



Fotos: Hoteles Catalonia

una amplia suite con terraza privada y piscina exterior. Cada una es única ya que corresponde a uno de los diferentes destinos Vueling. Las estancias que componen el hotel están ilustradas mediante una espectacular fotografía que preside cada habitación, dotando al espacio de una personalidad propia.

El recinto ofrece, además, una particular suite que recibe el nombre de “Barcelona” con una exclusiva terraza de más de 45 m² con vistas a la Ciudad Condal, salón y todas las necesidades para que los huéspedes disfruten de una estancia inmejorable.



De igual manera, el hotel cuenta con un servicio de restauración con cocina nacional e internacional con desayuno, comida y cena, y hasta servicio de catering para pedir en la habitación con el fin de cenar de una manera relajada en un ambiente íntimo.

El Gourmet A-320, es un original bar-restaurante que cuenta con una estética idéntica a la de un avión comercial, donde la zona destinada al servicio de desayunos recuerda la imagen de una terminal. Ventanillas con vistas al vacío y la imagen de una sala de control convierten a los comensales en

“...hemos ambientado el hotel con la imagen corporativa de Vueling jugando con sus colores, el amarillo y el gris...”

auténticos pasajeros. Se sitúa a escasos metros de la recepción, la cual imita a los mostradores de embarque con sus respectivas cintas transportadoras de maletas y pantallas de visualización de información, permitiendo el acceso tanto a huéspedes como a transeúntes. Estas originales instalaciones se complementan con una zona de fitness y una piscina exterior con área de solárium.

Otra de las zonas comunes se encuentra situada en la planta inferior del hotel, la Terminal, un espacio polivalente destinado, principalmente, al servicio de desayunos. Es uno de los espacios más singulares del establecimiento debido al espectacular trampantojo que la artista Cristina Sempere ha plasmado en sus paredes. En esta obra la artista barcelonesa, ganadora de numerosos premios, además de autora y colaboradora habitual de Hoteles Catalonia, ha unificado la torre de control de la Terminal 1 del aeropuerto de Barcelona, el Prat, con el edificio principal de la Terminal 2, ofreciendo a los clientes unas vistas privilegiadas de las pistas de aterrizaje.



Guillermo Vallet

Director de Operaciones de Hoteles Catalonia



Foto: Guillermo Vallet

Termina de inaugurarse en el centro de Barcelona el primer Hotel Vueling by HC, fruto de la alianza de Hoteles Catalonia y la compañía aérea Vueling, pero... ¿a qué obedece esta estrategia por parte de la cadena hotelera? ¿Qué principales acuerdos se han establecido entre ambas compañías?

Obedece a una estrategia principalmente de diferenciación, entendemos que hoy en día la diferenciación, en cualquier tipo de aspecto, es lo que ayuda al final a no ser un hotel commodity, y tener que acudir a la ‘guerra de precios’. A parte de esto, como cadena buscábamos el hecho de intentar diferenciarnos respecto de otros hoteles. Nos favorece el ir con una marca como Vueling, con todo el poder de marca que tiene y las sinergias que nos ofrece, al encontrarse de alguna manera en el mismo sector, ya que ellos transportan pasajeros que requieren servicios de alojamiento; entendimos por ello que era un partner muy bueno y nos ayudaría en toda la sinergia y comercialización.

Actualmente nosotros tenemos 24 hoteles en Barcelona, si contamos el Hotel Renaissance Barcelona Fira, y este año acabaremos con 26 hoteles en la Ciudad Condal, por lo que también es una idea de canalización, es decir, quizás con tanta oferta de hotel Catalonia puede haber a gente que no le encaje, de esta

forma segmentamos un poco más nuestra oferta que es más diversa.

Los acuerdos adquiridos con Vueling son confidenciales, pero sí que podemos decir que ha ido en el ámbito de la licencia de marca, apoyado por parte de Vueling a nivel de comercialización y conceptualización de lo que es el hotel. Vueling nos ofrece todas sus plataformas para comercializar, tanto en su web, como cuando alguien vuela con destino a Barcelona. Por ejemplo, dentro de su email de confirmación también se le ofrece los servicios del hotel.

