la mano de una ESE.

Una ESE, al desarrollar un proyecto de eficiencia energética en un hotel, le está ofreciendo mucho más que ahorro energético. Le ofrece valor diferenciador y consecuentemente, le ofrece una mejora de competitividad. —

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.



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

HOSTELTUR



EN LLADOPOL SOMOS ECO, ¿Y TÚ?

Lladopol es una empresa con más de 50 años de experiencia. Contamos con una amplia trayectoria que tiene sus orígenes en la fundación de la compañía a cargo de D. Francisco Pol, que supo transmitir su capacidad de liderazgo a Francisco Javier Pol, que desempeña actualmente la función de gerente. Los sólidos principios de nuestros orígenes familiares han dado paso a una **decidida apuesta por la calidad, la innovación y, cómo no, con la SOSTENIBILIDAD**, lo que se ha traducido en una firme consolidación de nuestra compañía, pionera en el apoyo al sector hostelero balear y que ha ido creciendo paralelamente a su desarrollo.

En primer lugar, hemos decidido enfocar la compañía a un crecimiento sostenible, trabajando de la mano de grandes clientes que ya confían en nosotros, para ayudarles a llevar a cabo proyectos de optimización de recursos, planes de higiene y ergonomía laboral, para hacerlos más eficientes, si cabe aún, en el uso de sus recursos.

Y, cómo no, el lanzamiento de la gama ECO, basada en una amplia gama de artículos, para ayudar a nuestros clientes a la eliminación de la totalidad del plástico de un solo uso, que tanto daño ha hecho a nuestro medio marino.

Estos nuevos artículos, que pasarán a formar parte de nuestro día a día sin que nos demos cuenta, provienen de varios orígenes ta-

les como:

- almidón de maíz
- caña de azúcar
- madera y celulosa de bosques sostenibles
- y arroz y bambú, entre otros.

Para ello, hemos decidido centrar nuestros esfuerzos en trabajar con los principales fabricantes de este sector. Solo ellos nos pueden garantizar la sostenibilidad, la correcta fabricación de sus artículos provenientes de plantaciones sostenibles, y sobre todo, que estén en posesión de las máximas certificaciones que garanticen la idoneidad del uso de estos productos.

FAMILIA DE PRODUCTOS QUÍMICOS

Hemos firmado un acuerdo con la multinacional alemana Werner & Mertz que ofrece a nivel mundial una gama única con la certificación **C2C CRADLE TO CRADLE** para los productos químicos, con una gama completa capaz de dar servicio a todas las necesidades de un hotel, desde las zonas comunes o pisos, hasta las cocinas y lavandería, todo ello bajo los más estrictos criterios de sostenibilidad. Por otro lado, nos encontramos ante la sustitución de los artículos de plástico de un solo uso, que en la actualidad son los causantes de los principales problemas en el medio marino.

Se estima que en el año 2050, sino hacemos algo al respecto, en los océanos habrá más plásticos que peces.



FAMILIA DE ARTÍCULOS DE PLÁSTICO

En este apartado, hemos llegado a un acuerdo para la distribución de los productos del fabricante Eco-products, que es el principal fabricante de productos de origen orgánico que existe a nivel mundial.

Eco Products entiende la conexión entre la salud del planeta y los impactos de los envases desechables. Todos los días trabajamos para hacer avanzar los sistemas de Basura Cero y ayudar a nuestros clientes a ser mejores administradores del medio ambiente.

Eco Products, la marca líder de embalajes para servicios alimenticios hechos con recursos renovables y contenido reciclado, se une a una comunidad cada vez mayor de compañías **B Corp** que trabajan para resolver problemas ambientales y sociales.

Certificación B Corp:

Estas empresas no compiten solo para ser las mejores del mundo, sino para ser las mejores para el mundo. "En conjunto, B Corps lidera un creciente movimiento global de personas que utilizan los negocios como una fuerza para el bien".

Poseen las máximas certificaciones y así lo indican en todos y cada uno de los productos que fabrican, para que los consumidores estén tranquilos y seguros de los productos que consumen.



Artículos certificados BPI

El Instituto de Productos Biodegradables es el estándar actual en los Estados Unidos para el compostaje. BPI y el US Composting Council utilizan las especificaciones de la Sociedad Americana para Pruebas y Materiales (ASTM) para certificar productos como compostables. Este logotipo está diseñado para reducir la confusión que rodea el compostaje de plástico. El logotipo compostable solo se puede utilizar en productos certificados.

Artículos Aprobados de Cedar Grove

Cedar Grove Composting en el Pacífico Noroeste ofrece un programa de revisión técnica y pruebas de productos compostables para determinar si compostarán en sus instalaciones. Los productos se prueban 'in situ' en el proceso de compostaje de Cedar Grove. La mayoría de los artículos compostables de Eco-Products cumplen con las pautas de compostaje de Cedar Grove.

USDA biopreferido

El propósito del programa USDA BioPreferred® es promover el aumento de la compra y el uso de productos de base biológica.

Certificación LEED

LEED, o Liderazgo en Energía y Diseño Ambiental, está redefiniendo los lugares donde vivimos, trabajamos, aprendemos y jugamos. Las certificaciones LEED están transformando la manera en que los entornos construidos se diseñan, construyen y operan, ya sea en edificios y casas individuales.

Nuestros productos GreenStripe® y BlueStripe™ pueden admitir varios créditos de LEED para operaciones de construcción y mantenimiento (según LEED v4).

Ahora es el momento en que nuestros clientes tomen la decisión de dejar de ser parte del problema, para pasar a ser parte de la solución. Es cierto, que no es una decisión sencilla, y que ésta no debe basarse solo en un criterio económico, sino de responsabilidad social y sobre todo de futuro, ya que el sector ho-

telero debe proteger aquello de lo que se nutre, que es mantener un mundo lo más sostenible, sano y bonito posible, para que las gentes de otros países nos visiten y se sientan orgullosos de cómo gestionamos nuestros recursos.

El principal motivo debe ser la responsabilidad social, no la futura ley que entrará en vigor a principios del 2020, ya que eso marca la diferencia entre **Ser sostenible** o simplemente cumplir con la ley. Por todo ello, en Lladopol llevamos meses trabajando en pro de facilitar a todos nuestros clientes la máxima información y asesoramiento para que puedan tomar las decisiones correctas y conviertan sus hoteles en "Eco friendly" y disminuyan de forma radical su huella de carbono. =



INFORMACIÓN:

Gremio Jaboneros 14
Polígono Son Castelló
Palma de Mallorca
T. 971 432 631
www.lladopol.es



ENTREVISTA

Raquel Redondo

raquel.redondo@proveedoreshosteltur.com

CARMEN RUÍZ, DIRECTORA DE MARKETING DEL GRUPO ANDILANA

"EL COMPROMISO CON LA SOSTENIBILIDAD TIENE QUE VER MÁS CON LA ÉTICA PROFESIONAL QUE CON EL MARKETING"

El Grupo Andilana es un referente en el sector Horeca de nuestro país con 28 restaurantes, 5 hoteles y 7 franquicias que dan empleo a más de 800 personas. En primicia conocemos que van a lanzar una nueva marca de restauración mediterránea, TerraViva, que además será franquiciable, y que capturarán productos de temporada y de proximidad en pro de esa filosofía saludable que ya aplican en su trabajo y gestiones diarias.



Según Carmen Ruíz, para el Grupo Aldiana es muy importante colaborar con proveedores que cuenten con un plan de control de residuos estructurado y organizado.

¿Qué importancia tiene la sostenibilidad para el Grupo Andilana?

Es un hecho contrastado que la alimentación saludable y sostenible está experimentando un crecimiento constante. Vivimos en una sociedad cada vez más concienciada y que se preocupa por la procedencia de los alimentos e incluso está dispuesta a pagar más si se garantiza una gestión sostenible de los recursos. Somos conscientes que el sector Horeca tiene una gran responsabilidad con el entorno y debemos contribuir a su equilibrio económico, social y medioambiental.

Como ejemplo, Andilana, en su compromiso con el bienestar social, participa en el Programa AMED de la Agencia de Salud Pública de Cataluña que tiene como objetivo promover la alimentación mediterránea como modelo de alimentación saludable en el ámbito de la restauración colectiva.

En este sentido, ¿qué les exigís a vuestros proveedores?

Tratamos de colaborar con proveedores que cuenten con un plan de control de residuos estructurado y organizado.

Por otro lado, siempre que sea posible, intentamos que nuestros proveedores nos suministren productos de proximidad, ya que además valoramos enormemente poder incorporar a nuestras recetas ingredientes de temporada.

Lo mismo ocurre con los productos ecológicos y los productos procedentes del comercio justo; de hecho, algunos de nuestros proveedores ya trabajan bajo estas premisas.



Restaurante Casa Brinda en Platja d'Aro (Girona).

"Somos conscientes que el sector Horeca tiene una gran responsabilidad con el entorno"

Con tantos años de experiencia ¿cómo valoran la evolución de este tema en el sector Horeca?

Hablar de sostenibilidad en el Canal Horeca no es hablar de un proyecto futuro, está muy presente en las agendas de muchos de los operadores. Hay una tendencia generalizada en toda la cadena de suministro, desde el fabricante hasta el propio punto de consumo, por encontrar soluciones que sean respetuosas con nuestro entorno, y que de alguna forma también fomenten un equilibrio social o económico.

Son muchos los ejemplos que me vienen a la cabeza, como el uso de productos Fair Trade que garantizan una relación justa entre productores y consumidores o la aparición de aplicaciones móviles para el aprovechamiento de los productos frescos que los establecimientos no han usado al final del día.

¿Y cómo ven el futuro?

De cara al futuro se me plantean varios retos: en un canal tan atomizado es importante conseguir que el compromiso llegue a todos los operadores independientemente de las características de cada concepto, y que no tenga un coste adicional que desmotive al operador final, porque no olvidemos que el compromiso con la sostenibilidad tiene que ver más con la ética profesional que con el marketing.

En sus restaurantes, ¿cómo gestionan el 'desperdicio alimentario'?

Por nombrar algunos ejemplos, tenemos implantado un sistema de compras que nos permite hacer una comparativa por año y esto, entre otras cosas, nos ayuda a controlar las mermas, así como un sistema de etiquetaje para controlar los stocks y sus caducidades. También, a través del análisis de las rotaciones de platos podemos confeccionar cartas más apetecibles y esto, a su vez, nos permite reducir los desperdicios. Por otro lado, los equipos de cocinas están en formación constante para la manipulación correcta de alimentos y evitar generar basura adicional. —



PROVEEDORES SOSTENIBLES

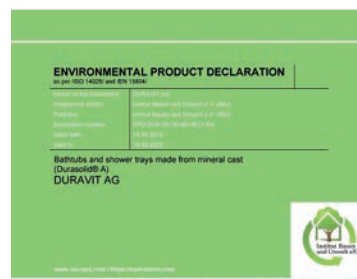
Son muchas, y cada vez más, las empresas que proveen a los Canales Contract y Horeca que destacan por sus acciones sostenibles, ya sean a nivel corporativo o relacionadas con sus productos. Aquí, una selección.



PROSOL, estrena el certificado 'Residuo Cero' en su sector
PROSOL (Productos Solubles S.A.) es la primera empresa española dentro del sector agroalimentario en obtener el certificado de 'Residuo Cero' de AENOR, que acredita que las organizaciones valorizan sus fracciones de residuos, evitando que éstos tengan como destino final el vertedero. PROSOL, empresa cafetera con sede en Venta de Baños (Palencia), suma así una nueva y reconocida certificación al amplio número de distintivos que ya posee en sus procesos, productos y servicios.

Nuevo informe de sostenibilidad de Duravit

Duravit AG presenta el tercer informe de sostenibilidad según las directrices internacionalmente reconocidas G4 de Global Reporting Initiative (GRI). La consecución de una cuota de reciclaje del 100% merece una mención especial en este informe periódico, así como el aumento del 60% en la inversión para la protección del medio ambiente. También ha sido galardonada por el producto DuraSolid® con la declaración medioambiental del producto (Environmental Product Declaration, EPD).



Entrega de los Premios Lean&Green de AECOC

Las compañías Alfil Logistics, Chep España, DHL Supply Chain, Lidl Supermercados, Nestlé España y Unilever España han recibido recientemente, de manos de AECOC, la Estrella Lean&Green, tras haber conseguido reducir en un 20% sus emisiones de CO2 en la cadena de suministro. Otras nueve compañías obtienen el Premio Lean&Green al adquirir el compromiso de hacerlo en un plazo máximo de 5 años. AECOC lidera la iniciativa Lean&Green en España.



Abora Energy presenta sus paneles solares híbridos

Entre las alternativas energéticas para proveerse de energía destaca la tecnología de Abora Energy que permite generar agua caliente y electricidad a partir del sol. Los paneles híbridos aH60 y aH72 ya están funcionando a pleno rendimiento en algunas instalaciones de España y del extranjero. El sistema dispone de células fotovoltaicas que producen electricidad, así como un sistema que calienta el agua consiguiendo minimizar las pérdidas térmicas y maximizar la producción fotovoltaica. El CO2 emitido es cero.



Mondelez cumple sus objetivos sostenibles para 2020

Mondelez International ofrece nuevos progresos en los objetivos de sostenibilidad medioambiental 2020 para reducir las emisiones de CO2, el consumo de agua, residuos y envases, recogidos en su informe de progreso Impact For Growth. El estudio también ilustra cómo los programas de sostenibilidad de la compañía contribuyen al cumplimiento de los objetivos de desarrollo sostenible de las Naciones Unidas 2030, con el desarrollo de programas que fomentan estilos de vida saludables en siete países.

Un campismo sostenible naturalmente

A nivel europeo, los campings ofrecen a sus clientes la excelente oportunidad de realizar una inmersión en la región donde se ubican, con sus atractivos turísticos y sus zonas de belleza y diversidad natural. Precisamente por ese motivo, por su situación al aire libre, los campistas suelen apreciar mucho la naturaleza, por lo que suelen mostrarse interesados por el entorno. Además, el hecho de estar en un periodo vacacional o de descanso contribuye a que estén más receptivos para implicarse y comprender cómo se abordan las cuestiones medioambientales en el establecimiento donde se alojan.

Los propietarios o gerentes de campings cuentan con muchas oportunidades para reducir su huella ambiental. Para disfrutar de una estancia en total armonía con la naturaleza es importante tener en cuenta ciertas consideraciones previas, ya que cualquier descuido puede perjudicar seriamente el entorno. Por esta razón se aconseja seguir una serie de recomendaciones, cuyo cumplimiento en los establecimientos campistas por parte de huéspedes, staff y

proveedores garantizará una buena convivencia y un turismo responsable y sostenible con el medio ambiente.

A pesar de que muchos de los impactos provocados pueden escapar del control del propio camping, una buena estrategia es apostar por la prevención y la educación para incidir en la reducción de su huella, dirigida tanto a los visitantes como a los propios trabajadores. De esta forma, además de ofrecer información sobre los elementos naturales de la zona, se les ofrecerá la posibilidad de sentirse parte del entorno y adopten cambios en su comportamiento, incluso llevándolos consigo de vuelta a casa después de las vacaciones. Pueden ser programas educativos, folletos, contenidos web o, por ejemplo, juegos interactivos sobre la biodiversidad local, accesibles desde cualquier lugar.

Las recomendaciones de uso general para el desarrollo sostenible del establecimiento campista se centran en promover la eficiencia energética (sistemas de iluminación, consumo de agua, electricidad y gestión de residuos), en el cuidado de la

ARTÍCULO DE OPINIÓN

biodiversidad de la zona (flora, fauna y preservación del entorno) y en velar por la óptima convivencia de todos los usuarios (circulación, contaminación, respeto por el descanso y limpieza).

No se trata de ejecutar una reforma integral e inmediata de todas las instalaciones, ya que para muchos alojamientos puede ser una inversión inalcanzable. Pero sí de ir incorporando mejoras en clave sostenible, de la forma más responsable posible, en todas las mejoras que se vayan acometiendo, sea como novedades de temporada o por necesidades reales de renovación. No solamente es importante que las instalaciones resulten llamativas, modernas y a la vanguardia de las últimas tecnologías, sino que han de demostrar su compromiso por un entorno más sostenible haciendo de la sostenibilidad un hábito de todos. ■■



Alejandro Giménez,
director de Playa Montroig
Camping Resort



"LOS HUÉSPEDES VALORAN POSITIVAMENTE LAS DISTINCIONES SOSTENIBLES"

Jesús Moreno Velasco, director gerente del Best Western Hotel Los Condes de Madrid

ENTREVISTA

Raquel Redondo

raquel.redondo@proveedoreshosteltur.com



En opinión de Jesús Moreno, para llegar a una mayor sostenibilidad de los hoteles se debe llevar a cabo una correcta coordinación de recursos.

¿Qué principios de sostenibilidad rigen en el hotel hoy por hoy? ¿Y qué otros se plantean a medio y largo plazo?

Desde hace años nos propusimos considerar la sostenibilidad como uno de los pilares de nuestro negocio creando valor de forma continua a través de la prestación de servicios de excelencia a nuestros clientes y coordinándonos con la Administración para implantar las nuevas normas, además de promocionar la innovación y la creatividad.

Como principal responsable del hotel, ¿cómo gestiona el cumplimiento de estos principios?

Inculcando la sostenibilidad en el ADN de la empresa desde los pequeños gestos hasta en las grandes inversiones. La clave para un hotel seguro es que a la dirección del mismo y a los directivos de la cadena hotelera les preocupe la seguridad de las personas y de las instalaciones de la mano de profesionales del sector que contribuyan a certificar que el entorno que ofrecemos a nuestros clientes es el mejor posible.

¿Qué ha significado para el hotel haber logrado el Sello 'Spatium' - Hotel Seguro y Saludable? Además, ha sido el primer

SELLO SPATIUM

SMDos, consultora especializada desde 2001 en servicios de asesoramiento en Seguridad y Salud, tanto en el sector de la construcción como en el de gestión del patrimonio, creó en 2017 el sello de conformidad Spatium by SMDos®, orientado claramente hacia el usuario, con tres objetivos:

1. Demostrar objetivamente las garantías hacia el usuario del inmueble en esta materia, creando entornos presenciales más seguros, saludables y "amables".
2. Promover y constatar las buenas prácticas en la explotación del patrimonio inmobiliario, desde la Seguridad y la Salud.
3. Lograr una disminución de los riesgos potenciales hacia las personas usuarias de esos espacios.

El Sello de conformidad Spatium® by SMDos se basa en un análisis sobre 13 familias de riesgos y cerca de 210 ítems de control y el Best Western Hotel Los Condes de Madrid ha sido nombrado el primer Hotel Seguro y Saludable de España, con la calificación de "Muy Bueno".



hotel en España en recibirlo.

Desde Best Western Hotels & Resorts, uno de nuestros principales objetivos es poner en valor la importancia de la seguridad y la salud en nuestros establecimientos. Para nosotros es un orgullo haber conseguido obtener el Sello 'Spatium'.

Esta certificación reconoce a nuestro establecimiento como seguro, responsable y saludable a nivel nacional en la categoría de 'Muy Bueno' y nos consolida como un hotel comprometido por esta causa. Un reconocimiento a una labor bien realizada a lo largo de los años, no solo en el ámbito de la sostenibilidad, sino en la seguridad, un aspecto sumamente importante para nuestros huéspedes.

¿Considera que los huéspedes valoran este tipo de distinciones, especialmente si van vinculadas al respeto medioambiental?

Por supuesto. Cada vez más estamos concienciados en este ámbito y los huéspedes lo valoran positivamente dándonos un valor añadido, ya que distintivos como éste aportan credibilidad y confianza, tanto para nuestros huéspedes como para nuestros empleados.

Con relación a los proveedores de Los Condes, ¿qué les exigen en materia de criterios sostenibles?

