

Román Kriedemann Director Vincci The Mint



Román Kriedemann. Director Vincci The Mint

El nuevo edificio sigue la apuesta que ha realizado la cadena por la recuperación de edificios históricos, ¿por qué se ha decantado, la cadena, por este estilo? ¿Qué valores aporta?

En Vincci Hoteles siempre hemos apostado por operar establecimientos en localizaciones privilegiadas y, sobre todo, en edificios emblemáticos. El objetivo es recuperar en las ciudades edificios arquitectónicos que han caído en desuso para dotarlos de vida y volver a integrarlos en la ciudad.

Intentamos trasladar la esencia de los destinos a nuestros hoteles y, sobre todo, pretendemos huir de un modelo estandarizado para que nuestros huéspedes puedan disfrutar de experiencias únicas en cada uno de nuestros establecimientos.

Además, apostamos por hoteles de tamaño reducido con un concepto más boutique con el objetivo de poder prestar un servicio más personalizado.

¿Podía resumirnos las magnitudes que tiene "The Mint"? (número de habitaciones, empleados, volumen de negocio...)

The Mint tiene 88 habitaciones, que están repartidas en: 8 Deluxe, 40 Deluxe

con vistas a Gran Vía, 20 habitaciones Superiores, 4 con terraza y 20 Junior suites, algunas de ellas con terraza de hasta 40m². La plantilla la formamos un equipo humano de 40 personas y nuestro objetivo para este primer año es superar los 3 millones de euros de facturación.

¿Qué tipo de características comparte con el resto de establecimientos de la enseña?

Su apuesta por la calidad del servicio.

Se trata de un 4 estrellas, al igual que los otros cinco establecimientos que ya operábamos en la capital pero con una segmentación distinta. En Vincci The Mint hacemos una clara apuesta

por un servicio cercano y elegante, intentando anticiparnos a las posibles necesidades de nuestros huéspedes en todo momento.

Vincci The Mint ofrece un espacio social, con distintos ambientes donde, por ejemplo, no tenemos restricciones horarias para el desayuno, el cliente puede disfrutar de un exquisito desayuno a la carta, de un delicioso cóctel o de cualquiera de nuestros platos de la carta a cualquier hora del día, al mismo tiempo que escucha buena música.

Por supuesto, Vincci The Mint cumple todas las características propias de Vincci Hoteles. Todos nuestros establecimientos son exclusivos de 4 y 5 estrellas en el centro de las ciudades, poniendo especial énfasis en el diseño y mantenimiento de los establecimientos y, sobre todo, intentando ofrecer la mejor calidad de servicio. Para nosotros, la satisfacción de nuestros huéspedes es fundamental, vendemos ocio y no podemos defraudar al huésped que deposita en nosotros la confianza de pasar unos días de descanso o sus viajes de trabajo.

Nuestro objetivo ha sido siempre que nuestros huéspedes identifiquen la marca Vincci como hoteles de calidad. A diferencia de otras cadenas

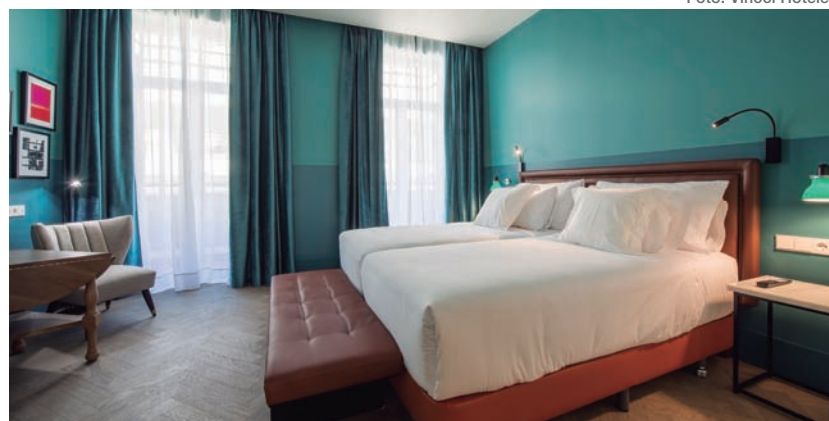
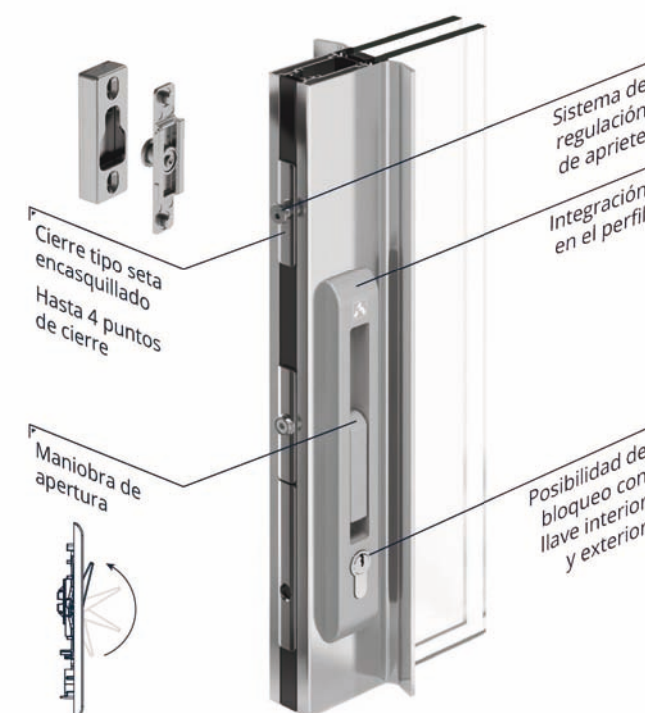