Tras una inversión de 13 millones de euros, que han permitido rehabilitar un edificio y crear un nuevo concepto de hotel, ¿qué principales características distinguen la propuesta de las tradicionales? ¿será el nuevo Hotel Vueling

BCN by HC el prototipo extrapolable de la nueva enseña?

La característica que pueden distinguir a este hotel, aparte de que lo hemos ambientado con la imagen corporativa de Vueling jugando con sus colores, el amarillo y el gris, es que lo hemos tematizado mucho a nivel del sector aéreo y todo lo que esto conlleva.

La recepción imita a un Check-in de aeropuerto, el bar es una cabina de avión, en la sala de desayunos parece que te encuentres dentro de la terminal, ya que todas las paredes están pintadas imitando a la pista de aterrizaje y despegue. Y aparte, cada habitación es un destino, que aparece representado en el cabecero, lo que hace que cada habitación sea única; Vueling tiene más de 100 destinos y nosotros en este caso estamos hablando de 63 habitaciones, por lo tanto, 63 destinos.

Un viaje, en muchos casos, se compone del transporte y del alojamiento, y digamos que esta propuesta complementa e integra todo el ámbito de lo que es la estancia. El prototipo es extrapolable, por supuesto que sí; porque esa es la idea, la de no quedarnos solo con este hotel, sino desarrollar la cadena de hoteles Vueling by HC.

¿Qué magnitudes tiene el hotel? (superficie, número de habitaciones, empleados, ocupación...)

Como ya he comentado anteriormente, el hotel se compone de 63 habitaciones, existen diferentes tipologías de habitaciones, tenemos las habitaciones superiores, superiores con terraza, también tenemos varias junior suites y

Foto: Guillermo Vallet, Xavier Trias (Alcalde de Barcelona) y Josep Pique (Presidente de Vueling)



la suite que corresponde al destino Barcelona, que tiene una terraza muy grande y un jacuzzi, en definitiva es una habitación muy especial.

El hotel también dispone de una terraza con piscina, en el patio de manzana, y también de un amplio gimnasio, en el cual el cliente puede encontrar una parte destinada al fitness, con maquinaria de musculación y una parte de cardio, donde pueden encontrar bicicletas estáticas, cintas de correr, elípticas, etc., todas ellas dotadas de televisión incorporada.

En cuanto al número de empleados estamos hablando de en torno a 25 - 30 empelados, esperamos tener una ocupación media del 80%.

¿En qué consiste la estrategia de marketing y comunicación de este nuevo concepto de hotel? ¿qué soportes y medios requiere?

Para todo lo que es el servicio de alojamiento, que es nuestro negocio principal, nos vamos a apoyar mucho en la marca Vueling y en todo lo que ellos hacen, que es mucho, a nivel de imagen de marca, generándonos así mucha sinergia.

Vueling va a aprovechar toda su plataforma para hacer publicidad del hotel, que también estará dentro del programa puntos de la compañía, un programa de fidelización. En el hotel, por estancias, si vienes a través de la web propia de Vueling by HC, a través de Vueling, a través de la web de Hoteles Catalonia o si vienes directamente, el cliente podrá obtener puntos. Se le dotará de un punto por cada dos euros gastados en el hotel, en concepto de alojamiento. También el cliente podrá redimir puntos en el hotel. Al igual, desde el programa de puntos, también se harán campañas enfocadas a todos los clientes, para que conozcan este servicio que ofrece puntos, y hacerles saber que se pueden redimir estos no solo en los vuelos sino también en el hospedaje.

En cuanto al tema de restauración, hemos abierto un bar-restaurant que tiene forma de avión, que le hemos llamado el Gourmet A320, que es la marca de avión más utilizada por Vueling, Airbus A320. Este establecimiento lo enfocamos tanto para los clientes que se alojan en el hotel como también para el

publico externo. Es un bar/restaurant con una oferta de comida variada, sencilla y divertida, como hamburguesas, tapas, etc. Cada semana el menú se dedica a un destino diferente y, por lo que llevamos comprobado desde el pasado 15 de marzo que llevamos abiertos, de momento está teniendo muy buena aceptación y gustando mucho.