Como punto de partida, que cumplan las normas, ya que no solamente es importante la imagen exterior, sino las bases de su funcionamiento como signo de una profesionalidad, seriedad y transparencia en nuestro trabajo

¿Cree que a los hoteles españoles aún les queda recorrido para ser verdaderamente sostenibles?

Ciertamente queda mucho por hacer en el ámbito de la sostenibilidad y muchos son los factores que hacen que estemos al final de la lista de los países europeos. La crisis económica es uno de los principales motivos junto a la baja concienciación. Para llegar a una mayor sostenibilidad de nuestros hoteles se debe llevar a cabo una correcta coordinación de recursos, que implique tanto a los hoteles como a la Administración.

El principal beneficio que implica garantizar la seguridad y la salud es conseguir una garantía demostrable sobre las condiciones de seguridad y salubridad en lo que respecta al edificio, y que supone, además, proporcionar un sello de conformidad visible a los clientes y usuarios sobre las garantías e idoneidad del hotel, reducir los costes vinculados a los incidentes de seguridad, garantizar la adaptabilidad y la continuidad del negocio y aumentar la productividad empresarial al crear un entorno de trabajo y disfrute seguro y amable hacia las personas (huéspedes, usuarios y empleados). —

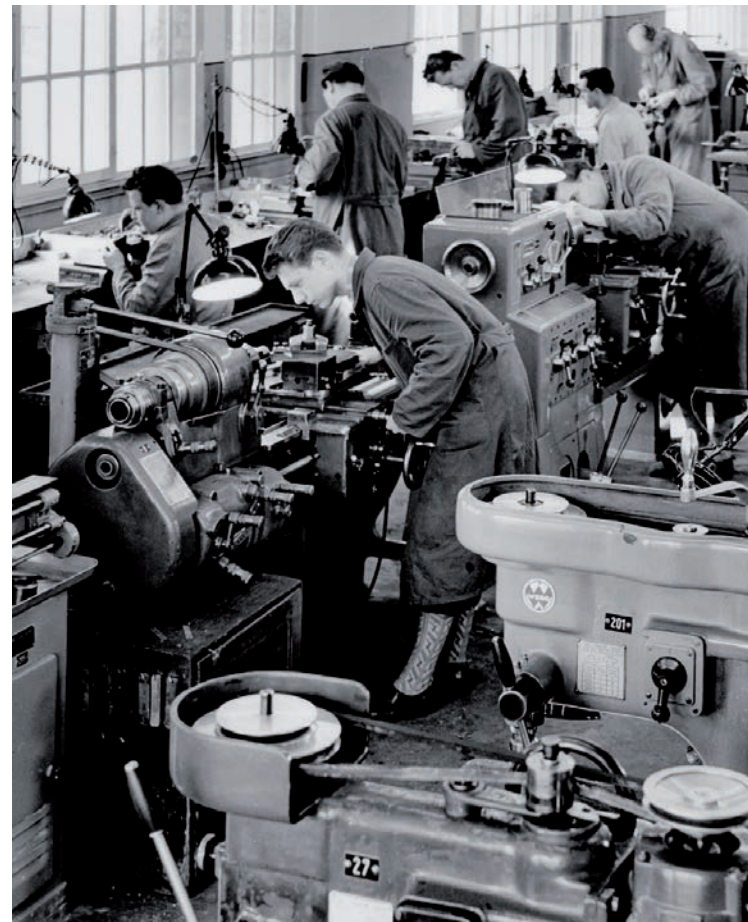
JUNG, FABRICACIÓN ALEMANA DE EQUIPAMIENTO ELÉCTRICO Y AUTOMATIZACIÓN DE EDIFICIOS

Con más de 100 años de historia, Jung ofrece soluciones eléctricas y domóticas que reúnen tecnología, calidad y diseño con garantía de origen certificada 'Made in Germany'. Productos de eficiencia energética que ayudan al personal del hotel a ser también más eficaces.

Todo empezó en 1912 cuando Albrecht Jung fundó una compañía con su apellido en Schalksmühle, una pequeña y apacible ciudad alemana en la región de Sauerland. En aquel momento, todo giraba en torno a la fabricación de su invento de la época en trámites de patente.

Se trataba del interruptor de tirón con un octavo de vuelta. Su novedad consistía en un recorrido de maniobra muy corto, un principio que continúa siendo la base de todos los diseños de mecanismos de interruptores de la empresa hoy en día. Junto con su socio posterior, Ernst Paris, consiguió llevar la empresa hacia el éxito y superar dos guerras mundiales con los posteriores periodos de posguerra.

De hecho, en 1941, abrieron su segundo centro de producción en Lünen, en la región de Westfalia. Aunque se planificó como una filial, hace tiempo que evolucionó y actualmente es un centro de logística,



Construcción de herramientas en Schalksmühle alrededor de 1952 (Jung).

un almacén de estantes elevados y un departamento de expediciones.



Soluciones de Jung para el sector hotelero

CRECIMIENTO HACIA LA INNOVACIÓN

En los 60, fue la siguiente generación con Siegfried Jung a la cabeza, quién siguió con la compañía, que se especializó en la fabricación de mecanismos interruptores y enchufes. Acorde con las exigencias del mercado, la empresa presentó un mecanismo interruptor basculante que se complementaba con los modelos giratorios y basculantes habituales, y que se convirtió en un clásico del diseño moderno. Uno de sus grandes logros fue el diseño del LS 990, una nueva generación de interruptores, que se introduce en el mercado en 1968.

La misma filosofía de reinención e innovación es la que aplica Harald Jung, nieto del fundador, que está al frente de la compañía hace más de 20 años. Todo ese trabajo les llevó a conseguir en la primavera de 2011, el sello TÜV NORD, garantía de origen certificada 'Made in Germany', como primer fabricante de aparatos y sistemas de instalaciones eléctricas de la región. En aquella época, la empresa contaba con 700 empleados.

CALIDAD Y TECNOLOGÍA

En 2019 Jung es líder europeo en equipamiento eléctrico y automatización de todo tipo de edificaciones. Dispone de interruptores, videoporteros, aparatos de control de temperatura, terminales multimedia, alarmas, manejo de luz led, control de temperatura, sistemas de emergencia, sistema de gestión de habitación y un largo etcétera para grandes establecimientos.

CIFRAS DE ÉXITO

- Más de 100 años de historia
- 17 filiales y más de 70 representaciones en todo el mundo
- Distribución a más de 40 países
- Cerca de 1.200 empleados
- Extensa gama de aparatos, aplicaciones y sistemas: mecanismos interruptores, enchufes, dimmers y detectores, y sistemas de domótica

Algunos ejemplos son las placas de led para hoteles, cuya unidad de pasillo también está disponible en vidrio, un dispositivo que facilita la comunicación de los huéspedes con el personal del hotel activando letreros retroiluminados de "no molestar" o "hacer la habitación". O el sistema de iluminación Plug & Light, el primer portalámparas empotrable que se puede fijar con un mecanismo magnético al insertarla en un enchufe (con disponibilidad de un clip de seguridad).

Otra novedad es el nuevo tarjetero de hotel con un frontal de cristal que permite la comunicación directa entre el huésped y el hotel: led verde indica "habitación vacía" y el rojo, "no molestar". Además, junto con Assa Abloy ha desarrollado una tarjeta con sistema inteligente que adapta las funciones de la habitación (climatización y luz) a las necesidades del cliente o del personal del hotel.

Con sus más de 1.200 empleados, Jung continúa trabajando para escribir otros 100 años de historia con productos de éxito. —

1912

Alberg Jung funda una fábrica electrotécnica en Schalksmühle (Alemania).

1919

Ernst Paris, el posterior yerno de Jung, entró como socio e influyó en la parte comercial.

1941

Segundo centro de producción en Lünen (Westfalia).

1960

Presentación de un mecanismo interruptor basculante que se complementa con los modelos giratorios

1968

Jung presenta los mecanismos LS 990, una nueva generación de mecanismos interruptores.

1980

La tercera generación se pone al mando de la empresa con Harald Jung a la cabeza.

2011

Jung recibe el sello de homologación TÜV NORD

2018

A Harald Jung le acompañan en la gerencia sus socios Michael Eyrych y Martin Herms



La sostenibilidad del Sistema Nacional de Salud pasa por impulsar la colaboración público-privada

La sostenibilidad del Sistema Nacional de Salud es inviable sin la colaboración de la sanidad privada. Esta idea se sustenta en datos objetivos que rebaten las cuestiones ideológicas sobre las que se apoyan decisiones políticas que demonizan a la iniciativa privada y hacen que los derechos de los ciudadanos pasen a un segundo término.

España cuenta con 8,2 millones de asegurados, cifra que asciende a más de 10 millones de usuarios de la sanidad privada, si contamos con los funcionarios que, bajo el régimen de mutualismo administrativo, eligen ser atendidos por el sector privado. ¿Qué pasaría si todos ellos fueran atendidos por la sanidad pública? Aumentarían aún más las listas de espera, empeoraría la calidad asistencial, el gasto público se dispararía y, en definitiva, supondría el colapso de un sistema catalogado por el informe Bloomberg como el más eficiente de Europa y el tercero del mundo, gracias -entre otras cosas- a la colaboración público-privada.

Por eso, no tiene sentido rechazar parte importante de los recursos existentes, despreciando a un sector que genera más de 265.000 empleos y que representa en torno al 3,5% del Producto Interior Bruto, poniendo en riesgo la sostenibilidad financiera y la capacidad asistencial del sistema. Asimismo, es interesante destacar -para poder hacer una valoración completa- que el sector hospitalario privado español

representa el 57% del total de los centros hospitalarios de nuestro país y el 33% del total de camas.

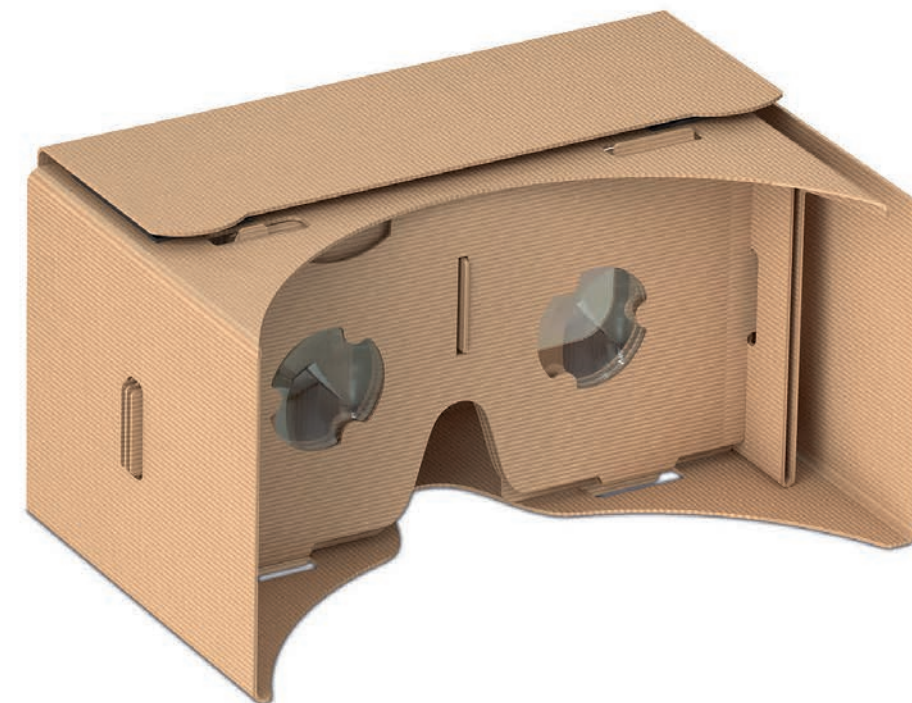
Tras exponer estas cifras, cabe preguntar: ¿Alguien se plantea aún que asegurar la sostenibilidad del SNS no pasa por emplear todos los recursos existentes, públicos y privados? Responder a esta cuestión es capital para afrontar los nuevos retos que se aproximan, entre ellos, la cronicidad gracias al aumento de la esperanza de vida o el aumento de la inversión en tecnología sanitaria e investigación.

Es preocupante comprobar cómo a lo largo del último año se han tomado decisiones que han obviado estos números, haciendo prevalecer cuestiones ideológicas que nada tienen que ver con términos de eficiencia y eficacia. Parece que ciertos políticos tienen miedo a ofrecer libertad de elección al paciente, pretendiendo ser ellos los que impongan un criterio único.

Desde ASPE hemos hecho hincapié en numerosas ocasiones en que la sanidad no es un arma arrojadiza que pueda ser utilizada por los partidos políticos a favor de sus intereses. Por el contrario, el acceso a ella es un derecho constitucional de todos los españoles, por lo que recae en las administraciones públicas la obligación de garantizarla utilizando todos los recursos existentes para ello. —



Cristina Contel,
presidenta de la Alianza
de la Sanidad Privada
Española (ASPE)



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.



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



Eva Castel
redaccion@proveedoreshosteltur.com

El principal objetivo de la arquitectura sostenible es el de conseguir la máxima eficiencia energética. Los diseños se enfocan en minimizar el gasto en ese sentido a través de instalaciones que aprovechen la luz natural, con un aislamiento adecuado, el uso de la domótica, la instalación de jardines verticales y otros elementos arquitectónicos.

EDIFICIOS SALUDABLES PARA SU ENTORNO Y SUS USUARIOS



Proyecto de Knauf.

Utilizar el espacio del que se dispone de manera eficiente y reducir el desperdicio durante el ciclo de vida (ACV) del edificio (fabricación, distribución, uso y fin de vida) ayuda a reducir el impacto sobre el medio ambiente y mejora el confort de los usuarios. Una línea de trabajo, la sostenible, que ya ha dejado de ser futurista para convertirse en una tendencia muy presente. Según el Real Decreto 235/2013 del 5 de abril, a partir del año 2018 todos los edificios de titularidad pública deben tener un consumo de energía casi nulo (EECN) y, a partir de 2020, deberán serlo todos los de titularidad privada. La propia Directiva 2010/31/UE en su artículo 2 define un EECN como “un edificio con un nivel de eficiencia ener-



Proyecto diseñado por Slow Nature Suites para el Hotel Mas de Torrent (Girona).

gética muy alto (...). La cantidad casi nula o muy baja de energía requerida debería estar cubierta, en una amplia medida por energía procedente de fuentes renovables producida 'in situ' o en el entorno”.

ARQUITECTURA SOSTENIBLE VS BIOCLIMÁTICA

En este punto hay que diferenciar entre arquitectura sostenible y arquitectura bioclimática. La primera se basa en “aspectos puramente climáticos en cuanto a diseño”, aclara **José Antonio González, fundador y CEO de Arquima**, empresa especializada en la construcción industrializada de viviendas, equipamientos, fachadas y envolventes con criterios de construcción pasiva, salud, sostenibilidad y eficiencia energética. “Sin embargo, la arquitectura sostenible implica atender no solo a criterios bioclimáticos, sino que también implica consideraciones de otra índole, como la utilización de materiales naturales renovables, reciclables, energías limpias también renovables, o la reducción de emisiones de CO2 tanto en el proceso constructivo como a lo largo de toda la vida útil del edificio”, continúa. “Los beneficios de la arquitectura sostenible son innumerables, pero podría-

mos resumirlo en su capacidad de reducir la huella de carbono de los edificios a lo largo de todo su ciclo de su vida”, secundan desde la empresa **Knauf**. En el segmento de la construcción de edificios, uno de los conceptos más conocidos es el de PassivHaus, una respuesta del físico alemán Wolfgang Feist para certificar las construcciones que cumplan una serie de parámetros acorde con su subzona climática. Parámetros que tenían que ver con el aislamiento, los puentes térmicos, la estanqueidad de las puertas y ventanas, la ventilación o los techos. Respecto a este último punto, la **Asociación Nacional de la Cubierta Inclinada (Promotejado)** tiene mucho que decir. Según los resultados de uno de sus estudios, “las cubiertas inclinadas muy ventiladas presentan importantes reducciones en la demanda de refrigeración con respecto a las planas debido al efecto refrescante de la ventilación de la cubierta, siendo estas reducciones superiores al 15% en las orientaciones este-oeste”, confirman. Siguiendo sus cálculos, los edificios con cubierta inclinada microventilada presentan un mejor comportamiento térmico, lo que puede reducir la demanda de refrigeración hasta un 8% para una orientación este-oeste en Sevilla y reducir la demanda de calefacción hasta

LA CONSTRUCCIÓN ESPAÑOLA ES SOSTENIBLE

En nuestro país existen grandes modelos de arquitectura sostenible. Recientemente, en los Green Solutions Awards 2018, premios de la **plataforma española Construction21**, gestionada por la Cátedra UNESCO de Ciclo de Vida y Cambio Climático ESCI-UPF, se ha premiado a dos construcciones colectivas. Por un lado, el Aulario IndUVA de Valladolid para la Escuela de Ingenierías Industriales de la Universidad de Valladolid. Una edificación compuesta por 34 aulas con capacidad para más de 2.500 alumnos (5.845 m2) que recibirá las certificaciones VERDE GBCe, LEED y Well. Y, por otro, el proyecto Bolueta, compuesto por 361 viviendas sociales en el edificio más alto del mundo con certificación PassivHaus. Un total de 28 plantas y más de 90 metros de altura que también ha obtenido la calificación Best Practice del concurso de buenas prácticas de Naciones Unidas.



Proyecto Bolueta.

un 10% en ciudades como Madrid. “La arquitectura sostenible es aquella que no solo se centra en el aspecto medioambiental, sino que busca el equilibrio entre los tres pilares de la sostenibilidad: mediambiental, económico y social”, añaden en Promotejado.

UN TODO PARA CONSEGUIR UN FIN

Aunque sea reiterativo, la lucha contra el cambio climático depende de las edificaciones futuras. Para ello hay que tener una visión global a la hora de proyectar el edificio. Se deben seguir una serie de premisas. Además de las relacionadas con la disminución del consumo de energía y el respeto por el medio ambiente, se tiene que valorar el confort del usuario (mejor calidad del aire, iluminación natural, materiales y sistemas con un impacto positivo, etc.). Por ello, los estudios de arquitectura se centran en los sistemas pasivos (adecuación del edificio a su entorno), activos (aprovechamiento de energías renovables, climatización, iluminación, etc.), en el reciclaje del agua y su ahorro, en la vegetación, en el control y la regulación (sistemas domóticos que ayuden a una gestión centralizada y mayor seguridad) y en la monitorización para valorar el buen funcionamiento y el impacto de todos estos sistemas.

En el segmento de la construcción de edificios, uno de los conceptos más conocidos es el de PassivHaus

Existen certificaciones para corroborar calidad y objetivos. Knauf, por ejemplo, cuenta con las de calidad ISO 9001, Marca N, Marcado CE, entre otras; de medio ambiente ISO 4006 ECODISEÑO o PFEC; y de salud con el Sello IBR, Emisiones COVW en aire interior o The Indoor Climate Label, por mencionar algunas. Su placa Knauf Silentboard es capaz de conseguir un aislamiento de 71 dBA en solo 15,5 cm de espesor de tabique y la Knauf Safeboard reemplaza a las antiguas láminas de plomo, dañinas para el medio ambiente y la salud.

“El sector de la construcción y su utilización posterior es responsable del 60% de las emisiones de CO2 a la atmósfera, por lo que reducir drásticamente esta emisión es una responsabilidad de nuestro sector y de toda la sociedad”, reflexiona el

fundador y CEO de Arquima. “En esta línea van todas las directivas europeas y, en concreto, la Directiva 20.20.20 en la que los objetivos son reducir en un 20% el consumo de energía primaria, reducir en un 20% las emisiones de gases de efecto invernadero y aumentar en un 20% el consumo de energías renovables”, concluye.

