

GENEBRE



EDIFICIO GENE BRE. Av. de Joan Carles I, 46-48
08908 L'Hospitalet de Llobregat, Barcelona (Spain) • Tel: 93 298 80 00. Fax: 93 298 80 08
exportacion@genebre.es • www.genebregriferia.es



PROYECTO HOTELERO

Sol Katmandú Park & Resort, Mallorca

PLAY AND STAY: UNA NUEVA CONCEPCIÓN DE TURISMO

Nace el complejo Katmandú Park & Resort, buque insignia de la *joint venture* formada por el Grupo Meliá y el Grupo Katmandú, con el objetivo de diversificar y diferenciar la oferta turística del grupo hotelero mallorquín. Este nuevo concepto totalmente innovador de parque temático -orientado a todos los públicos- que está poniendo en práctica el Grupo Katmandú, ha demostrado ser un revulsivo eficiente ante la crisis, al mejorar el volumen de negocio de la multinacional año tras año. En síntesis, se trata de un nuevo centro neurálgico de ocio de nueva generación, que incluye alojamiento dentro de sus instalaciones y eleva la experiencia vacacional a un nivel superior, que contribuirá al compromiso del Grupo Meliá en la renovación y reposicionamiento de Magaluf -un destino turístico tradicional en la isla de Mallorca que ha sufrido un importante deterioro en los últimos años- y que se une al proyecto que la cadena hotelera ya tiene operativo en la zona, Calvià Beach Resort. Este último complejo, que ya lleva operativo un año, ha permitido elevar significativamente el precio al lograr captar nuevos clientes de alto poder adquisitivo.



Gabriel Escarrer Jaume

Vicepresidente y
Consejero Delegado de
Meliá Hotels International



Fotos: Meliá

El Grupo Katmandú, fundado en 2005, es una compañía de entretenimiento internacional comprometida con la creación de entretenimiento innovador y experiencias completas única en la industria. La compañía desarrolló Katmandú Park como un parque temático al estilo de última generación; diseñado

específicamente para el mercado turístico a través de un sistema flexible de entradas, y localizado estratégicamente para facilitar su visita.

Sol Katmandu Park Resort se presentó en Madrid coincidiendo con la pasada feria de turismo, FITUR. El compromiso, que nace de la *joint venture* entre Meliá

y el Grupo Katmandú, tiene como resultado el primer hotel combinado con un parque temático de atracciones en Mallorca. Con esta nueva propuesta se complementa la oferta tradicional de “sol y playa” de la isla, con una experiencia única para todas las edades basada en el concepto *play and stay* (“juega y hospédate”). A su vez este



“Esta nueva concepción vacacional, permitirá que las familias disfruten de una gran variedad de opciones de ocio dentro del nuevo Sol Katmandú Park & Resort”

acuerdo supone la plena integración de las instalaciones del parque con el hotel; integración tanto física como de imagen y operativa de ambos negocios, conformando un todo en uno.

Este primer resort temático abre sus puertas en Mallorca, para traer a la isla una nueva experiencia hotelera de ocio, un nuevo punto de referencia dentro del mercado de las familias y jóvenes; y supone, para Meliá Hotels International, una indiscutible apuesta por el reposicionamiento de Magaluf -como revulsivo ante la crisis- para combatir la pérdida de valor del destino y la rentabilidad de los hoteles que la compañía tiene en la zona.

Zona e instalaciones

Sol Katmandu Park Resort, que se encuentra en Calviá -en la zona de playa de Magaluf-, se ubica muy cerca de instalaciones deportivas, entre las



que se incluyen deportes acuáticos, 5 campos de golf, tiendas, restaurantes, bares y pubs de moda. Además, ofrece a los visitantes una infinidad de rutas de cicloturismo y senderismo y toda la tradición cultural, gastronómica, paisajista y monumental de Mallorca.