¿Qué principales objetivos se ha marcado Hoteles Catalonia con este nuevo establecimiento? (ocupación, facturación, crecimiento a corto y medio plazo)

Nosotros en cuanto a cifras, como ya he comentado anteriormente, nos estamos marcando obtener una ocupación media del 80% y, en cuanto a precio, vamos a intentar llegar a un precio medio mínimo de 120 € netos (solo habitación).

La categoría de este hotel es de cuatro estrellas, pero no estamos cerrados a una categoría de tres estrellas en futuros establecimientos de la enseña, ya que la barrera entre tres y cuatro estrellas es muy pequeña y también depende mucho de la Comunidad Autónoma.

¿Conoceremos próximas aperturas en breve de Hoteles Vueling? ¿serán rehabilitaciones, o construcciones nuevas?

Hemos hablado con la compañía aérea, para que el proyecto no se quede solo en un hotel; la idea es desarrollar la cadena de hoteles Vueling, pero también queremos testar, por ambas partes, como funciona este hotel y cual es el recibimiento por parte del mercado.

Obviamente, nuestras expectativas son altas, pero debemos de ser prudentes y también dejar ver cuál es la evolución. La idea es crecer, tenemos varios destinos donde tenemos hoteles que podríamos rehabilitar e incorporar dentro de la marca Vueling, y estamos abiertos a hacer una expansión de nuevos hoteles. Al igual estamos buscando oportunidades tanto nacionales como internacionales, dentro de los destinos donde vuela Vueling, para así desarrollar la cadena, pero todo esto es difícil de prever.

¿Por último, ¿qué percepciones debe transmitir el Hotel Vueling BCN by HC? ¿Por qué deben regresar sus clientes?

Como la base es la diferenciación, al huésped hemos de intentar transmitirle que es un hotel diferente, que realmente le aporta algo... que no solo ha venido a dormir.

Aprovechando, un poco, el slogan actual que tiene Vueling 'Love the way you fly', (amar la manera de volar), lo que intentamos es que el cliente tenga una experiencia, no una simple estancia. Obviamente se encuentra con un hotel que es moderno, que le ofrece diferentes servicios para que su experiencia sea completa; disponemos de piscina para que el huésped pueda disfrutar de ella, también ofrecemos un servicio completo de gimnasio y un servicio de restauración cómodo y fácil, con una oferta gastronómica sencilla, pero a la vez completa y a buen precio.

Un punto muy importante en el que estamos trabajando, y en el que nos estamos volcando, es en el servicio; intentamos que el cliente se encuentre que los anfitriones que los reciben, y les tratan durante toda su experiencia, son proactivos y están para ayudarles; no queremos recepciones meramente burocráticas, sino que estamos trabajando y ofreciendo formaciones para que el recepcionista ofrezca al cliente un recibimiento fabuloso y le acompañe durante toda su experiencia.



Foto: Freixanet Saunasport

Construcción y equipamiento de Spas: Mejorando el valor del Hotel

Empleados para realizar tratamientos purificantes y terapéuticos, los spas, son elementos que emplean el agua para ayudar a mejorar la forma física y mental. En los últimos años, se ha producido un incremento del turismo de salud, posicionándose como la gran oportunidad para relajarnos de la vida tan ajetreada que llevamos actualmente. Estos establecimientos, creando un espacio increíble al que dotan de los máximos detalles, consiguen adaptarse a las distintas necesidades de los usuarios, mejorando, su calidad de vida

En la actualidad, el exceso de estrés unido a la vida ajetreada a la que estamos acostumbrados, han hecho que se produzca un incremento tanto del cansancio físico como mental de las personas, sobre todo en las grandes ciudades, unido, además, al poco tiempo que nos queda libre para poder disfrutarlo y descansar lo necesario, hacen que, siempre que podemos pensemos en desconectar. Para poder cubrir la necesidad de desconectar y aislarnos de todo lo mundano, se ha puesto de moda, en estos últimos años, el turismo de salud, posicionándose como la gran oportunidad para relajarnos, otorgándonos un momento de bienestar, además de salud. Para ello, surgen los spas, convirtiéndose en los dueños de esta oferta, integrados en paisajes naturales increíbles o simplemente dentro de la gran ciudad, donde se cuida