BENEFICIOS PARA LA SALUD

Los arquitectos también han de situar al usuario (ser humano) dentro de su diseño, así que existe la certificación Well, lanzada en 2014, que es el resultado de 7 años de investigación y colaboración entre científicos, médicos y arquitectos. Ésta se considera la primera certificación del mundo centrada en la salud y el bienestar del ser humano.

En la 10ª Conferencia Española Passivhaus, **María Rosa de la Iglesia, del estudio RCArquitectura**, como socia de la Plataforma de Edificación Passivhaus hizo una ponencia sobre las certificaciones Well y Passivhaus en un espacio de trabajo y aclaró muchos conceptos al respecto. En ella recogía que, según el IWBI (International Well Building Institute), pasamos el 90% de nuestro tiempo en espa-

cios interiores y si éste no está bien acondicionado, puede traducirse en dolores de cabeza, estrés, fatiga, asma, infecciones, etc., que a su vez, puede derivar en ausentismo, costes médicos y quejas médicas y físicas, entre otros. La certificación Well se centra en el aire (no contaminantes y purificación), el agua (filtración, tratamiento y localización de puntos estratégicos), la luz (luz natural y una mejor luz artificial), el ejercicio (actividades que

La lucha contra el cambio climático depende de las edificaciones futuras

permitan llevar una vida activa) y la mente. Esto se resume en un espacio que mejora la nutrición, la aptitud, el estado de ánimo, los patrones de sueño y el rendimiento de los ocupantes del edificio. Tras todos estos parámetros y la necesidad, ya no solo medioambiental ni de salud, sino legislativa, surge la pregunta: ¿Lo conseguiremos? —

Protege tu negocio con nosotros

- Pérgolas
- Toldos
- Parasoles
- Mobiliario
- Cortinas
- Mamparas
- Piscinas
- Cobertores
- Arquitectura Textil

ENTREVISTA

Raquel Redondo
raquel.redondo@proveedoreshosteltur.com

JUSTO ORGAZ, PRESIDENTE DE GREEN BUILDING COUNCIL ESPAÑA (GBCE)

"LA POPULARIDAD DEL CONCEPTO PUEDE LLEGAR A PERVERTIRLO"

Elegido hace apenas unas semanas en Asamblea General como el nuevo presidente de GBCE para los próximos cuatro años, Justo Orgaz nos desgrana algunos de sus objetivos, así como la situación actual y futura de la edificación sostenible.

¿Qué objetivos espera conseguir dentro de su recién estrenada presidencia?

Queremos avanzar del plano técnico al social y político, y llegar al "habitante" del edificio, a todos nosotros, por varios planos. Por el personal y social, a través de la comunicación, y por el plano de la regulación, a través de la política.

¿Qué nota pone a la edificación sostenible en España? ¿Y comparada con otros países?

Debemos ser realmente exigentes en este punto, porque el asunto lo merece. Hay buenos ejemplos teóricos y de edificación singular, pero hablando del conjunto de la edificación, nos queda un gran camino por recorrer.

En el ámbito hotelero, ¿qué

valoración hace sobre la edificación sostenible?

Como en todos los tipos de edificación, el camino por recorrer es largo. En el caso del hotelero, creo que tiene la oportunidad de sumarse al liderazgo de la transformación, en determinadas cotas, mostrando el camino como experiencia de valor.

¿Qué se exige a las empresas proveedoras del sector y a los profesionales que forman parte de GBCE?

Los requisitos formales son pocos, pero de fondo, más que exigir, se supone fidelidad a la misión y voluntad de propagación. La popularidad del concepto puede llegar a pervertirlo y diluirlo en el abanico de recursos comerciales de uso fácil, y esto resulta perjudicial al objetivo transformador.

Mirando al futuro, ¿hacia dónde va la edificación sostenible?

Creo que toda la edificación camina hacia un mismo punto de consumo de energía casi nulo en fase de uso, y de evaluación de la sostenibilidad de todo su



Para Orgaz, los edificios hoteleros deben sumarse al liderazgo de la transformación sostenible.

ciclo de vida. Actualmente estos aspectos se modelizan, evalúan y certifican en un plano muy teórico, pero todo apunta a que, en un futuro no muy lejano, se medirán realmente y en tiempo también real, lo que permitirá, a parte del análisis técnico, el conocimiento por parte de los usuarios. En el momento en el que el valor quede imbricado en la actividad del usuario, se habrá cerrado un círculo. ■

FUSION DE AZUVI EN ALMACENES FEMENÍAS

La expresiva dureza del metal transformada en cerámica Azuvi presenta su nueva colección Fusion, la opción idónea para espacios que busquen la elegancia de un material exclusivo. Una colección perfecta para revestir espacios como cocinas, baños o un salón en el que se desee crear un efecto original y diferenciador.

Almacenes Femenías, empresa familiar mallorquina con más de 80 años de historia en la distribución de azulejos, pavimentos, sanitarios y grifería, distribuye la nueva serie Fusion de Azuvi que nace experimentando con las infinitas transformaciones propias del acero corten en exposición prolongada a diferentes condiciones atmosféricas y de luz.

Esta colección está inspirada en edificios industriales y cons-



trucciones arquitectónicas en metal, que van cambiando con el tiempo y el uso.

Se presenta en revestimiento 30x90 cm de pasta blanca en cuatro tonalidades distintas: Fusion Cloud (blanco roto), Iron

(gris medio), Desert (marrón) y Oxide (gris grafito), y en pavimento en tres: Fusion Iron, Desert y Oxide. Todos ellos corresponden a colores neutros y atemporales, que permiten desarrollar proyectos muy versátiles y con carácter.

Fruto de la colaboración entre ambas firmas, Almacenes Femenías ofrece la colección Fusion de Azuvi en pavimento porcelánico en seis formatos diferentes. ■

— almacenes —
femenías

AZUVI

INFORMACIÓN:

www.femenias.com
www.azuvi.com



Dotar al cliente de una experiencia única. Ésta es la propuesta del nuevo Hotel Iberostar Sábila, de cinco estrellas, en Tenerife. Para lograrlo se ha realizado una reforma completa basada en la gastronomía local, en un bienestar natural y en unas estudiadas acciones de sostenibilidad.

IBEROSTAR SÁBILA. CUANDO EXCLUSIVIDAD Y SOSTENIBILIDAD SE COMBINAN A LA PERFECCIÓN

Dentro del portfolio de la cadena Iberostar Hotels & Resorts en Tenerife, el Hotel Sábila está ubicado en Costa Adeje, en el sur de la isla, y pertenece a la categoría Iberostar Selection, solo para adultos. Un auténtico producto Premium, de cinco estrellas. El nuevo hotel es el resultado de la reforma del anterior Iberostar Tor-

viscas Playa que se ha centrado en la creación de una nueva filosofía, más abierta al mar, con espacios amplios y servicios exclusivos para sorprender a los huéspedes a través de los cinco sentidos. “Este cambio responde a un completo y complejo proceso. No nos gusta hablar de reforma, sino de evolución y transformación para crear un nuevo concepto de hotel”, destaca **Teresa Catasus, directora del Hotel Iberostar Sábila.**

Según ella, esta evolución busca ofrecer una experiencia vacacional con la más alta calidad, y siempre bajo estrictos criterios de sostenibilidad. Inaugurado en 2018, para la reforma se han invertido más de 40 millones de euros y se han necesitado 12 meses de trabajo.

LA IMPORTANCIA DE LA SOSTENIBILIDAD EN EL TURISMO

En la actualidad, y según el informe de Turismo Ecológico y Sostenible de Ostelea, el impacto del turismo en el medio ambiente es significativo, ya que el turismo representa el 5% de las emisiones

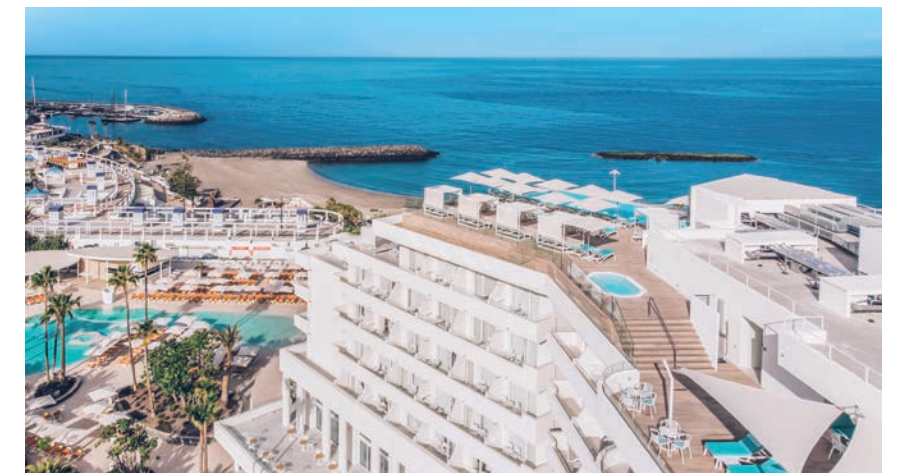
globales. Aproximadamente, el 4% son generadas por el transporte (el 40% de los viajes aéreos y el 32% de los viajes en automóvil) y casi el 1% proceden del sector de alojamiento.

Por ello, los turistas buscan alojamientos cada vez más sostenibles, y parece que es una tendencia que va *in crescendo*, ya que la cuota de mercado de este segmento se ha incrementado en los últimos años considerablemente, pasando del 7% en 2010 al 25% en el 2016. Es más, según Nielsen Company, el 66% de los consumidores están dispuestos a pagar más por marcas sostenibles que muestran compromiso con los valores sociales y medioambientales, y la Consultora Deloitte especifica que el 95% de los viajeros de negocios creen que la industria hotelera debería implementar iniciativas “verdes”.

En esta línea, el Hotel Iberostar Sábila ha realizado una importante transformación para adaptar los espacios, los sistemas de iluminación, de electricidad, gas y agua a un nuevo alojamiento en pro del medio ambiente.

UNA APUESTA POR LO LOCAL

En el hotel potencian lo local, tanto en su reforma del proyecto de arquitectura como en la gastro-



Se ha aplicado un tipo de alumbrado led con tele gestión domótica que permite regular la luminosidad dependiendo de la hora del día

nomía. Así, el destino juega un papel clave en la decoración y el diseño, utilizando los colores de las islas, pero también trabajando con proveedores locales. Su directora explica que existe un equipo de obras y reformas de la cadena que es el que marca los proveedores, aunque eso no quita que “en la búsqueda de ese interés local, que responde a nuestro nuevo concep-

to, abramos la cartera a otros”. Uno de los objetivos del hotel es convertirse en referente culinario del sur de Tenerife, abierto a clientes no alojados. Por tanto, la atractiva y completa oferta culinaria se materializa a través de un restaurante, un mercado gastronómico y tres bares. El restaurante buffet fusiona cocina canaria e internacional, donde sobresalen los productos gastronómicos locales, como sales y mermeladas de las islas, galletas de harina de plátano o agua procedente de la condensación de las nubes del archipiélago. Pensando en todo tipo de turistas, el Bar Café de Iberostar Sábila se convierte en la primera opción de Tenerife en ofrecer una completa propuesta gastronómica para celíacos.

ELIMINACIÓN DE PLÁSTICO DE UN SOLO USO

Siguiendo con el movimiento de sostenibilidad del Grupo Iberostar 'Ola de Cambio', en el total de las 472 habitaciones de las que dispone el hotel se han eliminado los elementos de plástico de un solo uso. Mientras que el establecimiento ha sustituido las bolsas de plástico de las papeleras por otras de materiales vegetales, hechos con fécula de patata, en las habitaciones el huésped no encuentra accesorios que sean de



un solo uso y que no respeten el medio ambiente, destacando que los bolígrafos han sido sustituidos por lápices.

Los productos habituales como amenities, bolsas para zapatillas o ropa, artículos de minibar, etc. han sido, a su vez, sustituidos por materiales alternativos como el cristal, los cartones compostables o materiales a base de vegetales renovables. Además, cabe destacar la separación de residuos en todo el hotel (cristal, plástico y cartón).

ILUMINACIÓN EFICIENTE

Dentro del proyecto de reforma del Iberostar Sábila y con el fin de reducir el consumo en electricidad y su impacto directo en el medio ambiente, se ha aplicado un tipo de alumbrado led con tele gestión domótica que permite regular la luminosidad dependiendo de la hora del día. Además, se ha optado por el control de encendido y apagado de alumbrado en baños de habitaciones, zonas nobles y zona de servicio con detectores de presencia para reducir el consumo eléctrico.

Concretamente, en las habitacio-



nes, dicho control juega con escenas de alumbrado, y los detectores de presencia en las puertas de estas estancias sirven también para el control de encendido de los equipos eléctricos que hay en la misma.

SISTEMAS DE AHORRO DE AGUA Y ELECTRICIDAD

Un hotel sostenible aboga por minimizar los impactos ambientales, reduciendo, en gran medida, el consumo de agua, luz y gas. A su vez, aumenta la conciencia y el respeto por el ambiente, e Iberostar Sábila lo consigue con el riego

domotizado para poder controlar el consumo de agua de los jardines y en los baños con los aireadores en las griferías para el ahorro de este bien tan preciado.

Si se alude a la estructura del hotel, está realizada con material ignífugo y utiliza placas solares para reducir el consumo energético. Además, el hotel está adaptado a aire propanado, lo que ayuda a eliminar el diésel y a contribuir al apoyo de la temperatura del agua con gas. Asimismo, para contribuir a reducir la huella ecológica, se han instalado cristales climatizados para aguantar la temperatura y reducir el consumo energético. Además, en su instalación posee un control con tele gestión del AACC y aprovecha el exceso de calor del AACC para el calentamiento de agua caliente sanitaria, piscinas y recuperadores de temperatura. Así, el hotel reduce el uso de electricidad y gas produciendo una menor contaminación al medio ambiente. ■

FICHA TÉCNICA

Hotel Iberostar Sábila
5 estrellas
Av. Ernesto Sarti, 5
38679 Costa Adeje (Sta. Cruz de Tenerife)
T. 922 71 23 00
www.iberostar.com

MEDIDAS DE RSC

Otro de los pilares de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) de Iberostar son las personas. Por ello, Iberostar Sábila cuenta también con medidas para el personal como:

- Tablets para el departamento de pisos y de SSTT, con la consecuente mejora a la hora de la organización del trabajo
- Camas elevadoras en todas las habitaciones para facilitar las tareas y no utilizar posiciones perjudiciales
- Formación músculo-esquelética para el departamento de pisos con clases de pilates
- Formación para todo el personal en gestión de residuos
- Mentoring y jornadas de inducción para que el personal desde el primer momento se sienta arropado y guiado (esto es común para toda la empresa).
- Portal del empleado, común para toda la empresa también.

PRETORIA DE BATHCO EN ALMACENES FEMENÍAS



Líneas puras, luminosidad y geometrías simples se crean con DADOquartz a través de la nueva serie Pretoria. 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.

Almacenes Femenías, empresa familiar mallorquina con más de 80 años de historia en la distribución de azulejos, pavimentos, sanitarios y grifería, distribuye esta nueva serie Pretoria creada con DADOquartz, un material totalmente innovador realizado partir de cuarzo mez-

clado con resina.

Pretoria son dos piezas sólidas, lavabo y bañera, con un diseño muy depurado que juegan con las curvas desde cualquier perspectiva.

El lavabo Pretoria sobre enci-

mera sin rebosadero tiene unas medidas de 550x350x125 mm. La bañera exenta Pretoria con rebosadero tiene unas dimensiones de 1700x800x500 mm.

Una nueva colaboración entre Almacenes Femenías y Bathco para distribuir el diseño, el equilibrio, la elegancia y la calidad de la línea Pretoria. ■

— almacenes —
femenías
bathco

INFORMACIÓN:

www.femenias.com
www.thebathcollection.com



ENTREVISTA

Raquel Redondo

raquel.redondo@proveedoreshosteltur.com

¿Qué se entiende por ecointeriorismo?

Ecointeriorismo, en nuestro caso concreto, representa aplicar criterios, sobretodo, de salud ambiental y confort físico sostenible a los espacios contract y retail (oficinas, hoteles, restaurantes, tiendas, etc.). Evidentemente, la eficiencia en equipos, suministros y uso del espacio se da por supuesta. Es, en resumen, la parte más emocional y la que pone a las personas en el centro de todo ese ingente trabajo de diseño.

¿En el sector Contract existe una demanda por este tipo de proyectos?

Existe, sí, pero mayoritariamente en empresas internacionales aquí implantadas que ya llevan en su ADN dicho concepto. Se habla y 'networkiza' mucho al respecto, pero se hace bien poco en la parte emocional que afecta a las personas e usuarios de los espacios. La principal motivación de la empresa o grupo que los implanta hoy por hoy es el ahorro de suministros (energía, agua, materiales...) e imagen pública.

¿La motivación es por motivos éticos de sostenibilidad o por imagen?

Como comentaba, el ahorro de costes, el incremento de la productividad laboral-rentabilidad y la "falsa" imagen proyectada al mercado es fundamental en la motivación de su implantación, pero la ética y/o respeto medioambiental todavía no suele ser habitual en la toma de

MANEL ESPUNY, DISEÑADOR Y FUNDADOR DE ECOINTERIORISMO.COM BY ESPUNYDESIGN

"EL ECOINTERIORISMO ACOGE, SERENA Y CONFORTA"

decisiones para su aplicación. De todas formas, esto no es criticable dentro del entorno empresarial, lo que nos preocupa es la baja orientación hacia las personas

¿Cómo influye un espacio eco en los trabajadores/clientes/huéspedes?

Los beneficios que se aportan son básicamente intangibles y es por eso que a priori resulta tan difícil que la empresa los tenga en cuenta. El buen ecointeriorismo (interiorismo saludable, emocional y experiencial) debe ser "invisible", debe ser como una sensación personal que no sabes cómo explicar pero que te acoge, serena y conforta. Te hace vivir una experiencia única y te ayuda, en el caso de los espacios de trabajo, a sobrellevar el día a día con motivación y eficiencia laboral.

En el momento del desarrollo y aplicación de estas directrices 'ecos', ¿con qué inconvenientes os encontráis?

Las principales barreras son, aunque no lo parezca, las mentales,

las del miedo a lo desconocido y a experimentar nuevos conceptos que, a priori, no parecen "reales" y que no aportan algo que repercuta a muy corto plazo (todo lo queremos ya mismo) en nuestra cuenta de resultados. El precio del diseño (proyecto y concepto) y ejecución será el mismo muchas veces y el temido coste del "material" se absorbe en pocos meses. ==



Para Espuny, el futuro del diseño eco pondrá el enfoque en la persona, sea usuario, empleado o cliente.

¿ya?
bueno..la rapidez no siempre es tan mala

Forbo te garantiza la colocación del suelo Allura® en una habitación de tu hotel en tan solo 4 horas. Es bueno ser rápido, ¿no?

Además, Allura® dispone de la mayor colección de vinílico autoportante del mercado, con diseños elegantes y realistas, en losetas y laminas de colocación sin encolar.

allura
LAMAS Y LOSETAS VINÍLICAS DE DISEÑO AUTOPORTANTES

FORBO PAVIMENTOS S.A.

Pasaje Bofill, 13-15
08013 Barcelona | Spain
Tel.: +34 932 00 67 32
info@forbo.com www.forbo-flooring.es

creating better environments

Forbo

FLOORING SYSTEMS



Raquel Redondo
raquel.redondo@proveedoreshosteltur.com

EL PROYECTO DEL RESTAURANTE
MESSIÉ PIZZA SIN GLUTEN
ES OBRA DE 4RETAIL

DISEÑO RESPETUOSO PARA UN LOCAL SALUDABLE



La distribución del interior ofrece una cocina a la vista y combina elementos naturales con toques industriales.
Foto: © MXM

Hace escasos meses abría en Barcelona un nuevo establecimiento de restauración, el segundo Messié Pizza Sin Gluten, en pleno Eixample de la ciudad, de 150 metros cuadrados de superficie. La constructora que ha llevado a cabo la obra civil de la reforma que incluye carpintería, cocina y barra, así como instalaciones de electricidad, aire acondicionado, agua, luz y agua, es 4Retail.

