

Javier García

Director H10 Metropolitan, Barcelona



Javier García, Director H10 Metropolitan, Barcelona

¿Qué principales condicionantes ha tenido la transformación de un edificio histórico de Barcelona en el hotel H10 Metropolitan?

El principal condicionante que ha habido, a la hora de construir el hotel, es que tanto la fachada principal como la posterior se han tenido que mantener, ya que se trataba de una fachada de interés histórico cultural. Por el resto el edificio se derribó por completo en su interior y se ha construido de nuevo siguiendo el proyecto de arquitectura.

Al ser un edificio situado en la céntrica Rambla de Catalunya, tanto los vecinos como turistas se acercan para contemplar la decoración del Hotel.

¿Qué tipo de características comparte con el resto de establecimientos de la enseña? ¿Qué distingue un hotel de la cadena H10 Hotels de sus competidores?

Como establecimiento de H10 Hotels comparte con el resto la personalidad del edificio y del diseño,

los altos estándares de calidad, servicio personalizado y trato amable al cliente.

Precisamente estos puntos son los que hacen un hotel de H10 Hotels diferente a la competencia; cada hotel se visualiza como un hotel individual a la hora de diseñarlo teniendo en cuenta el destino, edificio en el que se ubicará, cultura,... Además H10 Hotels es una cadena que cuida al máximo los



Foto: H10 Metropolitan



Pensando en ti

detalles y tiene como objetivo ofrecer un servicio personalizado a cada uno de nuestros huéspedes.

H10 Hotels fue una de las primeras cadenas en ofrecer Wi-Fi gratuito en todo el hotel. Ahora en el H10 Metropolitan, así como en otros hoteles de la cadena, se están incorporando como standard las cafeteras Nespresso con cápsulas gratuitas en todas las habitaciones, botellas de agua de cortesía, albornoces y zapatillas en los hoteles de categorías superiores,... todo tipo de detalles para que cuando un cliente entre en su habitación se sienta cuidado y mimado.

¿Cuál es el perfil del huésped ideal hacia el que va enfocado el "H10 Metropolitan"? ¿por qué se ha buscado este perfil?

El cliente del H10 Metropolitan es un cliente experimentado, principalmente internacional, que visita Barcelona por ocio, es un gran apasionado del diseño y es exigente con el servicio que recibe.

Desde los inicios del proyecto del hotel, teniendo en cuenta las instalaciones que el establecimiento ofrecía y el diseño, se pensó en ofrecer un servicio



JUNG
MADE IN GERMANY

Dulces sueños

La nueva Smart Radio con modo noche y despertador

Dormir tranquilo y despertar puntualmente: La Smart Radio oscurece su display por completo por la noche, e incorpora la función sleep y el despertador. Su display con botones táctiles, el funcionamiento RDS, entrada de control y entrada AUX redondean la solución. Naturalmente, con el diseño de JUNG.



JUNG ELECTRO IBERICA, S.A. | www.jung.de/es

de alto nivel acorde con lo que el hotel podía ofrecer. Por este motivo, los servicios del hotel se dirigen a este cliente de alto poder adquisitivo.

¿Qué principales espacios son los más destacados en el hotel H10 Metropolitan?

En el hotel destacan principalmente la zona de recepción y bar en la planta principal. Son espacios muy amplios y eclécticos pero, a su vez, muy acogedores.

También destaca la zona de terrazas; el hotel tiene una terraza en la planta principal con bar y piscina, una amplia terraza solárium en la primera planta y otra terraza solárium con plunge-pool en la última planta con vistas sobre la ciudad de Barcelona.

El espacio The Library anexo al lobby del hotel tiene muy buena acogida ya que es un espacio polivalente donde poder hacer reuniones que salgan de lo convencional.

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

El hotel tiene aproximadamente 3.500 m² de superficie útil, 85

habitaciones divididas en 5 categorías diferentes (Habitaciones individuales, Habitaciones Dobles, Habitaciones Superiores, Habitaciones Superiores con Terraza y Habitaciones Deluxe con Jacuzzi en la terraza).

La ocupación media prevista para el 2015 es del 80% y el hotel tiene una plantilla variable de unos 45 empleados.

En la decoración del establecimiento se ha elegido seguir un diseño inspirado en la Barcelona Industrial del siglo XIX, ¿a qué se ha debido esta elección? ¿Qué características aporta esta decoración?

El diseño es del Lázaro Rosa-Violán, él fue el que tuvo la idea inicial y en todo momento fue de gran aceptación.

Principalmente, en la zona del lobby y bar podemos encontrar numerosas piezas decorativas de motivos fabriles. Además, la forma en que están pintadas las paredes, algunas ventanas con forma redonda y lámparas y esculturas, le dan al hotel un toque industrial.

En las habitaciones encontramos también lámparas de modelos diferentes diseñadas todas ellas recordando piezas industriales y un mural de madera y cerámica a modo de cabezal.



Foto: H10 Metropolitan

¿Cuáles son las expectativas que se tienen a corto y medio plazo? Y, ¿qué se espera de su gestión?

Las expectativas siempre son mejorar, sobretodo en satisfacción de cliente. Actualmente el hotel se ha posicionado con muy buenas críticas y esto nos hace estar realmente orgullosos, pero siempre con la mirada puesta en cuidar a nuestros huéspedes y en la mejora continua, tanto en el servicio como en el mantenimiento.

Por último, desde su apertura qué sensaciones transmite el H10 Metropolitan a los usuarios que han pasado por el establecimiento?

Tal y como hemos comentado más arriba, en poco tiempo, el H10 Metropolitan se ha posicionado entre los 20 mejores hoteles de Barcelona en webs como TripAdvisor y nuestras propias encuestas de calidad también nos indican el alto grado de satisfacción.

En general, a los huéspedes les encantan las instalaciones y el diseño del hotel pero destacan, por encima de todo, el trato recibido por los empleados del mismo, lo que realmente nos hace sentirnos muy orgullosos de la labor que desempeñamos.

Foto: H10 Metropolitan



GUILLERMOMARÍN
SPA WELLNESS INTERNATIONAL MANAGER

*20 años de termalismo
al servicio del bienestar.*

"Durante todo este tiempo desarrollando labores de consultoría, formación, construcción y dirección de centros spa, wellness y balnearios siempre he tenido clara la importancia de controlar los puntos clave de la cadena de valor para poder afrontar cada proyecto con éxito."

www.guillermomarin.es · info@guillermomarin.es