Igualmente, el complejo se encuentra muy próximo a Puerto Portals y Puerto

Adriano. Ambos poseen restaurantes y comercios de moda que permiten disfrutar del mejor ambiente de la isla. Para los amantes del mundo náutico, las instalaciones se encuentra a 18 km del Real Club Náutico de Palma de Mallorca, conocido internacionalmente por la Copa del Rey y el Trofeo S.A.R Princesa Sofía. Formado por un hotel (Sol Magaluf Parl) rehabilitado de 422 habitaciones,



Fotos: Meliá



Fotos: Meliá

la última generación de atracciones interactivas para niños, jóvenes y familias en general. El hotel está formado por diversas instalaciones, entre las que se encuentra una piscina exterior, piscina interior climatizada, piscina infantil, pista de tenis, 2 mesas de ping pong, sala de juegos, salón social y rincón de internet. De igual manera, Sol Katmandú Resort, cuenta con elegantes, amplias, confortables y luminosas habitaciones, completamente equipadas con todos los servicios e instalaciones.

de Simon Hirst, Director General del Grupo Katmandú en España, durante su presentación en la pasada feria FITUR, “lo mejor de ambos mundos”.

Estrategia y perfil

Esta nueva concepción vacacional, permitirá que las familias disfruten de una gran variedad de opciones de ocio dentro del nuevo Sol Katmandú Park Resort, entre las que se incluye la entrada libre en todas las atracciones hasta las 18 horas y durante todos los días de la estancia. Los famosos personajes de Katmandú, Yeti, Boro, y otros personajes del parque, harán apariciones continuas en el hotel y en el club infantil.

con una gran variedad de opciones de restaurante y bares, cuenta además con un parque temático -al estilo americano- adyacente al hotel, que incorpora

Los 8.000 m² correspondientes al parque temático, junto con las instalaciones del hotel, ofrecen a los usuarios un total de 22.000 m² que suponen, en palabras



¿PROBLEMAS CON SU PISCINA?

RENOLIT ALKORPLAN

Revestimientos
de lámina armada
para piscinas y spas.

Confíe en el líder en
impermeabilización
para la renovación
de la piscina.

RENOLIT ALKORPLAN

Soluciones para la
estanqueidad de
piscinas.



www.alkorpool.com

- ✓ Instalación rápida y sencilla sobre cualquier superficie
- ✓ Sin obra civil
- ✓ Sin ruidos ni suciedad
- ✓ Gran ahorro de tiempo
 - Piscina de 10 x 5 (2-4 días)
 - Piscina de 25 x 12,5 (4-7 días)
- ✓ Garantiza la estanqueidad 100% incluso ante una rotura del vaso.

AlkorPlan
The Perfect Skin for your Pool



Rely on it.



Foto: Meliá

Pero este gran complejo hotelero no se encuentra dirigido únicamente al sector familiar, sino que también ofrece, al mercado juvenil, un perfecto resort vacacional para quien busca lo último en diversión en un complejo combinado de parque temático y alojamiento incluyendo, además, atracciones gratis durante todo el día y grandes descuentos sobre las tarifas generales del parque.

Por otro lado, Sol Katmandú Park Resort, ofrece una variedad de aventuras extraordinarias en una nueva generación de entretenimiento, experiencia e inolvidable diversión para todas las edades. Es un lugar de risas, emociones

y asombro que trae a la vida historias insólitas, míticas y legendarias en un viaje interactivo de descubrimiento y sorpresa. Dentro de las distintas experiencias, el parque ofrece varias atracciones entre las que se encuentran The House, Experiencia 4D, donde los asientos cuentan con hasta 2G de fuerza y más de un centenar de movimientos por segundo, Expedition Golf, una atracción para todas las edades que cuenta con efectos especiales que incluyen erupciones de fuego, The Asylum, Desperados, XD Dark Ride, incluye una pantalla curva de inmersión, con una selección de múltiples aventuras interactivas.