La singularidad de la cocina del nuevo restaurante, 100% libre de gluten, totalmente artesana y saludable, obligó a los responsables del proyecto a adecuarse a la rigurosidad que exige este tipo de cocinas, trasladando incluso al equipamiento y la decoración estas pautas, por ejemplo, utilizando materiales nobles y evitando en cualquier caso el uso de plásticos. El estilo del local es una combinación entre industrial -con los cerramientos de hierro negro y las lámparas colgantes del mismo color- y rústico -gracias al mobiliario de madera y las paredes de piedra-. Así, el respeto por el pasado se evidencia en la utilización de elementos recuperados, como las sillas y las lámparas que han sido restauradas.

4Retail está especializada en el sector retail, oficinas y hoteles y sus socios fundadores son Pau Galard y Javier Paradell. Tienen oficinas en la capital catalana y en Madrid. —

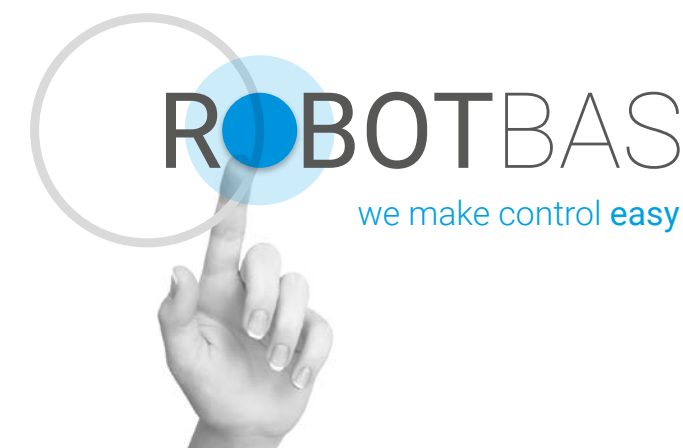


Bienvenido al hotel inteligente

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
www.robotbas.com
+34 971 244 471

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



Vivi Hinojosa
vivi.hinojosa@hosteltur.com

LOS EXPERTOS DE ROBOT, EISI SOFT Y
DEFCON8 COINCIDEN:

LA TECNOLOGÍA, ALIADA CLAVE EN EFICIENCIA ENERGÉTICA



Tecnología española de Robot S.A. al servicio del ahorro energético en los hoteles. Foto: Boris Gráfico.

La concienciación en torno a la eficiencia energética es tendencia, también en el sector turístico, y al alza. Cadenas y hoteles independientes, como subraya **Bernat Bonnin, presidente de la mallorquina Robot S.A.**, "prefieren invertir en la remodelación de sus instalaciones en vez de en nueva construcción. Lo que buscan es modernizar y hacer más eficientes sus hoteles, dando respuesta a unos usuarios mucho más involucrados con la tecnología y preocupados por el medio ambiente". Precisamente la tecnología está llamada a jugar un papel fundamental en pro de ese ahorro energético. Prueba de ello es que los sistemas de automatización de edificios de su marca Robotbas logran reducir los costes de explotación hasta en un 30%.

En este sentido, según explica Bonnin, "la gestión integral de las instalaciones, desde las salas de máquinas hasta las habitaciones, permite obtener un control instantáneo del rendimiento y consumo de los sistemas, con cuya información el hotel puede estimar, prever y anticiparse a la demanda de producción". Sus sistemas facilitan, añade, "automatizar el control industrial de la instalación, las zonas comunes y habitaciones (con control de presencia, clima, iluminación y humedad) y la animación de fachadas". De hecho, como reconoce el directivo, "los sistemas de automatización más demandados son los del control de habitaciones". Gracias a los sensores de presencia, que permiten saber si una estancia está o no ocupada, pue-

de configurarse la iluminación y temperatura para que pasen a modo ahorro cuando el sistema detecte que está vacía. El funcionamiento conjunto de todos estos sistemas de control del edificio se realiza en tiempo real desde un único dispositivo, lo que se traduce en mayor control y, por tanto, mayor ahorro. En la actualidad Robotbas está trabajando en una nueva tecnología para simplificar el mantenimiento de los dispositivos.

DIGITALIZACIÓN DEL MANTENIMIENTO

Por su parte **Eisi Soft**, empresa tecnológica especializada en digitalización y optimización de procesos, ha desarrollado una herramienta digital específica para el sector hotelero, Eisi Hotel, que unifica en una sola aplicación en

la nube todos los procesos operativos y normativos de un establecimiento o cadena. Al aumentar las posibilidades de control y optimización puede ofrecer los más altos estándares de calidad. Asimismo, ese perfecto control y planificación de todas las tareas operativas y de mantenimiento revierte en un aumento de productividad de hasta un 30%, acompañado de una reducción de costes. No en vano el big data generado por Eisi Hotel proporciona a los responsables del establecimiento la posibilidad de adoptar las medidas preventivas necesarias, así como de perfeccionar la gestión de consumos energéticos y de recursos hídricos, ya que permite detectar en tiempo real desviaciones imprevistas, pudiendo localizar fugas más rápidamente.

Además de facilitar una óptima gestión de los mantenimientos, la herramienta simplifica el cumplimiento de la complejidad normativa y operativa de un establecimiento con un potente cuadro directivo de diagnóstico y toma de decisiones, con alarmas e informes automáticos. Las posibilidades, según fuentes de la empresa, "son ilimitadas y las mejoras en eficiencia, calidad de servicio y sostenibilidad, un hecho".

Y es que, como aseguran desde la compañía, "cumplir con esos altos estándares de calidad del servicio y aumentar la competitividad de un hotel pasan en gran medida por una gestión eficiente de las incidencias, siendo el tiempo de resolución un factor clave". Con esta herramienta se puede reducir hasta en un 50% el tiempo dedicado a esta labor. La buena comunicación interdepartamental que promueve permite realizar un diagnóstico perfecto del estado de incidencias del establecimiento, de manera que se agiliza su solución.

TIRAR COMIDA TAMBIÉN CONTAMINA

Actualmente, un tercio de los alimentos que se producen en el mundo acaba en la basura, lo que representa 1.300 millones de toneladas, según la **FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura)**. Con la cuarta parte de lo que se desperdicia podría resolverse el problema del hambre, pero es que además, salvar esa comida también ayuda a preservar el medioambiente reduciendo las emisiones de CO₂. Con este objetivo nació hace tres años en Dinamarca 'Too Good To Go', movimiento europeo que combate el desperdicio de alimentos al que ya se han unido 12.000 establecimientos y más de cinco millones de ciudadanos en nueve países, entre ellos España, que ya han salvado siete millones de comidas. Presente en Madrid, Barcelona y Bilbao, usa la tecnología para conectar a los establecimientos con exceso de comida y a los usuarios de su entorno, que pueden adquirirla por un precio muy competitivo.

INTERNET DE LAS COSAS EN LA GESTIÓN DEL AGUA

Defcon8 presenta soluciones de eficiencia hídrica y energética mediante la aplicación de Internet de las Cosas a la gestión del agua. Gracias a su tecnología el cliente puede ver reflejado en el espejo del baño el consumo que está realizando al abrir cualquier grifo. Desde la startup han comprobado que "visualizar el consumo en tiempo real es una manera efectiva de concienciarnos y reducirlo". Su dispositivo también recoge información del caudal y temperatura que el hotel puede tratar estadísticamente, obteniendo así herramientas de decisión para adoptar medidas de ahorro. ■



Jesús Luis
reportajes@hosteltur.com

LAS EMPRESAS REALIZAN ESFUERZOS
POR ADAPTARSE A LOS TIEMPOS

ENVASES BIODEGRABLES Y COMPOSTABLES: SOSTENIBLES



Los envases bio mejoran las posibilidades de reciclar plásticos después de su consumo.

En los últimos meses, numerosas compañías punteras en el mercado de la alimentación y bebidas anuncian importantes medidas para abandonar su actual política de envases desechables tras su uso. Entre las nuevas propuestas, destacan aquellos que son considerados biodegradables e, incluso, que pueden transformarse en compost. Además, actualmente el sector está inmerso en un proceso de adaptación de envases para contribuir a un sistema de producción más sostenible y para adaptarse a los cambios legislativos en materia de envases y gestión de residuos. A esto, se agregan otras importantes iniciativas en materia de sostenibilidad, como la firma a finales de octubre de un compromiso de acción en

esta materia a través de la **Fundación Ellen MacArthur**. Ese evento, que tuvo lugar en Bali, resultó de gran trascendencia por la importancia de las marcas que estamparon su firma: Unilever, Nestlé, Coca-Cola Company, PepsiCo y Danone, entre otras. El objetivo: reducir envoltorios de plástico y encaminarse hacia otros reutilizables, reciclables o compostables. Todo ello con el horizonte en 2025. Fue polémico, muchas ONG no les creyeron. Se trate de una declaración de buenas intenciones o de un compromiso real; nadie duda de que se trata de un paso adelante en la dirección correcta. Nadie pone en duda el problema y se habla clara y directamente sobre cómo abordarlo y, eventualmente, mi-

FRIPOZO RECICLA ACEITE ALIMENTARIO

La compañía de alimentos ultracongelados **Frippo** ha conseguido en 2018 cifras sobresalientes de reciclaje, depuración y reutilización de aguas. Ha conseguido reciclar en solo un año más de 20 toneladas de madera y otras 70 de aceite alimentario, y ha superado el volumen en cartón, con más de 200 toneladas recicladas, y plástico, que ha alcanzado las 25 toneladas. Además, ha formalizado durante 2018 un acuerdo con Ecoembes, organización medioambiental sin ánimo de lucro que coordina el reciclaje de envases de toda España, para la instalación de puntos de recogida selectiva de envases de papel-cartón, así como de plástico, latas y briks en la zona de oficinas de todas sus áreas. Mejorando lo anterior, la empresa también ha incorporado una compactadora de latas en la zona común del comedor, con la que se consigue almacenar hasta 4.000 envases de aluminio al mes, cedidos para su retirada y gestión a una entidad sin ánimo de lucro. Todo ello ha sido recogido en un informe en el que se da cuenta de sus iniciativas medioambientales

nimizarlo o resolverlo. El horizonte no es otro que alcanzar la tan promulgada últimamente economía circular. En el caso de **Danone**, se reafirmó en el compromiso y ofreció algunos detalles sobre cómo piensa alcanzar el objetivo. En el caso de su marca Aqua, se ha comprometido a recuperar más plástico del que usa en Indonesia, incluso a través de la interceptación de desechos marinos. Hoy en día, utiliza un 14% de PET (polietileno tereftalato) reciclado de media en sus botellas de agua y otras bebidas. El objetivo marcado para el 2025 es aumentar esta cantidad al 50%. En cuanto a su marca de agua mineral natural Evian, que ya contiene un 30% de plástico de promedio, se ha marcado como

objetivo llegar al 100% para esa misma fecha. Mientras que, en el caso de Lanjarón, ha lanzado recientemente su primera botella fabricada en un 100% con PET reciclado y 100% reciclable. Además, la compañía ha adelantado que lanzará nuevas botellas 100% fabricadas con PET, alcanzando sus principales mercados de agua en 2021.

BOTELLAS BIOLÓGICAS

Pero, eso es sólo una parte del futuro que planifica Danone en materia de sostenibilidad de los envases, porque tiene en marcha un proyecto conjunto con las multinacionales **Nestlé** y **PepsiCo**, en el que participa la firma especializada **Origin Materials**, mediante el que se prevé llevar al mercado la primera botella

con un 75% de base biológica en 2021. Y, posteriormente, lanzar botellas 100% de base biológica en 2025.

De un modo u otro, el momento de la búsqueda de soluciones reales ha llegado. Porque ya nadie duda de que la profusión de plásticos desechados es una amenaza de primer orden para la sostenibilidad del planeta.

SIN EMPEORAR EL PRODUCTO

La sostenibilidad en los envases no sólo preocupa a multinacionales, también a compañías más pequeñas pero igualmente dinámicas. Entre ellas, destaca **Cafés Candelas**, desde la que señalan que “estamos trabajando con nuestros proveedores para lograr envases biodegradables y/o compostables, y que al mismo tiempo permitan mantener intactas las características de conservación del producto”, añaden.

Anteriormente, esta marca ya ha desarrollado iniciativas como aplicar ecodiseño a los envases: reducción de tintas y superficies impresas, eliminación de envolturas, uso de envases de mayor capacidad, etc. Y, también, ha eliminado los envases de plástico para los azucarillos; mientras que en 2019 lanzará vasos take away 100% compostables. En otras pujantes pymes del sector alimentación español se apuestan por otras soluciones creativas. En el caso de la empresa **Iceberg**, que trabaja intensamente para la hostelería, “envasamos para nuestros clientes en cubetas de inox, o bien, en cubetas de plástico. Ambas son retornables y se reutilizarán después de un lavado”, asegura el fundador de la firma heladera, **Carlos Enríquez**. —



Diana Ramón Vilarasau
diana.ramon@hosteltur.com

Cada vez hay una mayor conciencia entre los consumidores en general sobre la necesidad y los beneficios del uso de productos de limpieza ecológicos, así como un mayor reconocimiento y respeto hacia las empresas que trabajan en una línea que cuida el medio ambiente.

GANAR EL MEDIOAMBIENTE, LOS HUÉSPEDES, EMPLEADOS Y LA MARCA LA ECOLIMPIEZA, TODO BENEFICIOS

En tal sentido, diferenciarse en el mercado con una limpieza profesional con productos ecológicos será beneficioso para la salud de sus huéspedes, la seguridad laboral de los empleados que realizan la limpieza, para el medio ambiente y, además, contará con la aprobación y el respaldo de sus clientes, por lo que mejorará

la percepción de su marca. Consultamos a dos reconocidos distribuidores especializados en esta línea de productos acerca de la realidad de sus beneficios y mitos creados.

ECOLÓGICOS Y SOSTENIBLES

Bunzl destaca que los productos ecológicos son una alternativa sostenible de consumo que cada año crece en España y en el resto del mundo. "Ser respetuoso con el planeta es uno de los últimos cambios en el paradigma ambiental que está afectando tanto al sector público como al privado en todo el mundo. De hecho, los productos ecológicos no solo son una de las mejores formas de contribuir a cuidar el medioambiente. También es una de las mejores opciones para todos los que buscan consumir con el mínimo impacto posible".

Lladopol agrega que el primer beneficio que prevalece es el respecto del medio ambiente. Explica que, en este sentido, los productos de limpieza ecológicos son beneficiosos al medio ambiente por su biodegradabilidad, "es decir, tras su uso, sus componentes orgánicos se descomponen totalmente en el medio ambiente sin dañarlo".



Quick&Easy, línea distribuida por Lladopol, económica y eficaz por sus fórmulas altamente concentradas y potente en aplicación de espuma.

VISIÓN GLOBAL

Recuerda que todos los productos certificados con el EU Ecolabel deben cumplir esa condición, y ser ecológicos y sostenibles en todos sus aspectos. "Es decir, se ha de tener en cuenta la reducción del uso del plástico en la fabricación del envase, si las materias primas son de fuentes naturales y si se obtienen a través de procesos respetuosos con el medio ambiente, así como el proceso de fabricación y la posterior gestión de los envases, después de su uso. Realmente un producto no se considera dañino para el medio ambiente cuando es ecológico en todas las etapas de su ciclo de vida". Lladopol puntualiza que, en definitiva, se debe tener una visión global para saber si un producto es o no es verdade-

ramente dañino para el medio ambiente y si es sostenible. Las empresas explican que, actualmente, en el mercado mundial, "solo existe una certificación que garantice esto y es el 'Cradle to Cradle' que, como bien dice, no deja residuo alguno desde su creación, fabricación, uso y finalmente hasta que desaparece".

ENTORNO Y SALUD

Bunzl destaca que la garantía de que estos productos no son dañinos al medio ambiente es que son elaborados íntegramente con componentes ecológicos y sostenibles, no tóxicos. "Este tipo de productos de limpieza han sido elaborados con otro tipo de elementos que no afectan de la misma forma negativa a la salud de las personas, y

tampoco al medio ambiente". Bunzl agrega que, precisamente, en estos momentos, cuando existe tanta contaminación y alergias, "muchísimas personas se

"Una alternativa
sostenible de
consumo que
cada año crece en
España"

están decantando por este tipo de productos, ya que, no tienen en sus fórmulas tantas toxinas, son biodegradables, no contaminan y no se prueban en animales, entre otras características". Destaca que "se ha demostrado que el uso de productos ecológi-



Bienvenidos al nuevo reto de 2019

Competimos con los grandes

- Technology
- Innovation
- Quality



David Canut · d.canut@trustiberica.com · Tel: 663 712 549

cos para la limpieza puede reducir los problemas de salud, tales como quemaduras o irritaciones en los ojos, las vías respiratorias y la piel, alergias, dolores de cabeza, intoxicaciones químicas, náuseas e incluso riesgos reproductivos".

Lladopol coincide en que "las últimas generaciones de productos ecológicos van más allá con una visión más completa por el respeto del medio ambiente y ofrecen beneficios para la salud de los usuarios y del aire que respiramos".

¿SON MENOS EFICACES?

Lladopol señala que, efectivamente, hay un mito en torno a la supuesta eficacia inferior de los productos de limpieza ecológicos. "Todavía hay gente que considera que al ser ecológico, más natural, un producto no tiene todas las virtudes y en la mayoría de ocasiones no es así".

Explica que en el pasado, en sus inicios, aún no se alcanzaban los objetivos deseados. "Pero eso ya ha pasado. Los productos con sellos ecológicos como en Ecolabel europeo tienen que ser, al menos, tan eficaces como lo es



Bunzl: "La limpieza con productos ecológicos respeta el medioambiente, es menos tóxica y promueve prácticas sostenibles como el reciclaje".

"Posiciona a los hoteles como empresas responsables, atrayendo a clientes de cultura ecologista"

un producto regular, y lo son, y algunos mucho mejores. Otra prueba de su eficacia es que, en los últimos años, la oferta y el uso de productos ecológicos se ha extendido a aplicaciones difíciles como, por ejemplo, el lavado de ropa de trabajo o de la vajilla a máquina, decapantes para los suelos o desengrasantes".

¿MÁS CAROS?

En cuanto a precio, Bunzl admite que, como suele ser habitual, "las nuevas tendencias en producto suelen pagarse a un coste superior versus el producto convencional. Ahora bien, las ventajas de este tipo de productos superan con creces el diferencial de coste, ya que los beneficios tanto para el usuario como para el medio ambiente son notables".

Puntualiza que este mercado está evolucionando aceleradamente, con nuevas soluciones y productos cada día. "Ya tenemos productos ecológicos elaborados con componentes 100% vegetales naturales e incluso con envases 100% biodegradables". ■

4 BENEFICIOS DE LOS LIMPIEZA ECOLÓGICA

- 1) Reduce la contaminación del agua y del aire, incidiendo positivamente en el cambio climático y el agotamiento de la capa de ozono.
- 2) También puede mejorar la calidad del aire en el interior, reduciendo los riesgos provocados por los productos tradicionales que contienen toxinas.
- 3) El uso de productos ecológicos para la limpieza reduce el riesgo de quemaduras o irritaciones en los ojos, las vías respiratorias y la piel, alergias, dolores de cabeza, intoxicaciones químicas, náuseas e incluso riesgos reproductivos.
- 4) Utilizar productos ecológicos también promueve el reciclaje y disminuye la necesidad de eliminar residuos tóxicos y los materiales de embalaje.



SOLUCIONES DE LIMPIEZA DE ALTOS RESULTADOS ÍNTEGRAMENTE SOSTENIBLES



Seguro para las personas y la naturaleza ... y para las tareas de limpieza.

- Más de 50 productos con el EU-Ecolabel o el Nordic Swan
- 25 productos con el preciado Eco-Certificado Cradle-to-Cradle™ GOLD certified
- Amplio portfolio para el mantenimiento de los edificios, la higiene en las cocinas, la higiene en lavanderías y la higiene corporal.



Werner & Mertz France Professional
Bâtiment Alpha, 3 avenue du Canada
ZAC de Courtaboeuf, 91940 Les Ulis
+33 (0) 1 69 18 95 00
WWW.WMPROF.COM

Cradle to Cradle™ is a certification mark licensed by the Cradle to Cradle Products Innovation Institute.



Werner & Mertz
Professional



Ya en el presente, con propósito de futuro

En la actualidad, la tendencia general del mercado profesional es buscar productos y servicios denominados *eco friendly*. Conceptos tales como Arquitectura sostenible, Limpieza sostenible (*green cleaning*), Hoteles y Restaurantes sostenibles... están a la orden del día. Son nuevas visiones de entender el negocio garantizando el equilibrio entre el crecimiento económico (comercio de proximidad, eficiencia en los procesos productivos, reducción del gasto energético y agua), el cuidado del medio ambiente (impacto medioambiental, gestión de residuos) y el bienestar social (contratación de personal, atención al cliente).

Progresar económicamente cuidando nuestro entorno y tener un uso eficiente y adecuado de los recursos naturales debe ser uno de los pilares básicos de las empresas que en la actualidad tienen un propósito de futuro. Las empresas que fabrican productos para el sector hotelero trabajan en el desarrollo de nuevos productos, sistemas y procesos con el fin de que sean más eficaces, con mayor rendimiento, cumplan con su función prevista, sean seguros para el usuario y que, a su vez, sean también respetuosos con el medio ambiente. Productos concentrados, más eficientes que los productos convencionales por su mayor rendimiento, sistemas de dosificación automatizada que permiten racionalizar consumos y aumentar la seguridad para el

usuario, plásticos reciclables y envases reutilizables son algunos ejemplos de ello.

Además, la hostelería y las grandes colectividades están cambiando la compra y la gestión de sus recursos. A través de programas específicos, las empresas que comercializan los productos de limpieza analizan posibles puntos de sobreconsumo en producto, agua y energía e informan a sus clientes, consiguiendo así ahorros y evitando desperdicios. Asimismo, se están utilizando productos para la limpieza e higiene ecológicos o de menor clasificación de peligrosidad en el uso, cambiando las máquinas lavavajillas para una mayor eficiencia, reduciendo el sobreconsumo en agua y energía, e incluso se están contratando servicios de consultoría a los fabricantes con el fin de conseguir planes de mejora.

Todas estas acciones ayudan a disminuir la explotación de los recursos naturales, a emitir menos gases de efecto invernadero, a ser más responsables con el medio ambiente y, por tanto, más sostenibles. El usuario final valora cada vez más los menús saludables, utilizar o ser consumidores de empresas concienciadas en el reciclaje, en el menor consumo de agua y energía y en un uso más sostenible. Igualmente, las grandes cadenas hoteleras saben que contribuyendo en el día a día ayudarán a las personas (trabajadores y clientes) a la economía de sus empresas y, so-

ARTÍCULO DE OPINIÓN

bre todo, al planeta.

En esta línea son muy conocidos los numerosos distintivos de tipo ecológico, tales como la Etiqueta Ecológica Europea, el Ángel azul o el Cisne nórdico. Dichas certificaciones son fiables y válidas en toda la UE y proporcionan información con base científica, no engañosa, a los consumidores. Para la obtención de estas certificaciones se tiene en cuenta el uso de recursos naturales y energía, emisiones a la atmósfera, residuos plásticos, formulación de los productos (ingredientes), peligrosidad asociada a su uso, etc. Finalmente, existen iniciativas sectoriales tales como el Charter para la Sostenibilidad de A.I.S.E., plan a escala europea para promover la sostenibilidad entre los fabricantes de detergentes y otros productos de limpieza del ámbito profesional y doméstico. De esta forma, se pretende contribuir al cuidado de la salud pública y a la protección del medio ambiente para las próximas generaciones. —



Pilar Espina, directora general Asociación de Empresas de Detergentes y de Productos de Limpieza, Mantenimiento y Afines (ADELMA).

LAVANDERÍAS SOSTENIBLES Y RENTABLES



PRODUCTO PREMIUM

Máquinas de máximas prestaciones preparadas para uso intensivo y **mínimo mantenimiento**.

- MÁXIMA USABILIDAD
- ALTA SEGURIDAD
- MÍNIMO MANTENIMIENTO
- PRESTACIONES PREMIUM



GIRBAU

INNOVATIVE LAUNDRY SOLUTIONS



girbau.com



Según los sistemas de climatización que se utilicen en un hotel, se conseguirá mejorar la eficiencia energética del establecimiento logrando un importante ahorro energético, al mismo tiempo que garantizar el confort de los huéspedes. La apuesta por la sostenibilidad se traduce en una gestión eficiente y respetuosa del medio ambiente.

BOMBAS DE CALOR, RADIADORES Y CHIMENEAS

CALEFACCIÓN SOSTENIBLE, UNA APUESTA POR LA EFICIENCIA Y EL AHORRO

Garantizando el confort y los ambientes saludables

Diana Ramón Vilarasau
diana.ramon@hosteltur.com

En la actualidad, los fabricantes y distribuidores de equipos de calefacción sostienen que los conceptos de salubridad, confort y protección de medio ambiente están vinculados en conjunto al objetivo central de la climatización, necesaria para asegurar el bienestar de las personas, ambientes saludables y la eficiencia en el consumo energético.

EQUIPOS SOSTENIBLES

Tres empresas nos hablan de dis-

tintos sistemas con un elemento en común: la sostenibilidad. En cuanto a los equipos más sostenibles, **Zehnder**, proveedor de soluciones que incluyen radiadores de diseño, convectores, paneles radiantes y sistemas para ventilación, apuesta por sistemas completos de ventilación con recuperación de calor, para evitar problemas de mala instalación y asegurar la máxima eficiencia, salud y el confort ideal. "Existen diferentes tipologías de sistemas

como son los individuales, los colectivos o los descentralizados, todos ellos con sellos como el que otorga el prestigioso **Passivhaus Institute**".

Eurofred, distribuidor de marcas de equipamientos para diferentes sectores que incluyen Horeca, recuerda, por su parte, que

"El sistema de climatización representa alrededor del 50% del consumo energético del hotel"

la Unión Europea ha puesto en marcha para el año 2020 su plan 20/20/20 con los objetivos de lograr una reducción en un 20% los gases de efecto invernadero, obtener en un 20% la energía a

partir de fuentes renovables y aumentar en un 20% la eficiencia energética. "Las energías renovables son un punto diferencial en nuestro sector, cada vez más concienciado sobre el cambio en el medio ambiente".

MEDIDAS DE EFICIENCIA

En cuanto a las medidas de ahorro y mejora de la eficiencia energética que pueden ser aplicadas en instalaciones de climatización de hoteles, Eurofred considera que la optimización de la clima-



Eurofred: modelo de instalaciones eficientes y aplicaciones térmicas en un hotel y acumulador de CO₂.

CALDERAS INDUSTRIALES DE VAPOR, AGUA SOBRECALENTADA Y FLUIDO TÉRMICO



Óptimo rendimiento y fiabilidad por su gran volumen de agua y superficie de intercambio

Ferroli
www.ferroli.com

tización, sustituyendo el sistema actual por bombas de calor con recuperación para la producción de ACS (agua caliente sanitaria) "es la solución ideal para obtener un alto rendimiento. Para realizar este tipo de reformas se necesita la presentación de un estudio de eficiencia energética donde mostrar las reducciones de consumo". Este sistema puede proporcionar una reducción del consumo energético en torno al 40%, en función de la aplicación.

RENOVANDO EQUIPOS

En cuanto a sustituir viejos equipos de baja eficiencia energética y dificultades de mantenimiento, Eurofred explica que la rehabilitación de un hotel o edificio de servicios puede componerse de múltiples factores que pueden afectar a la fachada, la iluminación y, sin duda, la actualización del sistema de climatización. "Esta última puede suponer en torno al 25% del importe de la reforma y representa alrededor del 50% del consumo energético del hotel". Agrega que, según la Comunidad Autónoma, se otorgan ayudas para la instalación de este tipo de sistemas en sustitución de equipos menos eficientes.

INVERSIÓN AUTOFINANCIABLE

Respecto a la inversión, se estima que más de dos tercios de las medidas de eficiencia energética en hoteles son autofinanciables a 10 años vista, ya que el ahorro económico que se consigue es mayor a la inversión llevada a cabo. Además, la zona climática donde esté situado el hotel es un factor determinante, ya que las horas de funcionamiento de la climatización pueden alargar el periodo de verano haciendo



Chimeneas Focus: ejemplo de aplicación con el modelo Magmafocus instalado en el Hotel W Barcelona, un espacio excepcional frente al mar.

más duradero el ahorro en agua caliente sanitaria.

Zehnder señala, por su parte, que los sistemas de recuperación de calor de alta eficiencia son los que más han evolucionado en los últimos años, con recuperaciones de calor de hasta el 95%.

UN SISTEMA DIFERENTE

Un sistema de calefacción diferente que marca tendencia son las chimeneas de diseño. **Guillaume Malaise, responsable de Comercio Internacional de Chimeneas Focus**, firma francesa fundada por el diseñador Dominique Imbert, señala que las chimeneas se utilizan para crear una atmósfera de relajación y convivencia.

"En general, no calentamos un hotel con este tipo de dispositivo, solo contribuimos en ello. Dependiendo de las limitaciones técnicas locales, recomendamos una chimenea de leña o de gas". Explica que este tipo de fuente de calor permite una combustión "limpia" porque emite muy pocas partículas finas a la atmósfera.

"Además, la madera es una energía renovable".

DISEÑO E INNOVACIÓN

Malaise explica que trabajan en modelos estancos de chimeneas de gas "para un uso y mantenimiento más fáciles, con una proyección de la llama muy similar a la de la leña y un diseño Focus incomparable". Se controla con un mando a distancia termostático y se puede conectar a la automatización del hotel para el control remoto. Para un uso puramente decorativo y una instalación sin restricciones, su departamento de I+D trabaja en imitaciones de fuego muy realistas, sin generación de calor. Su mejor aplicación térmica en un establecimiento hotelero es en el vestíbulo, aunque han sido instaladas en las habitaciones "...e incluso en un spa en Mallorca! En cualquier caso, se trata de hoteles que apuestan por el diseño y el lujo. Una chimenea central de Focus en un lobby es espectacular, invitando a los huéspedes a sentarse y contemplar el fuego".



HAZDAIKIN
La tecnología que cambia el mundo



La revolución en climatización:
30 años de innovación

Este año se cumplen en España 30 años de la mayor revolución en la historia de la climatización. 30 años del momento en que Daikin unió la tecnología más innovadora al diseño inteligente.

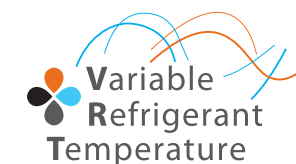
Daikin, calidad e innovación: Así Daikin creó el VRV. Una tecnología de Volumen de Refrigerante Variable que permite acometer cualquier instalación de expansión directa. La solución total de climatización en un solo sistema y con una única unidad exterior, que gracias al sistema **Inverter**, proporciona el clima necesario según las condiciones de su entorno y minimiza el consumo de energía.

➤ **Solución total de climatización:** climatiza, ventila, produce ACS recuperando calor y se gestiona automáticamente para un funcionamiento más eficiente.

➤ **Temperatura de Refrigerante Variable (VRT):** adapta automáticamente la temperatura para lograr el máximo confort sin la sensación de corriente de aire y aumentando el rendimiento energético.

➤ **Supervisión continua:** controlar la demanda en distintas zonas de forma automática es posible gracias a los sistemas de gestión y mantenimiento a distancia.

➤ **El mejor Servicio técnico:** Servicio técnico propio, el cual cuenta con profesionales con más de 30 años de experiencia en asistencia técnica y ofrecen la mayor seguridad y fiabilidad, convirtiendo Daikin, en **tu mejor aliado** para la instalación y mantenimiento de VRV.



Y hoy, 30 años después, seguimos haciendo historia con VRV.



Para más información
www.daikin.es/vrv30



Desde que la noción 'smart' irrumpió de la mano de los avances tecnológicos, al término anglosajón para referirnos al concepto de 'inteligente' no dejan de salirle usos y aplicaciones. Uno de los más impactantes, aún con mucho recorrido por delante, son sus posibilidades para el ahorro energético.

ENTORNOS SEGUROS, EFICIENTES Y SOSTENIBLES CON TECNOLOGÍA PUNTA

SEGURIDAD Y PROTECCIÓN TAMBIÉN SON 'SMART'

Sus ventajas se reconocen principalmente por la carga de eficacia, comodidad y rentabilidad que aportan cada vez a más particulares, empresas y sectores en plena transformación digital o directamente surgidos de la innovación y la tecnología. El concepto 'smart' avanza imparable y se cuela en todas las actividades, aportando beneficios como la eficiencia energética y el ahorro. Es lo que ocurre en el ámbito de la seguridad y la protección, tanto de bienes como de per-

sonas, y de los datos frente a la ciberdelincuencia. Proteger con las nuevas tecnologías, reaccionar con éxito ante los riesgos o recomponer las circunstancias de un siniestro para averiguar sus causas, cuando no recuperar información, es posible gracias a dispositivos 'inteligentes' que van a interconectar y a multiplicar exponencialmente sus capacidades, mientras se reduce la utilización de recursos. Este paradigma de como obtener 'más por menos' caracterizará la futu-

Cristina Torres
redaccion@proveedoreshosteltur.com

ra alianza de dos tecnologías: las del 5G e IoT.

UN 90% MENOS DE CONSUMO DE ENERGÍA EN RED

El próximo 2020 parece ser el año clave para la gran irrupción de la quinta generación de redes móviles. Llegará con más velocidad, menos consumo de baterías, mayor penetración y la promesa de reducir hasta un 90% el gasto de energía de la red, mientras multiplica por cien el número de dispositivos conectados. Las comunicaciones máquina a máquina (M2M), tan importantes para todo lo relacionado con la seguridad activa o pasiva, van a ser posibles a gran escala gracias a una mejor banda ancha por la que circularán prácticamente sin retraso (la llamada 'latencia') ingentes cantidades de contenidos multimedia.

En cuanto a Internet of Things, el mercado ya dispone de los primeros avances de dispositivos y sensores que, cuando puedan conectarse mediante 5G, abrirán un frente de infinitas posibilidades aplicables a la seguridad de nuestros entornos. Todo ello se traduce en actuaciones en tiempo real, por ejemplo, para activar los medios, recursos y protocolos de seguridad que eviten un daño o minimicen sus consecuencias. Y muchas veces con medios estrictamente automatizados que reducen los consumos de otras actuaciones convencionales. El ámbito de la seguridad tendrá un papel protagonista en esta nueva era de comunicacio-



5G llevará la comunicación a nuevos límites de velocidad y capacidad, permitiendo establecer diferentes canales de entrada y salida de información, como los específicos de emergencias. Son las autopistas de la nueva comunicación.

nes digitales más seguras, pero también más eficientes, sin cableados o con menos infraestructuras, centros de control preparados para actuar de forma remota y mejor coordinada, y soluciones

desarrolladas para combinar la máxima efectividad con el mayor ahorro de recursos posible. Los departamentos de I+D+i del ámbito de la seguridad están volcados en la siguiente genera-

ción de productos eficaces y respetuosos con el medio ambiente, mientras que otras empresas desarrollan mecanismos, recubrimientos, pinturas o señalización para emergencias y prevención gracias a otra tecnología 'smart': la nanotecnología, el diseño y la manipulación de la materia a nivel de átomos y moléculas. Este campo multidisciplinar está permitiendo la creación de componentes preparados para detectar e incluso 'actuar' ante amenazas como el fuego. Es el caso del papel de pared que investigadores de Shanghái han conseguido fabricar no sólo para resistir las altas temperaturas de un incendio, sino para que funcione como un sistema de alarma ante el mismo. Y en todos estos laboratorios dicen mantener, e incluso incrementar, su compromiso para la preservación medioambiental y los recursos naturales. ■

LAS POSIBILIDADES DEL 5G

Está claro que no hay mayor ahorro que el de aquello que no se consume. Así que evitar o reducir las secuelas de una emergencia también puede contabilizarse en términos de eficiencia. Las enormes posibilidades del 5G para las llamadas 'comunicaciones críticas' necesarias para cuerpos y fuerzas de seguridad, emergencias y también el sector privado, podrían ser en unos años el aliado perfecto para la inmediatez en la prevención y en la reacción. La conexión del mundo físico con Internet, de sensores con datos, imágenes, mecanismos y dispositivos con expertos en seguridad, permite a los más optimistas augurar un futuro con menos accidentes, siniestros y desastres. Ergo menos consecuencias personales, materiales... y para el entorno.



Estrella Villatoro
redaccion1@proveedoreshosteltur.com

HOTELEROS Y FABRICANTES CONCIENCIADOS POR LOS TEJIDOS MÁS RESPETUOSOS

TEXTILES EN CLAVE MÁS SOSTENIBLE

En la actualidad, cada vez se suman más factores referentes al medio ambiente y su correcto caminar hacia un desarrollo sostenible. En el sector de los textiles, los fabricantes cada vez se conciencian más en este aspecto, con el empleo de componentes en vías de obtener productos concernientes a la salud y al menor impacto medioambiental, que se garantizan con certificados como Oeko-Tex que avala que no existan, en tejidos o fases de la producción, sustancias nocivas para la salud, como es el caso de los textiles para hoteles que están en contacto directo con la piel de los clientes.

DISTINTOS GRADOS DE SOSTENIBILIDAD

Con respecto a las características de los tejidos sostenibles **María José Esteve, directora de Comunicación de Vayoil Textil**, explica que, "el mundo de los tejidos sostenibles es muy amplio. Podemos ha-

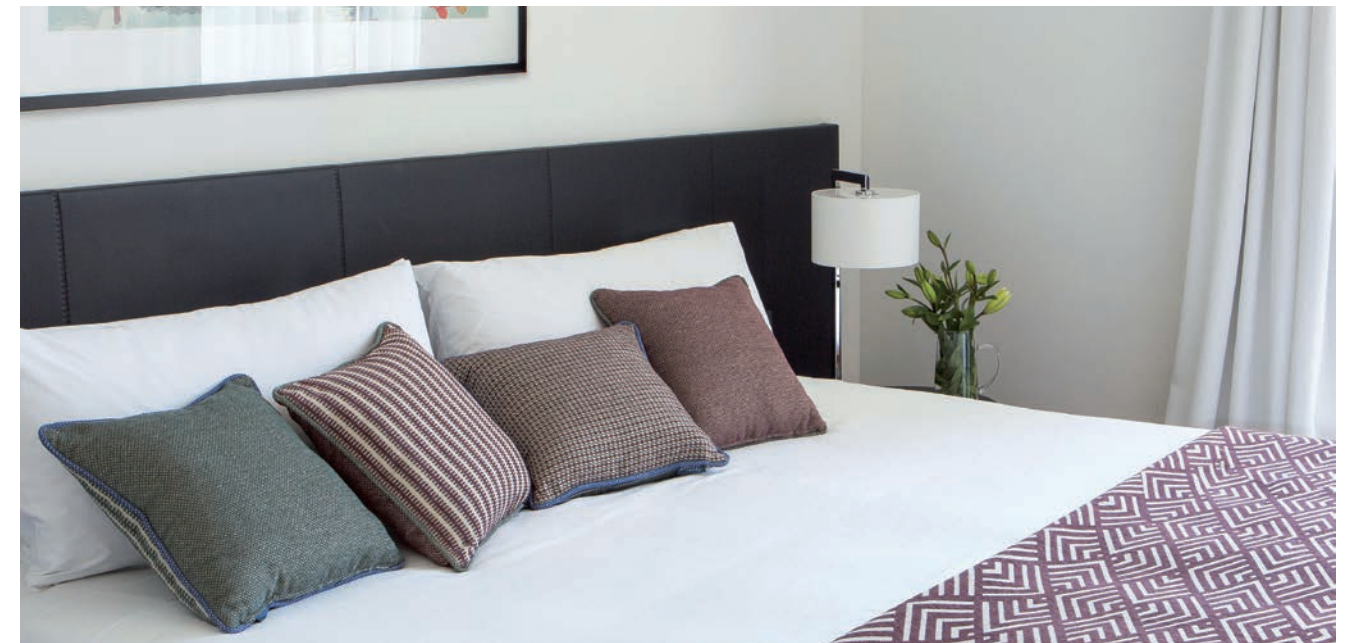


Right Textile, de Carmela Martí, elaborada con fibras de algodón procedentes de prendas reutilizadas y envases PET.

blar de que hay distintos grados de sostenibilidad. Existen empresas que producen de manera local, con telas ecológicas y toda la trazabilidad del producto es sostenible y existen otras que cumplen alguno de los puntos de la moda sostenible: comercio y producción local, condiciones laborales justas y/o textiles sostenibles".