“Los 8.000 m² correspondientes al parque temático, junto con las instalaciones del hotel, ofrecen a los usuarios un total de 22.000 m²”

La cadena hotelera Meliá también extiende los beneficios del parque temático a sus otros 19 hoteles en Mallorca, junto con las tarifas especiales de taxi. Al optar por reservar en hoteles Meliá en Mallorca, los clientes recibirán un paquete de beneficios exclusivos que les garantizan un precio especial para cualquiera de las atracciones del parque Katmandú. Esta estrategia, fundamentada en la diversificación e innovación, “... es la mejor manera de renovar con éxito la oferta de nuestros destinos turísticos maduros en un mercado internacional altamente competitivo”, sentencia su Director, Simon Hirst.

Sol Katmandú Park & Resort se convierte, de esta forma, en un destino turístico en sí mismo, creando una experiencia única en España que combina alojamiento, deporte y diversión ilimitada a sólo unos pocos metros de varias de las mejores playas de Mallorca.



INNOVACIÓN EN TU INTERIOR texturas que crean un ambiente intimista

LA VENECIANA
GLASSOLUTIONS
SAINT-GOBAIN



www.laveneciana.es

Gabriel Escarrer Jaume

Vicepresidente y Consejero Delegado de Meliá Hotels International



Gabriel Escarrer Jaume. Vicepresidente y Consejero Delegado de Meliá Hotels International

El complejo Sol Katmandú Park Resort se convierte en el buque insignia de la *joint venture* formada por el Grupo Meliá y el Grupo Katmandú. ¿Cómo surge esta unión entre estas dos grandes compañías?

Ambas compañías perseguimos diversificar y diferenciar nuestra oferta turística, que ha sido el punto de partida para construir esta relación. El grupo Katmandú ha logrado desarrollar un concepto totalmente innovador de parque temático orientado a todos los públicos, consiguiendo hacer frente a la crisis y mejorar su volumen de negocio año tras año. Como decía, esta visión encaja a la perfección con la nuestra. Somos propietarios de numerosos hoteles en la zona, y hemos asumido nuestra responsabilidad ante la necesidad de renovar y reposicionar Magaluf, un destino que ha sufrido un importante deterioro en los últimos años.

El año pasado iniciamos un ambicioso proyecto en la zona para impulsar su recuperación con el lanzamiento de Calviá Beach Resort, que en su primera etapa (verano de 2012) ha consistido en la renovación de dos hoteles de la primera línea de playa y la apertura de nuevos centros de ocio de calidad, como Wave House o el selecto club de playa Nikki Beach. Asimismo, ya el verano pasado iniciamos nuestra relación con el grupo Katmandú, pues

lado del parque temático. Este acuerdo supone la plena integración de las instalaciones del parque con el hotel, tanto integración física, como operativa y de imagen de ambos negocios.

Este resort ofrece una experiencia única para todas las edades, basada en el concepto *play and stay* ("juega y hospédate"), ¿es este el principal factor distintivo que hacen que este complejo sea único?

Por supuesto. Se trata del primer complejo hotelero en Mallorca que ofrece esta combinación de alojamiento y entretenimiento de última generación en un mismo producto. Nuestra compañía viene trabajando durante años en una estrategia de marca donde la experiencia del cliente y la aportación de valor añadido tienen un peso fundamental. Creemos que es necesario diferenciarnos con productos que superen las expectativas de nuestros clientes, que les sorprendan y les llamen a disfrutar de su tiempo en el hotel, lo que sin duda es una fuente de rentabilidad para nuestro negocio.

El turismo de "sol y playa" tiene unos clientes muy definidos, que saben lo que desean en todo momento, ¿cómo favorece la nueva estrategia de entretenimiento a este turismo tradicional?