Por su parte, desde **Carmela Martí**, apuntan que, "generalmente se habla de textiles sostenibles cuando su proceso productivo cumple los parámetros medioambientales y condiciones de trabajo óptimas. En Carmela Martí queremos ir un paso más allá y llevamos varios años ofreciendo a nuestros clientes una línea de tejidos reutilizados llamada The Right Textile. Estos tejidos están formados por fibras de algodón procedentes de prendas reutilizadas de este material y de poliéster obtenido de envases PET (tereftalato de polietileno), en muchos casos procedentes de mares y océanos. The Right Textile es un perfecto ejemplo de economía circular, ya que permiten dar un nuevo uso a productos que de otra manera se convertirían en residuos. Además, su proceso productivo es mucho menos agresivo para el medio ambiente, ya que el algodón reutilizado se fabrica a base de prendas de este mismo tejido que se clasifican por colores, por lo que no es necesario volver a tintar. Esto permite ahorrar millones de litros de agua anualmente y reducir el uso de vertidos químicos procedentes de los tintes", destacan desde Carmela Martí.

En el caso de **Resuinsa**, la empresa cuenta con un proceso productivo respaldado por el certificado STeP (Sustainable Textile Production), auditado y emitido por la Asociación Internacional Oeko-Tex. Así, tal y cómo destacan desde la empresa, "toda nuestra producción se realiza cumpliendo los pa-



Para Gancedo, diseño y sostenibilidad son compatibles y revalorizan aún más el textil, aspecto que al diseñador, hoy en día, le gusta tener en consideración.

rámetros de sostenibilidad tanto medioambiental como con unas condiciones de trabajo óptimas en el ámbito de la salud, de la seguridad y de la responsabilidad social corporativa". Y apuntan, "STeP permite un análisis exhaustivo y fiable del alcance de sostenibilidad en seis áreas: gestión de productos químicos, protección del medio ambiente, gestión ambiental, salud y seguridad, responsabilidad social, y calidad".

José Gancedo, director de Compras de Gancedo, una compañía de por sí sostenible al tener el taller de confección al lado de la fábrica y el almacén, lo que hace que se reduzca la huella de CO₂, comenta que, "a nivel de fabricación, tenemos un compromi-

so ético con el personal que trabaja en fábrica y estamos concienciados con el impacto ambiental en la elaboración de los tejidos. Con respecto a la vida útil del producto, intentamos maximizar el tiempo de uso, ya que la tapicería en sí misma es un producto que implica dar una nueva vida a los muebles. Por otro lado, en los tintes que empleamos no se utilizan sustancias químicas peligrosas y controlamos los vertidos para no contaminar las aguas y para reducir su uso. Además, utilizamos tintes que se fijan a menor temperatura, lo que supone una disminución del consumo del agua y de la energía en un 50%. En la fabricación de los cordones de pasamanería empleamos hilos regenerados para el alma del cordón", recalca José Gancedo. Por su parte, **Nicolás Sanjuan, director de Marketing y Ventas de Comersan**, explica que, deben ser "tejidos que estén fabricados con fibras recicladas y en condiciones que cumplan los estándares de responsabilidad social corporativa y medio ambiente".

FUTURO: CONTROL DE PROCESOS

Para Comersan, Vayoil Textil, Carmela Martí y Resuinsa el futuro del sector por la sostenibilidad se enfoca hacia un control de los procesos de toda la producción y la logística, con textiles de mayor calidad y de menor impacto ambiental. Carmela Martí también apuesta por el control de la trazabilidad con productos reutilizados para alargar su ciclo de vida útil. Resuinsa, además, arriesga en I+D+i con la introducción de tecnologías emergentes y el desarrollo de textiles inteligentes que garantizan su seguimiento.

¿DISEÑO Y SOSTENIBILIDAD, REÑIDOS?

"Actualmente la tecnología que existe permite crear un producto sostenible y al mismo tiempo con un diseño fantástico", indican desde Vayoil Textil, y también señalan que "las características sostenibles de un tejido no aumentan su coste económico. Por ejemplo, la colección Ocean, elaborada con fibras de poliéster provenientes del reciclado de botellas de plástico, incorpora productos como mantas o almohadas que tienen el mismo precio que las que no están elaboradas con plástico reciclado. Si controlas

el proceso de producción e incorporas tecnología se puede innovar, ser sostenible y producir con diseño sin un coste añadido".

En Carmela Martí son de la misma opinión, ya que llevan años presentando su colección de tejidos reutilizados The Right Textile con un aspecto natural, texturas suaves y frescas y motivos jacquard que han tenido gran aceptación en el mercado hotelero. "Por este motivo hemos desarrollado nuevas colecciones que incluyen todos los productos textiles decorativos de la cama desde plaids, cojines, cubre-canapes, etc. Asimismo, hoy en día que los textiles tengan un proceso de producción sostenible es un requerimiento imprescindible que no afecta el coste económico", indican.



La colección Ocean de Vayoil Textil está elaborada con fibras de poliéster provenientes del reciclado de botellas de plástico.

Por su parte, Nicolás Sanjuan de Comersan también explica que diseño y sostenibilidad "nunca están reñidos, es más, el diseño de un tejido siempre debe contemplar la sostenibilidad en su proceso de producción. Sí incrementa su coste, pero a su vez aumentan su valor. Pero lo que es más importante, es que reducen su impacto negativo en nuestro entorno y aumentan su impacto positivo en nuestra sociedad y economía industrial".

Resuinsa también considera que "disponer de un proceso productivo sostenible supone un importante valor añadido a los productos, ya que acredita una producción transparente y clara, por lo tanto, no están reñidos, sino todo lo contrario, se necesitan el uno al otro. Tampoco eleva el coste económico del producto pues es algo necesario que deberían de tener todas las empresas. Cada vez más, el sector apuesta por utilizar textiles respetuosos con el me-

dio ambiente y que además tengan una RSC (Responsabilidad Social Corporativa) detrás, es decir, que en el proceso productivo se respeten las condiciones laborales de los trabajadores, un tema muy importante teniendo en cuenta el sector en el que nos encontramos".

Y para Gancedo tampoco están reñidos diseño y sostenibilidad. "Ambas cosas son compatibles y, de hecho, es uno de los elementos que revaloriza el tejido y que al diseñador, hoy en día, le gusta tener en consideración. Aumenta el coste, en el sentido de que hay que tener en cuenta los certificados, las normativas, etc., que es lo que da una garantía al producto y una fiabilidad al consumidor".

¿LOS HOTELEROS CONCIENCIADOS?

Resuinsa explica que "el sector hotelero no es ajeno a la dinámica global de ir cada vez más hacia una economía circular y un servicio sostenible. La mayoría de las cadenas hoteleras tienen un sistema medioambiental y de RSC y necesitan que las empresas lo tengamos también".

Sin embargo, desde Comersan expresan "que los hoteleros no están concienciados del todo, ya que se asocia solo al uso de materiales sostenibles, pero no siempre se pone en valor el lugar donde se produce, que es un parámetro muy importante, ya que de esta manera hablamos también de economía sostenible". En este sentido, desde Carmela Martí han notado en los últimos meses un aumento en la demanda de productos a partir de tejidos reutilizados. "Creemos que esta demanda se debe a un cambio de mentalidad no solo en las grandes cadenas, en las que cada vez es más frecuente encontrar departamentos encargados de mejorar la sostenibilidad, sino también en establecimientos más pequeños en los que también ha surgido esta inquietud", indican.

Vayoil Textil incide en que "ofrecer un producto respetuoso con el medio ambiente, social y ecológico, es un factor diferenciador y una ventaja competitiva para el empresario. Nuestros clientes quieren conocer el origen de la materia prima, hilatura, tintado, etc. En el norte de Europa, el sector está muy concienciado, pero es verdad que el hotelero español cada vez reclama más productos respetuosos con el medio ambiente."

Por último Gancedo explica que "los empresarios hoteleros han empezado a aplicar soluciones ambientales focalizadas. En lo que a textiles se refiere, están muy limitados por la normativa vigente que les exige unos estándares en cuanto a la resistencia al fuego de las telas empleadas en sus proyectos".

GANCEDO

C O N T R A C T

SERVICIO, CALIDAD, VARIEDAD

Las últimas tendencias en decoración para ti y tus clientes, con el asesoramiento de expertos profesionales.



www.gancedo.com

Gancedo1945

Miembro Plata
de Trevira





Ángeles Vargas
angeles.vargas@hosteltur.com

DESDE EL TRATAMIENTO DE LAS AGUAS A LOS EQUIPOS DE ÚLTIMA GENERACIÓN WELLNESS AÚN MÁS SOSTENIBLE

El propio concepto de un spa o balneario, con su evidente conexión con un estilo de vida relajante y saludable parece estar conectado con la sostenibilidad. Y es precisamente por esto por lo que una instalación de este tipo tiene tan en su mano desarrollar un funcionamiento sostenible en su día a día. Cada detalle cuenta y resta para reducir el impacto medioambiental de la instalación y lograr, al mismo tiempo, un modelo de negocio eficaz y rentable, desde el tratamiento de las aguas a la adquisición del equipamiento más puntero.

ADELANTARSE E INNOVAR

Los trabajos relativos a asegurar la calidad de las aguas son esenciales. En este sentido, según explica el **doctor Sebastián Crespí, presidente de Biolínea**, de cara a trazar un nuevo proyecto de spa que sea totalmente sostenible y saludable “los aspectos

esenciales que hay que contemplar en cualquier instalación con aguas de baño o recreativas son esencialmente tres: recirculación, filtración y desinfección”. Aunque pueden añadirse otros que tarde o temprano habrá que tener en cuenta, como el calentamiento -o la refrigeración en su caso- del agua, la dispensación de algunos aditivos -por ejemplo, aromas en el caso de aromaterapia-, la descalcificación u osmotización, etc.

Además, hay dos aspectos “que todo proyecto debe contemplar para asegurar en el tiempo el buen funcionamiento de las instalaciones: primero, garantizar que la estructura de los vasos es impermeable y estanca y no permite filtraciones indebidas ni acumulos de agua estancada. Y segundo, lograr una buena hidrodinámica del agua durante su recirculación, esto es, asegurar la homogeneización del volumen del agua a lo largo de su recorrido por el sistema”.

Desde la multinacional alemana especializada en fabricación de soluciones constructivas **Sto** señalan un aspecto que es fundamental para la sostenibilidad de un spa y para, al mismo tiempo, garantizar la salud, que está relacionado con la humedad del aire y los revestimientos reguladores. “El ambiente cálido combinado con altas dosis de humedad da lugar a que proliferen bacterias, moho y hongos. Esto puede desentrañar ciertos riesgos para la salud si no se toman las medidas necesarias. La respuesta estará en el uso de revestimientos reguladores de la humedad para paredes/techos que proporcionen una protección óptima sin necesidad de utilizar productos químicos. Un ejemplo son las pinturas de silicato, altamente permeables al vapor de agua y muy útiles para inhibir el moho y las bacterias”. Por todo ello, los trabajos de mantenimiento preven-



Mytha Spa, inaugurado recientemente en el Hotel Villa Magna de Madrid.



Despacio Thalasso Centre, el spa del recién renovado H10 Rubicón Palace, en Lanzarote.

tivo son esenciales, y en España para los spas e instalaciones de agua en general están regulados por los Reales Decretos sobre piscinas o legionella y la reciente Norma UNE 10030:2017. En consecuencia, deben vigilar el cumplimiento estricto de estas tareas de mantenimiento obligatorias, destacan desde Biolínea.

Crespí lamenta que actualmente no hay aún tecnologías revolucionarias en el tratamiento de aguas “pero es evidente que se ha progresado mucho en el campo de la fabricación, dosificación y control de los productos químicos y en el de la hidrodinámica. Así, en el primer campo, cabe citar los sistemas de generación de cloro electrolítico off-line (sin necesidad de echar sal directamente a la piscina). En el

segundo, los sistemas de recirculación con flujo vertical y rebosadero perimetral han demostrado ser muy superiores a los ‘skimmers’ y flujo horizontal”.

YA UNA EXIGENCIA

La sostenibilidad de los spa forma parte cada vez más de las exigencias de los clientes, según se puso de manifiesto en el **Foro Piscina & Wellness** celebrado en octubre en Madrid y organizado por la asociación **ASOFAP**. En dicho encuentro se señaló que de cara a los dos próximos años el bajo consumo energético de la instalación o la facilidad de mantenimiento serán muy valorados y demandados. La sostenibilidad de estas instalaciones es también apoyada por la Administración y el sector hotelero. Así, este otoño, la **Secretaría de Estado de Turismo**, el **Instituto Tecnológico Hotelero (ITH)** y la **Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT)**, han suscrito un convenio para la tercera fase del proyecto de Sostenibilidad Turística que, en esta ocasión, incluirá a los balnearios y que tiene como objetivo el impulso competitivo, sostenible y eficiente de la industria hotelera. En el aspecto de los equipamientos cabe señalar que son cada vez más valorados los equipos con un funcionamiento que implique eficiencia y bajo consumo, como es el caso de las camillas térmicas, que se usan habitualmente en todos los spa de alto standing. En cuanto a productos, se impone lo natural con el objetivo de evitar toda química contaminante en los residuos, en especial para tratamientos como los de aromaterapia de **L’Oreal**.

PRODUCTOS NATURALES

Son una aportación muy valiosa a la sostenibilidad, tanto para el spa como para la cosmética de baño del hotel en general. Desde **Groupe GM** han apostado por botellas 100% vegetales o envases oxo-biodegradables, y señalan: “Decidimos combinar el estilo boticario y la etiqueta ecológica en una gama respetuosa con el cuerpo, la mente y el medio ambiente”.



J. Ll. Peña
reportajes@hosteltur.com

El sector de la Alimentación y las Bebidas puede hacer mucho en materia de sostenibilidad: en la producción de materia prima, su procesado, empaquetado, distribución, preparación y consumo, mermas y, por supuesto, en el tratamiento de los residuos.

**AHORRO DE AGUA Y ENERGÍA,
PRESERVACIÓN DEL SUELO, ETC...**

A&B CONTRIBUYE A LA SOSTENIBILIDAD

Las posibilidades que se dan son muy amplias y requieren de unas políticas muy bien estructuradas por parte de las empresas, redondeadas con una gran coordinación sectorial y una legislación que posibilite mejorar todos los procesos. Evidentemente, una actitud proactiva es clave, pero debe verse acompañada por he-

chos y resultados a la altura de las expectativas que se generan. Las grandes compañías de alimentación ya están adaptándose al futuro, en el que cada vez es más incuestionable la sostenibilidad, tanto en un sentido social y medioambiental como en el de la propia supervivencia de la industria de la alimentación.

Los compromisos alcanzados recientemente, que en parte han provocado el recelo de las ONG, se pueden ver superados por los proyectos que están poniendo en marcha algunas de estas marcas, al ser ambiciosos y pioneros. La lucha contra la contaminación provocada por los desechos plásticos, que contaminan de un modo especial los mares, es la punta de lanza, pero se puede hacer mucho más.

Para empezar, la industria alimenticia emplea cultivos y granjas ganaderas, en las que cada vez se pueden introducir más medidas favorables a la sostenibilidad, desde cultivos ecológicos y sin pesticidas a compostaje, semillas no modificadas genéticamente y, por supuesto, se puede ahorrar consumo de agua y energía.

Además, estos últimos dos aspectos se pueden adoptar también a la hora de la producción

y envasado de los productos que luego se hacen llegar al Canal Horeca o Food Service.

Y, precisamente, los plásticos que se emplean en el envasado son otra piedra de toque en esta cuestión. Un número creciente de empresas apuesta por los que son reciclables y hasta compostables. Aunque lo más idóneo es reducir la presencia de plástico en el empaquetado, siempre que sea posible.

REDUCIR EL CO₂ COMO SEA

La reducción de las emisiones de CO₂ durante el transporte de las mercancías de A&B constituye la siguiente meta, que se puede conseguir mejorando la logística e invirtiendo para que los medios de transporte sean lo más limpios posible. A este respecto, hay compañías que deciden incluso compensar sus emisiones con la plantación de árboles que combatan esa clase de contaminación.

Una vez que los productos llegan a los establecimientos hosteleros o las grandes colectividades, se pone en marcha otra fase distinta del proceso. Allí, además



La adopción de medidas de sostenibilidad da lugar a productos con más calidad y mejor valorados por el cliente final.

“Hay compañías que deciden incluso compensar sus emisiones de CO₂ plantando árboles para descontaminar”.

de reducir el consumo de agua y electricidad -en lo que supone un estándar-, es necesario limitar la producción de mermas durante la preparación de la comida, así como el desecho alimentario, que patronales como AECOC ya están abordando en serio, y hay que ocuparse de la correcta recogida para el posterior tratamiento de los residuos.

Y, en esta última fase hay que tener en cuenta varios aspectos. Por una parte, que se generan residuos altamente contaminantes como los aceites de cocina usados. Y, por otra, que al ser la parte que “más ve” el consumidor final, es necesario darle un tratamiento con especial atención, porque incide determinadamente en la concienciación social ante una problemática que ahora todo el mundo conoce, pero que no siempre está dispuesto a contribuir a su mejora o solución.

Los sistemas de recogida y las administraciones locales tienen un papel vital en esta recta final del ciclo de los alimentos. —



La industria considera cada vez más importante introducir los conceptos de sostenibilidad en la producción de alimentos.

BIENESTAR ANIMAL, LA OTRA SOSTENIBILIDAD

El bienestar animal ya no es una quimera. En los últimos meses varias compañías de primer orden del sector de Alimentación y Bebidas español, como **Pascual** o **Campofrío** ya han comenzado a apostar por esta línea, que contribuye a la sostenibilidad y mejora de sus productos. Además, la Asociación de Normalización Certificación (AENOR) ha puesto en marcha un certificado junto a patronales del sector cárnico basándose en el más veterano sello Welfare Quality. Para obtenerlo, la industria afectada debe evaluar parámetros tales como el manejo, alimentación, descarga, alojamiento o el aturdimiento de los animales, entre otros aspectos.



Un estudio realizado recientemente por una importante cadena de distribución en nuestro país revela que los consumidores cada vez son más conscientes del problema que conlleva el desperdicio alimentario. La patronal AECOC se hace eco de ese problema y dedica esfuerzos a combatirlo para avanzar en sostenibilidad.