Favorece en todos los aspectos pues, como le decía, aporta un valor añadido y diferencial a su experiencia. Un resort vacacional no solo debe destacarse por una buena calidad de alojamiento, sino también por una variada oferta de centros de consumo, instalaciones de



Foto: Meliá

ocio, entretenimiento, etc. Así lo hemos vivido, por ejemplo, con nuestra marca vacacional de referencia en el Caribe, Paradisus Resorts, donde el cliente es sorprendido de principio a fin. Sin duda Sol Katmandú Park Resort, al igual que Calviá Beach Resort, tendrá grandes experiencias inolvidables que aportarán a nuestros clientes.

Después de abrir sus puertas este mismo año, ¿qué acogida está teniendo y qué previsiones tienen a corto y medio plazo del Sol Katmandú Park & Resort?

Por el momento, tengo que decir que el producto está teniendo una fantástica acogida: la innovación, con un concepto que no existía en Mallorca de "parque con habitaciones" tiene mucha aceptación. Hay que destacar además, por la diversificación que representa y por el propio interés de los mercados, que esta gran acogida se produce en mercados que hasta ahora no compraban en esta zona ni en este hotel; si antes era 100% mercado británico, prácticamente, en la actualidad se registra una equiparación entre mercado ruso y británico, seguido de mercado español y de países escandinavos.

Respecto a cifras o porcentajes de incremento, aún es pronto, pues estos mercados compran algo más tarde, pero hoy por hoy todo indica que cumpliremos nuestras expectativas de mejora en 2013 y llegaremos a 2014 con una transformación y un reposicionamiento más completo, y un incremento muy necesario en la rentabilidad y sostenibilidad del destino.

En la situación en la cual nos encontramos, ¿afecta de igual manera la crisis cuando se trata de este tipo de proyectos hoteleros? ¿Qué estrategia se va a seguir desde su complejo para combatirla?

En Meliá Hotels International hemos apostado 100% por el reposicionamiento de Magaluf como medida para combatir la pérdida de valor del destino y la consecuente pérdida de rentabilidad de nuestros hoteles en la zona.

En el contexto general, creemos que si no logramos diferenciar nuestra oferta con productos de calidad que aporten valor añadido, será muy difícil competir con destinos emergentes, mucho más baratos que el nuestro.



Fotos: Meliá

En el caso de Magaluf, podemos ya confirmar el éxito de esta estrategia, pues tras el primer año de funcionamiento de Calviá Beach Resort, hemos logrado captar nuevos clientes de alto poder adquisitivo y elevar significativamente el precio. Pero además, hemos creado empleo, hemos mejorado la imagen del entorno y hemos introducido mejoras de eficiencia energética; por tanto son acciones que benefician la recuperación económica, social y medioambiental de la zona.

Por último, con ésta nueva apertura, ¿qué nuevos retos se han marcado para el futuro?

¿Contaremos con nuevas inauguraciones del Grupo Meliá próximamente?

Por supuesto. Afortunadamente, somos una compañía en constante evolución y crecimiento. Nuestro futuro pasa por la internacionalización, que además es nuestro mejor salvavidas contra la crisis en España. En este año 2013 seguiremos abriendo hoteles en China, Vietnam, Indonesia, Alemania, Portugal, Cabo Verde y también España; y por supuesto seguiremos ejecutando nuestro plan de expansión en mercados como América Latina y Asia, entre otros.



ENTREVISTA

Fernando Gabirondo

Director Interface Hispania S.L.U



¿Qué distingue a INTERFACE de otras compañías del sector?

Interface destaca por su innovación constante, por su apuesta por el diseño como elemento clave y por la integración de la sostenibilidad en todos los procesos de la compañía. Estos tres factores de éxito, así como el hecho de haber cumplido 25 años en el mercado español, nos aportan una credibilidad muy valorada tanto por nuestros clientes como por nuestros distribuidores. Todo nuestro producto son losetas de pavimento textil de 50x50 y lideramos el mercado global en este formato. En referencia a la sostenibilidad, Interface lleva a cabo diversos proyectos que fortalecen el compromiso de la empresa con la sociedad como Re-Entry 2.0 (recuperación de moquetas usadas) y Cool Carpet ® (compensación de emisiones de gas generadas durante el ciclo de vida de un producto).