DAVID ESTELLER, PROYECTO CONTRA EL DESPERDICIO ALIMENTARIO DE AECOC

"DESPERDICIAR UN PRODUCTO ES UNA PÉRDIDA Y AFECTA A LA SOSTENIBILIDAD"

El Canal Horeca cada vez toma más cartas en el asunto

ENTREVISTA

Jesús Luis
reportajes@hosteltur.com

¿Qué esfuerzos realiza AECOC para lograr un descenso en el desperdicio alimentario?

AECOC trabaja a través de su Comité contra el Desperdicio Alimentario, cuya misión consiste en impulsar buenas prácticas de eficiencia en los ámbitos de intercambio de información, logística y transporte y marketing-merchandising, especialmente destinadas a la prevención

y reducción de los desperdicios a lo largo de toda la cadena de valor, así como articular prácticas de eficiencia en la redistribución y optimización de los excedentes generados.

Uno de nuestros objetivos es incrementar la redistribución de alimentos garantizando al máximo las condiciones de seguridad alimentaria, así como impulsar prácticas destinadas a aprovechar al máximo los excedentes.



David Esteller es el mayor experto de la patronal AECOC en materia de desperdicio alimentario, un aspecto vital de la sostenibilidad en la hostelería.

También se están realizando actividades tales como el concurso "Lluvia de ideas contra el desperdicio alimentario", en el que se piden ideas creativas a los consumidores que pueden implementar las empresas para que ellos puedan reducir el desperdicio de alimentos.

Además, el Punto de encuentro contra el desperdicio alimentario es una jornada en la que las principales empresas nacionales e internacionales exponen sus buenas prácticas a modo de ejemplo para difundir procesos exitosos contra el desperdicio. En 2018 se ha realizado la I Semana contra el desperdicio, durante la que se han llevado a cabo acciones de sensibilización e información dirigidas al consumidor y la opinión pública.

¿Considera que el Canal Horeca toma medidas adecuadas para adaptarse?

Cada vez hay más concienciación respecto a lo que el desperdicio alimentario representa para empresas y consumidores, y cada vez más se van viendo prácticas de este estilo en el sector.

"Se podrían presentar diferentes 'tallas' de menú, para que el comensal elija qué cantidad desea comer, y llevarse los productos no consumidos"

Desperdiciar un producto representa una pérdida no solo económica, puesto que invertimos una serie de recursos y esfuerzo en la creación de los mismos, sino que también afecta a la sostenibilidad y al medio ambiente, puesto que estos productos acabarán en un vertedero si no se hace nada al respecto.

Las mermas, ¿forman parte del desperdicio alimentario?

El desperdicio alimentario se produce cuando se retiran o eliminan de la cadena de valor productos alimenticios aptos para el consumo humano sin que se les dé un uso alternativo. Esto

se produce a lo largo de toda la cadena de valor y el sector hostelero no es una excepción. Su reducción pasa por tomar las medidas oportunas para paliar este problema.

Se debe considerar cada caso en concreto y se pueden realizar muchas acciones distintas. A modo de ejemplo podríamos proponer el presentar diferentes "tallas" de menú, para que el comensal elija la cantidad que desea comer, la disposición de accesorios (bolsas, cajas, etc.) para que los clientes puedan llevar los productos no consumidos, o la formación y capacitación del personal en la cocina para aprovechar al máximo las materias primeras, así como un larguísimo etcétera.

Como en el caso del reciclaje, ¿se recomienda 'reutilizar antes que reciclar'?

Si se respetan las normas existentes en materia de seguridad alimentaria ¿por qué no? Es una manera de aprovechar los productos no servidos y perfectamente consumibles y realizar una obra social. —



J. Ll. Peña
reportajes@hosteltur.com

MARCAS COMO BONDUELLE O UNILEVER APUESTAN POR ELLA

LA AGRICULTURA ES UN PILAR DE LA SOSTENIBILIDAD

El desarrollo sostenible tiene su dimensión agrícola, y no sólo de la mano de los pequeños productores; las grandes marcas también realizan importantes contribuciones. Como, evidentemente, explotan superficies mucho mayores, su implicación en este proceso resulta fundamental. Algunos ejemplos recientes llegan de la mano de compañías tan importantes como **Bonduelle** o Unilever. La primera asegura que “es posible ejecutar producciones a gran escala mientras se preserva el medio ambiente. Somos una prueba de ello”, al seguir los ciclos de la naturaleza en sus plantaciones. Es decir, sólo cultivan en temporada, realizan-

do rotación de cultivos para favorecer que el suelo se recupere. Y, además, no recurren a semillas de Organismos Genéticamente Modificados (OGM). Ni tampoco utilizan productos químicos “siempre que sea posible”; a cambio, desarrollan soluciones naturales o mecánicas para combatir enfermedades y plagas. De ese modo, evitan el uso de fertilizantes y pesticidas. Entre otros recursos, estas iniciativas incluyen redes anti insectos y escarda mecanizada.

AHORRO DE AGUA

Tampoco se olvida Bonduelle del agua: “Usando la cantidad correcta hemos gestionado con precisión el suministro utilizando técnicas de riego seleccionadas, como el riego por goteo y las boquillas de precisión para pivotes”. En cuanto al producto, una vez cosechado -esta compañía se especializa en conservas vegetales-, se planifican los procesos para que las verduras cosechadas “estén lo más cerca posible de las que se encuentran en los campos”. A ello se agrega que “no contienen conservantes” y que “trabajamos en reducir la sal”, afirman desde la marca. Las iniciativas de Bonduelle en cuanto a sostenibilidad se ex-

tienden al packaging, que se basa en latas 100% reciclables, y a su distribución: “En 2016-2017, ahorramos más de 8.000 toneladas de emisiones de CO₂ gracias al transporte combinado con el tren”. Y con respecto al consumo de agua de sus fábricas, aclaran que se ha reducido un 50% en 10 años.

Por su parte, el grupo Unilever ha anunciado que la mayor parte de las verduras que emplea en sus productos provienen de fuentes sostenibles, citando como ejemplo su marca Knorr, en la que un 95% de los vegetales se adaptan a ese origen. El 100% se alcanzará en el plazo de dos años. Al menos, ese es el objetivo que se ha fijado en su ‘Plan para una vida sostenible’, puesto en marcha en 2010, y que ya ha aportado otros resultados. En sus cultivos se han producido reducciones del 30% en el consumo de agua, el 28% en el uso de pesticidas y un respetable 22% en los gases de efectos invernadero. Según explicó recientemente la **directora de Comunicación y RSC de Unilever España, Ana Palencia**, este grupo que tiene una importante división food service “se ha comprometido a que todos sus envases sean reciclables, reutilizables o compostables en 2025”. —



Bonduelle destina importantes esfuerzos a obtener vegetales sostenibles.

NESTLÉ APUESTA POR LA SOSTENIBILIDAD



Fiel a su propósito de mejorar la calidad de vida de las personas y contribuir a un futuro saludable, **Nestlé** dispone de iniciativas encaminadas a contribuir a la creación de valor económico, medioambiental y social y así poder aumentar el bienestar y el buen progreso de las generaciones, tanto presentes como futuras. Durante 75 años, **NESCAFÉ** ha sido pionero en el mundo del café. Todo comenzó en 1930, cuando el gobierno brasileño pidió a **Nestlé** crear “cubos de café” que permitieran a sus ciudadanos utilizar la sobreproducción de café y compartirlo con el mundo. Así nació **NESCAFÉ** el 1 de abril de 1938, después de ocho años de innovación y desarrollo para crear una deliciosa y rica taza de café simplemente añadiendo agua. Desde entonces, **Nestlé** tiene el

compromiso firme de ayudar a asegurar el futuro del café. Para ello, cuenta con **NESCAFÉ Plan**, el mayor programa de sostenibilidad de café del mundo, activo en 17 países, que convierte a **Nestlé** en el mayor comprador, por volumen, de café de origen sostenible. Desde 2010, la compañía trabaja para aunar sus compromisos acerca del cultivo, la producción y el consumo de café y optimizar la cadena de suministro de esta materia prima.

NESCAFÉ Plan también tiene como objetivo reducir el impacto ambiental a través de la reducción del consumo de agua, energía y emisiones de gases de efecto invernadero. Además, utilizan materiales reciclados, reduciendo el peso de los envases y aprovechando como combustible los residuos de su café tras ser

procesado.

Nestlé también es sostenible en la producción de chocolate. Para ello, cuenta con la iniciativa COCOA Plan, que coordina internacionalmente la gestión y el manejo del cacao, proporcionando ayuda y colaboración a sus cultivadores, plantaciones, familias y comunidades para asegurarles un futuro mejor. Siempre con el objetivo de Nestlé de obtener un producto de la máxima calidad posible en un marco de colaboración con el productor. Además, dispone del certificado UTZ, que garantiza su sostenibilidad. —



INFORMACIÓN:

T. 900 505 254
www.nestleprofessionales



ENEKO ATXA, CHEF Y PROPIETARIO
DE RESTAURANTE AZURMENDI

"RESPETAR EL MEDIO AMBIENTE NO DIFICULTA COCINAR"

Ha sido reconocido como Restaurante Sostenible 2018
en los The World's 50 Best Restaurants

ENTREVISTA

Jesús Luis
reportajes@hosteltur.com

Azurmendi es un establecimiento de Larrabetzu (Bizkaia) con tres Estrellas Michelin que en 2018 ha sido Restaurante Sostenible del año. Un premio a una labor desarrollada a lo largo de un periodo mucho más amplio, en la que destacan todo un abanico de medidas adoptadas para, verdaderamente, acercarse a un concepto más próximo al medio ambiente. Lo cual, hoy en día significa también estar próximo al cliente final.

Entre otros rasgos que definen su compromiso, Azurmendi ha trabajado en el propio edificio que alberga este negocio y, al mismo tiempo en su entorno. Así, reutiliza el agua de lluvia para la huerta y el invernadero -ya que una parte de las hortalizas que se emplean en su cocina son de cultivo propio-, y los inodoros.

A ello, cabe sumar que aprovecha al máximo la luz solar para reducir en la medida de lo posible el consumo eléctrico. También controla la temperatura y la ventilación para reducir la necesidad de climatización. Además, cubren parte de las necesidades

energéticas con producción basada en renovables. En segundo término, pero no menos importante, Azurmendi cuenta con tomas para cargar vehículos eléctricos. Y, por otra parte, el restaurante ha plantado 800 árboles para reducir las emisiones de CO₂. La persona que está detrás de todo este esfuerzo es Eneko Atxa, chef y propietario del establecimiento, que, como él mismo indica en esta entrevista, prefiere ser conocido por sus hechos en lugar de por sus palabras. Antes de abrir su propia casa pasó por cocinas tan emblemáticas como la de Martín Berasategui, o las de Mugaritz y Etxebarri de Axpe, entre otros.

Él apuesta por una cocina natural pero con personalidad, busca que el comensal identifique el plato con el origen del producto. Es considerado un experto en caldos, y de hecho ha desarrollado métodos para lograr este tipo de elaboraciones concentradas. Los aromas, las preparaciones al vacío y las centrifugaciones son otras de las técnicas que le caracterizan y que claramente domina.



Eneko Atxa confiesa que la preocupación que existe en la hostelería sobre el medio ambiente y la sostenibilidad es real.

para conseguir que Azurmendi sea elegido Restaurante Sostenible 2018?

Hemos intentado siempre trabajar no solo mirando el contenido sino también el continente. Hemos tratado de trabajar siempre con la gente que nos rodea, con la gente que nos enseña el camino hacia donde debería de ir un proceso de máximo respeto por el propio entorno y hemos ido sumando proyectos que van desde lo arquitectónico, los productos y la recuperación de algunos de ellos que estaban a punto de extinguirse.

Optimizar el uso que se hace del material orgánico que se desecha y un largo etc. Y por supuesto seguimos intentando crecer en este aspecto.

¿Piensa mantenerse en esa línea, o incluso abundar en ella? ¿Cómo?

Siempre tratamos de seguir sumando granitos de arena a las tantas cosas que hemos ido haciendo, y siempre intentamos ver nuevas acciones que contribuyan a una mejora constante. Por ejemplo, ahora estamos inmersos en un proyecto muy interesante que esperamos salga a la luz en 2019, y que incluirá muchísimas personas en los procesos que ya hemos puesto en marcha hace tiempo en Azurmendi. Pero, de momento no quiero detallar más sobre este proyecto, porque no me gusta hablar sobre las ideas que tengo; los hechos son lo importante.

En el día a día, ¿qué esfuerzo le ha supuesto a vd. o al restaurante ese título?

Ninguno, no es ningún esfuerzo. Simplemente hacemos lo que ya hacíamos y tratamos de hacer más cosas para seguir mejorando, pero esto no es una acción que se lleve a cabo para conseguir ningún título, sino que se trata de sentido común y de sentir que uno tiene una responsabilidad.

¿Es difícil ser un restaurante sostenible al mismo tiempo que se defienden las tres Estrellas Michelin?

Para nada, creo que ser respetuoso con el medio ambiente no te dificulta a la hora de cocinar un plato, en todo caso, creo que sería al contrario.

¿Qué opinión le merece el movimiento slow food? ¿Participa Azurmendi de él de algún modo?

Hace unos años en Bizkaia se hacía un trabajo fenomenal desde slow food. Yo no estoy inmerso en ningún tipo de movimiento grupal. —

¿Cómo puede contribuir la restauración a la sostenibilidad?

Como en cualquier otra disciplina se trata de utilizar el sentido común, y cada uno, en la medida de sus posibilidades, poder ser lo más respetuoso posible con su propio entorno.

Porque entiendo que la gastronomía, al igual que en otros ámbitos, tiene mucho que decir en este aspecto, puesto que bebe directamente del propio entorno, de la naturaleza de los productos, etc.

¿Considera que hay un verdadero interés del sector hostelero por estas cuestiones?

Por supuesto que sí. No somos ajenos a las problemáticas que nos rodean actualmente, y por encima de un sector están las sensibilidades personales. Y, yo percibo que en nuestro gremio existe una preocupación, la cual se le quiere buscar una respuesta, y se está trabajando en ello.

¿Cuáles considera que han sido las claves



J. Ll. Peña
reportajes@hosteltur.com

**LAS COCINAS HOSTELERAS SE
ORIENTAN HACIA EL KILÓMETRO CERO**

SLOW FOOD: REPENSAR LA GASTRONOMÍA EN CLAVE SOSTENIBLE

La llamada slow food, cuyos orígenes en la Italia de los años 80 tantas veces se han relatado, reclama en esencia un retorno a lo auténtico. Tal vez triunfa ahora como una respuesta a la cocina molecular y otras técnicas que fueron revolucionarias durante la década pasada, pero que se alejaban mucho del conocimiento que se tenía del arte de los fogones.

Ahora, parece que un número creciente de chefs, así como numerosos clientes, reclaman saber con claridad lo que se traen entre manos, o bien, se van a llevar a la boca. Dejan atrás trampantojos varios y apuestan por productos autóctonos de kilómetro 0 y por cocina de mercado. Ahora se experimenta menos y se busca lo tradicional.

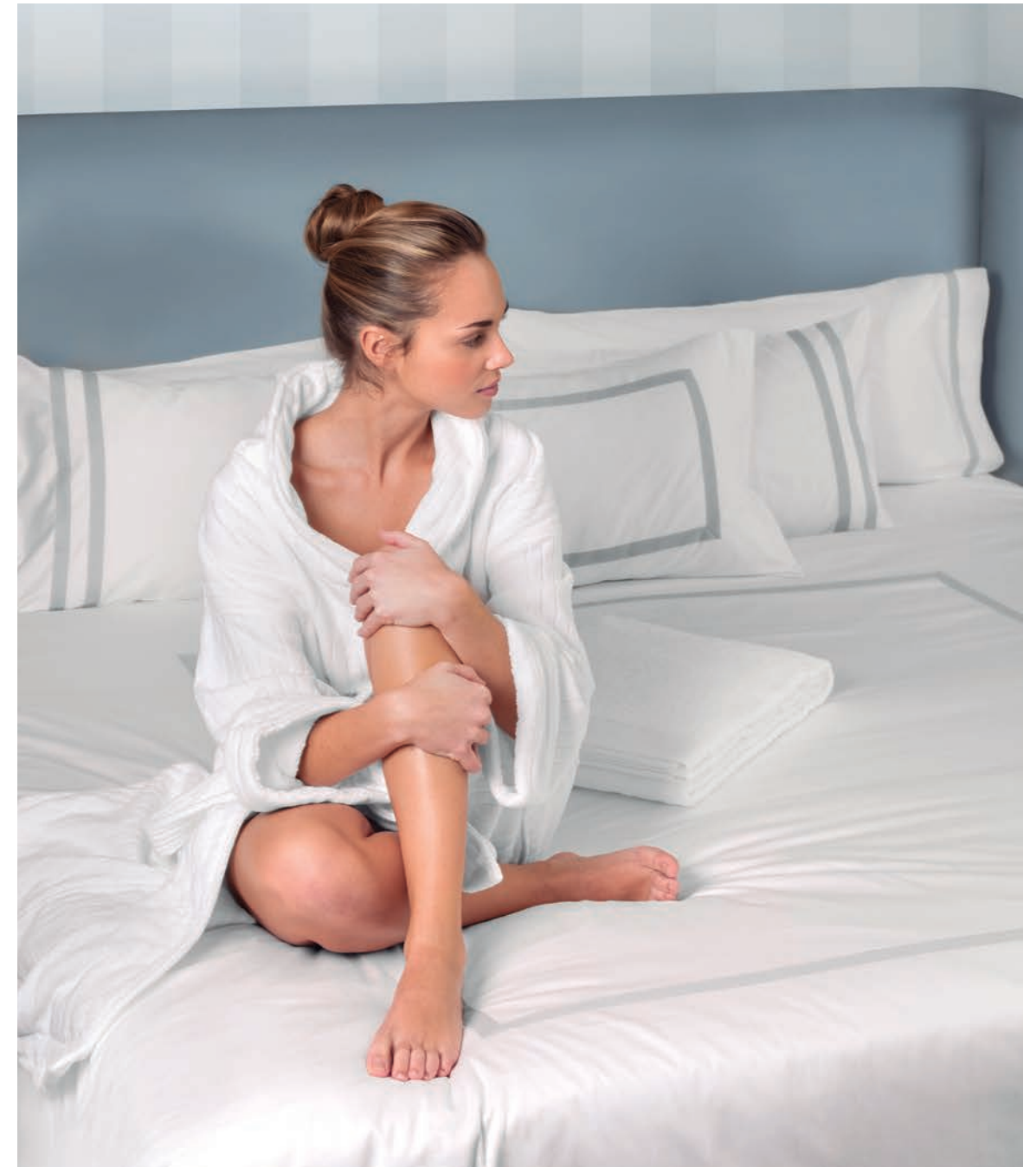
Como dejan bien claro desde el 'biestrellado' **Santceloni**, esa tendencia es una respuesta a un cliente que cada vez está mejor informado, gracias a Internet y las redes sociales, y también la búsqueda de recuperar al frecuentemente maltratado productor local, que ahora encuentra una buena vía de crecimiento en esta apuesta por lo de 'toda la vida'.

Y, en la misma línea se pronuncian desde el **Madrid Marriott Auditorium Hotel & Conference Center**, donde su **directora de A&B, Victoria Palacios**, asegura que los huéspedes de ahora lo que desean consumir son "productos orgánicos, locales y ecológicos. Todo muy saludable". O, dicho de otro modo, "menos frituras, menos conservantes,



Slow Food considera esencial emplear productos naturales y de la misma zona donde se cocinan.

Para tus huéspedes, el confort. Para ti, la tranquilidad.



Con Vayoil tienes la mejor lencería de hotel junto con la confianza y el servicio de una marca líder: gran capacidad de producción, seguridad en tus pedidos, precisión en los tiempos de entrega, flexibilidad, máxima garantía... por algo somos una de las marcas más reconocidas del mercado.

vayoil
TEXTIL S.A.

BIENVENIDO A LA TRANQUILIDAD VAYOIL

www.vayoiltextil.es

LA COCINA DE LA ABUELA

El Restaurante Roseta, abierto en 2017 en Alcobendas (Madrid), se presenta como un nuevo templo dedicado al slow food. Según su ideario, busca "recuperar el placer de disfrutar de la buena mesa en un entorno tranquilo y agradable, tanto en la rutina de los días laborales como en los fines de semana". Para conseguirlo, se rodea de pequeños productores locales que ayudan a ofrecer hoy como extraordinario lo que antes era común.

En slow food se aprecia la misma base que alimenta la sostenibilidad, pero aplicada a la gastronomía. Se rechaza lo moderno, elaborado con ingredientes misteriosos y técnicas que parecen idóneas para la Estación Espacial Internacional, y se apuesta por las recetas de la abuela. Al final, todo se resolverá buscando un medio a tanto extremo. Porque la cocina necesita dos cosas: un respeto a la tradición y una necesidad constante de vanguardia.

muchas menos grasas y aceites, controlar los carbohidratos y apostar por las verduras", entre otras exigencias en la misma línea.

Para Palacios, la razón por la que la tendencia slow food está calando tanto actualmente hay que buscarla en la circunstancia de que el cliente "está tomando mucha conciencia sobre el origen de la comida", en aspectos como conocer de qué está compuesta, cómo se cocina y cómo se come. Y a todo ello agrega una petición expresa de que los alimentos sean sostenibles.

DE LA GRANJA A LA MESA

A estas alturas, no son pocos los restaurantes que se abren camino en esta corriente que ahora se percibe como un chorro de aire fresco, y que se basa en conceptos como ofrecer productos 'farm-to-table'. Es decir, literalmente que pasan de la granja a

la mesa sin recalar en cámaras frigoríficas ni ser envasados. De nuevo, una reivindicación de la autenticidad.

La lista que ha elaborado **Slow Food España** es variada y recoge restaurantes repartidos por toda la geografía, pero especialmente en el País Vasco y el Levante peninsular, con diferentes propuestas gastronómicas pero con una intencionalidad común hacia la sostenibilidad. El Pou de Beca, K'Anròs, Aizian, Azurmen-di, Baita Gaminiz, Bascook, Boroa, Eneko, Gaminiz, La Escuela, Mina, Pablo Urzay y Yandiola. Hasta aquí los 'oficialmente' reconocidos, pero existen muchos otros, incluso los que sin saberlo ni pretenderlo, de hecho ofrecen una gastronomía artesana y de proximidad. Y, es que, este movimiento ha tenido un desarrollo muy irregular en el país, según reconoce la propia organización internacional que lo promueve. Hasta dos arranques fallidos

-después de prometedores inicios- tuvo en los años '90. En lo que va de siglo ha conseguido avanzar un poco más.

Las probabilidades de que ahora sí progrese este movimiento en España se acentúan porque sus principios coinciden con otras tendencias en expansión dentro de la gastronomía, como la de apostar por una alimentación sana, con menos grasas dañinas, menos ultraprocesados y más productos autóctonos y bien conocidos. El resultado es esa apuesta por una vida más 'lenta' que la que habitualmente viven las personas en las ciudades, debido a sus horarios y el resto de condicionantes.

Así, puede decirse que lo que las personas buscan es lo que no tienen: tranquilidad y buenos alimentos. Y slow food parece prometer proporcionarles un pedacito de cielo, aunque sea de vez en cuando.

FASE DE ADAPTACIÓN

La veintena larga de restaurantes que contribuyen con su propuesta a impulsar este tipo de gastronomía sostenible son conscientes de que se trata de un camino lleno de retos: ni es posible tirar exclusivamente de productos ecológicos locales, ni tampoco rechazar de plano todas las técnicas modernas de cocción y elaboración. Para facilitar las cosas, ya son varios los encuentros de cocineros slow food que se han celebrado en diferentes regiones, a fin de intercambiar experiencias y conocimientos, para aprender más sobre la gestión de un establecimiento de restauración con los condicionantes que se autoexigen. Básicamente, no quieren nada sobre la mesa de los comensales que no les agrade trabajar en su cocina. ■

CATERING HERMANOS GONZÁLEZ CONFÍA EN LA TECNOLOGÍA RATIONAL PARA SU PRODUCCIÓN DIARIA

Hace más de 25 años, los hermanos González montaron su propio catering que ha pasado de abastecer una sola guardería a dar servicio a hospitales, eventos, residencias, más de 100 guarderías y ancianos de la zona de Sevilla y Huelva. Con más de 14.000 comidas diarias, el Catering Hermanos González se ha convertido en todo un referente de la zona.

El catering dispone de 7 VarioCookingCenter® y 9 SelfCookingCenter® que, junto a sus 24 chefs y ayudantes de cocina que trabajan en tres turnos diferentes, realizan la producción del día siguiente. Siendo una empresa familiar del sur de España, los platos que cocinan son tradicionales con algún toque más vanguardista, pero siempre respetando el producto y el sabor del alimento. Sus platos estrellas son las espinacas con garbanzos o la carrillera, pero realizan platillos como tortillas de patatas, ensaladilla rusa, carne en salsa y muchos guisos. Tienen una clientela variada con menús variados. Los menús de guardería y geriatría se componen de platos cocinados como pescados, verduras al vapor o tortillas, siempre respetando el producto y su textura para que el sabor y su aspecto sean siempre apetecibles. En el caso de las tortillas, Carlos Mendoza, el jefe de cocina, expresa que "hacemos unas 120 tortillas en tan solo 4 minutos, las hacemos de 80, 100 y 120 ml de grosor, y



El VarioCookingCenter® garantiza un control total de la cocción en todo momento.

quedan espectaculares".

Con una producción de 7.000 menús completos, el Catering Hermanos González busca flexibilidad, rapidez y una alta producción diaria. Por eso, cambiaron su maquinaria tradicional por el SelfCookingCenter® y la VarioCookingCenter® ya que comentan: "Antes teníamos que estar 3 o 4 personas pendientes de la olla, ahora solo las necesitamos para sacar la comida y realizar la producción. Hacemos 80 kg de carne y 200 kg de pasta en hora y media". Pero además de rapidez de cocción, en la cocina necesitan una gran precisión de cocción, por eso el chef confía en el SelfCookingCenter® y la VarioCookingCenter® ya que "te da mucha tranquilidad tener la comida controlada en todo momento por la temperatura de núcleo y, además, en el ambiente de la cocina tampoco aumenta el calor, algo muy importante".

Otro de los aspectos que más tranquilizaron al chef es la formación en los equipos. Carlos comenta que, "cuando llegaron los equipos, los cocineros estaban maravillados. Dimos algunos cursos para entender mucho mejor a estos equipos y, ahora, es algo que agradecemos mucho." Para el chef hoy sería casi imposible volver a una cocina tradicional. Nos comenta que "sería impensable, cuando se va para adelante es difícil andar para atrás. Hoy en día necesitamos maquinaria de última generación." ■

RATIONAL

INFORMACIÓN:

Ctra. de Hospitalet, 147-149
Cityparc / Edif. París D
E-08940 Cornellà (Barcelona)
T. +34 93 475 1750
info@rational-online.es
www.rational-online.es
www.connectedcooking.com



¿Qué importancia tiene para Helios el Canal Horeca?

Helios es una empresa familiar con 120 años de historia a sus espaldas, está presente en el 90% de las marcas blancas que hay en el mercado de la alimentación. Y, en el caso del Canal Horeca, estamos presentes también desde hace muchos años a través de las principales cadenas hoteleras y de restauración moderna, así como en las colectividades. En España llegamos a todos los rincones y, en el ámbito internacional, estamos en más de 70 países. Por lo tanto, es un canal importante para nosotros, en el que estamos muy volcados, y al que le estamos ofreciendo muchas alternativas. Representa un 12% de nuestra facturación y, por supuesto, queremos ir a más.

Además de mermeladas y confituras, ¿qué productos comercializa la marca en la hostelería y las colectividades?

También ofrecemos miel, crema de cacao, salsa de tomate, así como tomate en ralladura, aceite

Helios mantiene desde hace tiempo una intensa actividad en el Canal Horeca, al frente de la cual se encuentra Francisco de Pedro, responsable de comercialización en este estratégico sector. La marca espera revolucionar el servicio de sus mermeladas y salsas con un innovador dosificador que introducirá en el mercado este mismo año.

FRANCISCO DE PEDRO, RESPONSABLE DEL CANAL HORECA DE HELIOS

"COMBATIMOS EL PLÁSTICO CON UN NUEVO DISPENSADOR"

de oliva, etc. Indiscutiblemente, lo que más se vende en Horeca es la mermelada. Y, ahora estamos comercializando un producto nuevo, que es un dispensador que creemos que va a ser una revolución a nivel mundial. Para desarrollarlo, primero hemos escuchado las quejas e inquietudes que nos llegan desde el mercado. Y la idea principal es combatir el plástico, creando una alternativa a su empleo. Por tanto, hemos diseñado un dispensador elegante que crea armonía en los bufets de restauración. Y que, al mismo tiempo, aporta ventajas al cliente: reduce los costes, las mermas, el riesgo de contaminación cruzada y el robo de tarrinas.

¿Qué productos de Helios se servirán con la ayuda del nuevo dispensador?

Serviremos mermeladas, confituras, crema de cacao, miel y las salsas: ketchup, mostaza y mayonesa.

¿Ese dispensador ya está en el mercado, o bien, aún debe ser presentado? ¿Se ha interesado por él la industria?

Lo estamos lanzando. Y, a finales de enero ya estará disponible en el mercado. Y, ya tenemos varias cadenas hoteleras interesadas en este dispositivo, y tenemos preacuerdos con las más importantes. Aun-

que queremos llegar a todas. Lógicamente, lo que pide el mercado es monodosis, porque es más rentable y más higiénico. Lo que pasa es que el modelo que conocemos está cambiando y necesariamente aún tiene que hacerlo más. Por eso apostamos por esta innovación, ya que el salto de las tarrinas al dosificador es cualitativo y cuantitativo. El resultado es que, con un nuevo producto, estamos dando respuesta a todas las inquietudes que nos plantea el mercado. A modo de ejemplo, en 2017 vendimos 100 millones de tarrinas en las que usamos 140 toneladas de plástico; y, si somos capaces de sustituir al 100% la tarrina por el dispensador, el cambio será muy importante.

¿Es difícil ser proveedor del Canal Horeca? ¿Qué



Francisco de Pedro está especializado en comercialización en Horeca.

suelen pedir los clientes?

La principal inquietud que nos transmite el comprador es el precio. Pero hay otro tipo de comprador más profesional que sí que va pensando en dar respuestas al cliente final.

Y ese segmento pregunta más por la línea de ecológicos, los productos 'diet', naturales, veganos, 'healthies', etc. Hay muchas cadenas que actualmente se están preocupando por eso. —

ENTREVISTA

Jesús Luis

reportajes@hosteltur.com

Un tándem imbatible para una cocina a la vista en el mínimo espacio

MERRYCHEF®
CONVOTHERM®

iberia@welbilt.com
welbilt.es/masterclass



La última chimenea Focus que hipnotiza a cualquiera

Con un diseño extremadamente minimalista en forma de ventana de vidrio curvado que simula un ojo, la nueva chimenea Lensfocus de la firma francesa Focus funciona con gas natural o propano y tiene un cierre estanco. Su uso resulta sencillo, con mando a distancia, y es ideal para espacios que busquen un bajo consumo energético.

www.focus-chimeneas.es



Edouard de la Cotardière dirige Tarkett España

Edouard de la Cotardière es el nuevo director general de Tarkett España, tras jubilarse Enrique Bretos. Así, la marca continúa reforzando su estrategia y posición de liderazgo en la industria de los pavimentos ligeros del mercado español centrándose en el cliente, la innovación, el diseño, el concepto de co-creación y la excelencia medioambiental.

www.tarkett.es



Nuevos locales del Grupo Vips

Grupo Vips continúa creciendo con la apertura de dos nuevos restaurantes en el barrio de Embajadores de Madrid. Un Ginos y un Vips ubicados en el número 8 de la popular calle Ronda de Valencia de la capital y que significan la creación de 54 puestos de trabajo. Más de 600m2 para cada restaurante y capacidad para más de 150 comensales, ratifican la consolidación de Vips como uno de los grupos de restauración más importantes en Madrid.

www.grupovips.com



Proyecto de I+D+i de Resuinsa

Resuinsa finaliza un proyecto de I+D+i para el desarrollo de artículos textiles innovadores. El proyecto se ha realizado con fondos FEDER procedentes de la UE, a través del Centro de Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI). El objetivo ha sido la investigación de materiales y de las tecnologías necesarias para el desarrollo de artículos textiles innovadores con nuevas funcionalidades.

www.resuinsa.com



González Byass distribuye Ron Botran

Las compañías familiares, González Byass y Casa Botran, han llegado a un acuerdo para la distribución y desarrollo de la marca del Ron Botran. Así, González Byass comienza a distribuir, en exclusiva, el Ron Botran en España y Portugal. Esta alianza impulsará la presencia de los rones añejos Botran 8, Botran 12, Botran 18 Solera 1893 y Botran Cobre.

www.gonzalezbyass.es



Girbau apuesta por la innovación

Girbau, uno de los líderes mundiales en soluciones y equipamientos para lavandería industrial, pone en marcha Girbau LAB (girbaulab.com), una plataforma para fomentar la innovación y transformar el sector. Girbau LAB quiere facilitar la aportación de valor tanto desde dentro como desde fuera de la compañía, con la innovación disruptiva y la tecnología como motor.

www.girbau.es



Grupo Restalia abre un TGB en Oviedo

Tras el éxito de The Good Burger en el Centro Comercial Intu Asturias (Lugones), Grupo Restalia se estrena en Oviedo. 170 m² y terraza para que los amantes de la buena hamburguesa disfruten de la exclusiva carta de The Good Burger. TGB es el restaurante de los incondicionales de las burgers y el estilo de vida urbano, con hamburguesas al más puro sabor exquisito 100% vacuno.

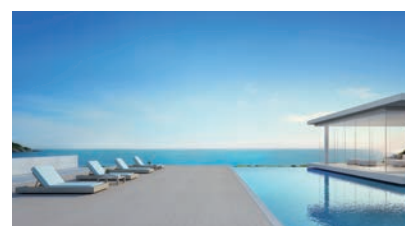
www.thegoodburger.com



Schönwald muestra el diseño "Slow Hygge Style"

La casa de porcelanas Schönwald, distribuida por Guerrero Claude, recrea el estilo de vida danés, Hygge, en forma de porcelanas que subrayan una naturalidad rural intachable. Sus notas de color azuladas y blancas inspiran frescura; sus adornos alegres hacen que la mesa transmita paz, aire rústico y artesano; y sus líneas ligeras hacen que cada pieza se complemente.

www.schonwald.com



Novedades Urban Deck de Gabarró

Gabarró presenta las novedades de tarimas exteriores Urban Deck, con la tarima reversible Urban Deck Top Duo Madera Gris/Marfil. Dotada de los últimos avances en tarimas tecnológicas, es semimaciza tubular, muy ligera y con una alta capacidad de autoventilación, evitando el sobrecalentamiento por la acción solar. Al tratarse de una tarima encapsulada es anti-manchas y no se decolora.

www.gabarro.com



FITUR 2019

Del 23 al 27 de enero

Recinto IFEMA Madrid

CEVISAMA 2019

Del 27 de enero al 1 de febrero

Feria de Valencia

H&T Salón Innovación en

Hostelería

Del 4 al 6 de febrero - Palacio

de Ferias y Congresos Málaga

HIP 2019

Del 18 al 20 de febrero

Recinto IFEMA Madrid

INTERSICOP 2019

Del 23 al 26 de febrero

Recinto IFEMA Madrid

Fórum Gastronómico

10 de marzo - A Coruña

Salón Selección Barcelona

25 de marzo - Edificio WTC

CERTÁMENES

IFEMA ACOGE LO ÚLTIMO EN PISCINAS



La edición 2019 de **Tecnova Piscinas**, la feria de Tecnología e Innovación para Instalaciones Acuáticas, ofrecerá como principal atractivo el proceso de montaje de una piscina y los productos necesarios. Los visitantes, además, dispondrán de presentaciones de producto en cuatro talleres, todo ello del 26 de febrero al 1 de marzo. —



Tecnova
PISCINAS
Feria de tecnología e innovación
para instalaciones acuáticas

**26 FEB-
01 MAR
2019**

ORGANIZA



www.tecnovapiscinas.ifema.es



"SER SOSTENIBLE NO ES UNA OPCIÓN, ES UN REQUISITO"

Por cuarto año consecutivo, Metro AG, matriz de Makro España, permanece en el índice global de sostenibilidad de Dow Jones gracias a su compromiso y fuerte contribución. Juan Miguel Carrasco, director de Estrategia de Distribución a Hostelería de Makro, sabe que ser sostenible en su sector es una oportunidad para que el negocio esté en armonía con la naturaleza, la sociedad y los clientes.

¿Cuál es su destino urbano preferido?

Cualquier lugar en el que pueda perderme y descubrir nuevos rincones para disfrutar de la oferta cultural y gastronómica.

¿Y el vacacional?

Todas nuestras playas.

¿En qué se fija más de un hotel cuando lo visita por primera vez?

Depende mucho del tipo de viaje. Para mí, lo más importante es el personal y la atención que ofrecen.

En su maleta no falta...

Las ganas de disfrutar de cada momento y de cada lugar.

Un hotel que le haya impactado sobremanera.

Es difícil quedarme con un solo hotel, todos tienen un encanto especial.

¿Su plato preferido?

Soy un apasionado de los arroces, en todas sus versiones.

¿Qué mejoraría de los hoteles/restaurantes españoles?

La nueva realidad digital ya ha provocado cambios en el mercado y en nosotros mismos. La tendencia lleva hacia un mundo más digitalizado al que la hostelería debe ir adaptándose.

A la hora de trabajar...

Me gusta comprometerme con lo todo lo que hago. Intento aprender de todo aquello que hay que mejorar. No obstante, los éxitos no vienen solos, es importante trabajar en equipo.

¿Cuál es la decisión profesional de la que se siente más orgulloso?

El proyecto actual. Definir y desarrollar la línea de negocio de

EN CLAVE PERSONAL

Raquel Redondo

raquel.redondo@proveedoreshosteltur.com



Para Carrasco, el liderazgo sostenible va más allá de plantear acciones concretas en un momento determinado.

Servicio de Distribución Horeca Organizada del Grupo Makro.

Ser sostenible en hostelería, ¿es tendencia o requisito?

No es una opción, es un requisito imprescindible, y así nos lo está pidiendo el propio planeta.

En tres palabras, la alimentación del futuro será...

Saludable, accesible y natural.

¿Qué implica el liderazgo sostenible?

Integrar de manera honesta y comprometida cada uno de los ámbitos de la compañía, para que la sostenibilidad se convierta en una actitud que permita que el desarrollo empresarial y social vayan alineados para conseguir un mundo más equilibrado, respetuoso y justo. —



PEPE RODRÍGUEZ
Estrella Michelin



REPAGAS
EQUIPAMIENTO PARA HOSTELERÍA

Avda. de Fuenlabrada, 12 • T. +34 916 048 244 • F. +34 916 048 178 • 28970 Humanes (Madrid)

www.repagas.com

Hero

DESDE 1886

Empezarán su día con algo bueno

La más amplia gama de productos
para que tus clientes empiecen el día con lo mejor.



Síguenos:



www.hero.es