¿Qué experiencia tiene INTERFACE en el sector hotelero?

Interface participa en una gran cantidad de proyectos hoteleros aportando soluciones dentro del concepto “pavimento modular”. Concretamente, en los últimos años hemos instalado nuestro producto en más de 200 hoteles en España, adaptándonos a las necesidades que requieren las diferentes zonas de un hotel y también a los gustos estéticos de nuestros clientes. Nuestro producto ha sido utilizado tanto en nuevas aperturas como en proyectos de remodelación de hoteles de renombre de las principales cadenas hoteleras, así como en un gran número de hoteles independientes.

¿Por qué el pavimento textil es la mejor alternativa frente a otros materiales?

El pavimento textil aporta numerosos beneficios, como son el confort de pisada, el aislamiento térmico, una mejor calidad acústica y un mantenimiento más sencillo y económico si lo comparamos con otras soluciones de pavimentación. Además, el pavimento textil aporta un valor diferencial incuestionable: las infinitas opciones de diseño, textura y colorido que permiten personalizar cualquier espacio de los establecimientos hoteleros. De este modo, el pavimento textil es siempre

Interface®

la mejor opción tanto para los hoteles de nueva construcción como para su uso en las constantes renovaciones que los hoteles suelen realizar para adaptarse a los nuevos tiempos.

De sus referencias, ¿Cuáles son las más destacables? ¿Por qué?

Interface destaca por su amplia gama de productos y por combinar diferentes referencias en un solo proyecto. Aunque es atrevido hablar de productos que destacan por encima de otros, hay cierta tendencia a la utilización de la gama Microtuft®, como son los modelos Straight Forward, Biosfera y The Scandinavian Collection. La alta demanda de esta gama se debe a que aporta todos los beneficios asociados al pavimento textil y permite configurar cada establecimiento hotelero con un diseño adaptado a las necesidades requeridas. Además, y de gran importancia, esta categoría de productos permite reducir el impacto medioambiental, seña de identidad de Interface. Por otro lado, también hay una elevada demanda de productos que tienen un aspecto más lujoso y con un confort a la pisada más alto. En este sentido, ofrecemos los modelos Polichrome, Luxury Living y el nuevo modelo Urban Retreat, nacido del concepto de biofilia, inspirado en la naturaleza, que trae el exterior a cualquier espacio interior .

¿Qué mantenimiento diario requiere una loseta?

Cuando hablamos de mantenimiento, lo primero que recomendamos es proteger los pavimentos de un hotel, sean textiles o no, con una óptima barrera anti-suciedad en los diferentes accesos al recinto. En este sentido, Interface cuenta con productos como Barricade o Foyer que garantizan que el 80% de la suciedad que llevamos en los zapatos se queda en la entrada. Si hablamos de mantenimiento diario, con un sencillo y simple aspirado con cepillo rotatorio se mantiene el pavimento en óptimas condiciones. Recomendamos a todos nuestros clientes una limpieza a fondo anual y de esta manera garantizamos un rendimiento superior a cualquier otro pavimento.

En caso de accidentes puntuales contamos con productos de reparación instantánea para limpiar posibles manchas. Pero nuestro principal elemento diferencial es el sistema TacTiles®, que permite sustituir en menos de 30 segundos una loseta afectada por otra nueva sin necesidad de personal especializado, algo que los facility managers y gobernantas de los hoteles nos agradecen cuando asisten a nuestras formaciones de mantenimiento.

¿Cuáles son los principales servicios que ofrecen a la hostelería?

Contamos con un equipo técnico con amplios conocimientos de diseño que asesora al cliente en la elección de la gama de productos que es más adecuada para cada proyecto hotelero. Entre sus servicios, destaca la posibilidad de realizar diseños personalizados, renders en 3D y sims para ayudar al cliente en la fase de toma de decisión. Además, Interface puede instalar “habitaciones piloto” en los establecimientos hoteleros para el uso de diseños y colores especiales. No quiero dejar de nombrar algunos de los valores añadidos que ofrecemos como empresa para los hoteles, como el producto Interlay de prioridad acústica que además aporta un gran confort a la pisada, el citado sistema TacTiles® y las barreras anti suciedad.

PROYECTO DE ÉXITO

HOTEL BARCELÓ RAVAL

En una de las áreas más carismáticas de la Ciudad Condal, el Raval, se erige una torre elíptica que rezuma diseño por los cuatro costados. Se trata del Hotel Barceló Raval, cuya particular estructura oval, recubierta por una piel de malla metálica de acero inoxidable, y su cuidado diseño interior, simbolizan la transformación urbanística de una zona histórica de la ciudad. Para su creación, el arquitecto del Grupo Barceló, Josep María Blanco contó con la colaboración del estudio mallorquín CMV Arquitectes y los reconocidos interioristas Jordi Galí y Carles Grauches. Interface, líder mundial en fabricación de innovadores pavimentos textiles modulares, contribuyó a la materialización del proyecto emblemático gracias a su experiencia en el sector y a las infinitas opciones de diseño, textura y colorido que ofrecen sus productos.

Concretamente, el área de reunión del hotel, formada por cuatro salas, así como la zona lobby y los pasillos de acceso a las habitaciones se revistieron con un total de 1.300 m² de producto Black and White. La instalación de esta referencia de Interface logró reforzar la apuesta del original hotel por la vanguardia del diseño, tanto estética como por el uso de materiales. Black and White es un producto sobrio que consigue un aspecto continuo, sin que se visualicen las juntas de separación entre las losetas. El equipo de interioristas eligió este producto por su singularidad en el mercado, su excelente confort de pisada gracias a su pelo cortado, y por la garantía de resistencia al uso que ofrece Interface.

Acústicamente, el pavimento textil se consideró la solución óptima para las zonas de paso con mayor tránsito, como son los pasillos, ya que la loseta absorbe los impactos y evita la propagación de los ruidos. Una peculiaridad del proyecto de interiorismo



Barceló Raval. Interiorista: Jordi Galí
Responsable Interiorismo: Carles Grauches



Barceló Raval. Interiorista: Jordi Galí
Responsable Interiorismo: Carles Grauches

del hotel consistió en que los números de las habitaciones se hicieron troquelando la loseta textil en forma de número y se usaron cajas retroiluminadas para que proyectaran luz por debajo. El fácil mantenimiento de la loseta de Interface, que permite sustituir en menos de 30 segundos una loseta afectada por otra nueva sin necesidad de personal especializado, es otra de las características que hacen único este tipo de pavimentos y que se valoró muy positivamente teniendo en cuenta el elevado tránsito que sufren algunas zonas.

El equipo de arquitectura e interiorismo trabajó intensamente en el diseño de interiores del hotel para evitar fórmulas estereotipadas y poder realzar mediante el uso de elementos dotados de personalidad tanto el atractivo del hotel cilíndrico como la del Raval como espacio único de Barcelona.



Barceló Raval. Interiorista: Jordi Galí. Responsable Interiorismo: Carles Grauches

URBAN RETREAT

Interface lleva la naturaleza a los espacios urbanos con su nueva colección global

A la vanguardia del diseño, Urban Retreat se inspira en la instintiva atracción que los hombres sienten hacia la naturaleza y todo lo relacionado con ella, ciencia que se conoce como biofilia. La colección se presenta en tres diseños distintivos y es una elegante solución para cualquier entorno urbano que busque crear en el interior una conexión con el exterior. Urban Retreat incluye una amplia variedad de pavimentos textiles resistentes y duraderos, preparados para soportar una alta densidad de tráfico durante mucho tiempo. La colección está disponible en tres estilos distintos con una amplia oferta de colores y las losetas pueden combinarse entre sí para crear un ambiente interior único y relajante.



Urban Retreat, Interface Hispania