Foto: Vincci Hoteles

DETALLES QUE MARCAN LA DIFERENCIA



CORREDERA

COR VISION

Máxima luminosidad con diseño minimalista

ESTÉTICA

Versatilidad: posibilidad de embutir el marco perimetralmente, encuentros de hojas en esquina y rincón a 90° sin parteluz, apertura total del hueco en la versión galandage.

DIMENSIÓN

Admite hojas de hasta 2200 mm (L) x 3000 mm (H). Permite cubrir huecos de más de 13 m de ancho en composiciones de 6 hojas.

SEGURIDAD

Posibilidad de cierre con llave (bloqueo interior y exterior). Hasta 4 puntos de cierre tipo seta encasquillados.



SISTEMAS DE ALUMINIO Y PVC PARA LA ARQUITECTURA

hoteleras, decidimos no estandarizar nuestro producto ofreciendo hoteles homogéneos, sino que planteamos que cada uno de nuestros hoteles fuera distinto en cuanto a diseño y personalidad.

¿Cuáles son las expectativas que tiene la Cadena, con respecto al hotel, a corto y medio plazo? ¿Qué se pide de su gestión?

El objetivo número uno a corto plazo es posicionar el hotel entre los mejores establecimientos de Madrid ofreciendo un producto diferente. Para ello, intentamos sorprender al cliente en todo momento con pequeños detalles, haciendo que su estancia se convierta en una experiencia inolvidable. Esto nos permitirá acceder a ese viajero que busca un hotel que no le deje indiferente, que se salga de un cuatro estrellas habitual pero sin la rigidez de un cinco estrellas. En definitiva, todo aquel que busca vivir una ciudad y no solo visitarla.

¿Qué le distingue de sus competidores en la zona? ¿Por qué el usuario debe decantarse por su hotel?

Vincci The Mint es un concepto innovador y vanguardista firmado por el interiorista Jaime Beriestain, acorde con las nuevas tendencias en hostelería.

La tradicional recepción no tiene cabida en nuestro alojamiento, donde la experiencia comienza realizando el check-in en una barra de bar, en un ambiente relajado y distendido, en el que se pueden realizar todas las gestiones de tu estancia de forma rápida mientras disfrutas de un refresco o un cóctel en este peculiar bar.

Asimismo cada rincón del alojamiento pretende crear un entorno diáfano y social que permita a sus huéspedes disfrutar desde su interior de todos los atractivos de la Gran Vía madrileña. Es un hotel único, como lo es por ejemplo

su terraza, en la que se puede tomar un tentempié o una bebida en el foodtruck instalado en este espacio. Además de todo esto, una de las principales cosas que nos distingue es nuestro personal. Ellos son los que definitivamente aportan el carácter, la frescura y la cercanía que nos caracterizan.

En la decoración del establecimiento se ha seguido el concepto “Fresh&Music”, ¿en qué consiste esta tipología? ¿A qué se ha debido esta elección? ¿Qué transmite esta decoración a los huéspedes y visitantes?

El concepto de decoración pretende que cada rincón del hotel esté inundado por la frescura de la menta y acompañado de la mejor música.

El hilo conductor son los tonos verdes y turquesas de la menta y cada rincón permite a los huéspedes disfrutar de un pedacito de la atractiva Gran Vía madrileña, donde poder relajarse con buena música y con un delicioso cóctel o un exquisito bocado de mano de nuestro atrevido chef.

La idea es que Vincci The Mint sea algo más que sólo un hotel y que se convierta en un punto de referencia tanto para el viajero como para el

madrileño. Muy pronto tendremos jornadas gastronómicas en nuestra Food Truck, sesiones de reconocidos DJs, interacciones con reconocidos cocteleros, o Full Monty Breakfasts en nuestra maravillosa terraza, The Mint Roof, que acaba de abrir sus puertas.

Por último, desde su apertura qué sensaciones transmite el Vincci The Mint a los usuarios que han pasado por el establecimiento?

La primera sensación del huésped al entrar al hotel es de sorpresa, no lo identifican con el clásico lobby de un hotel y es nuestro botones quien tiene que indicarles dónde le esperamos para darle la bienvenida al hotel y darle la llave de su habitación.

Mientras se registra nuestro barman le prepara el cóctel The Mint para que comiencen a saborear la experiencia The Mint.

Estamos consiguiendo nuestro objetivo de transmitir sensaciones como frescura, ambiente acogedor, diferente, divertido... en definitiva, un cóctel “fresco” 100% para que el cliente viva una experiencia completa en una de las capitales más elegantes a la vez que canallas de Europa.

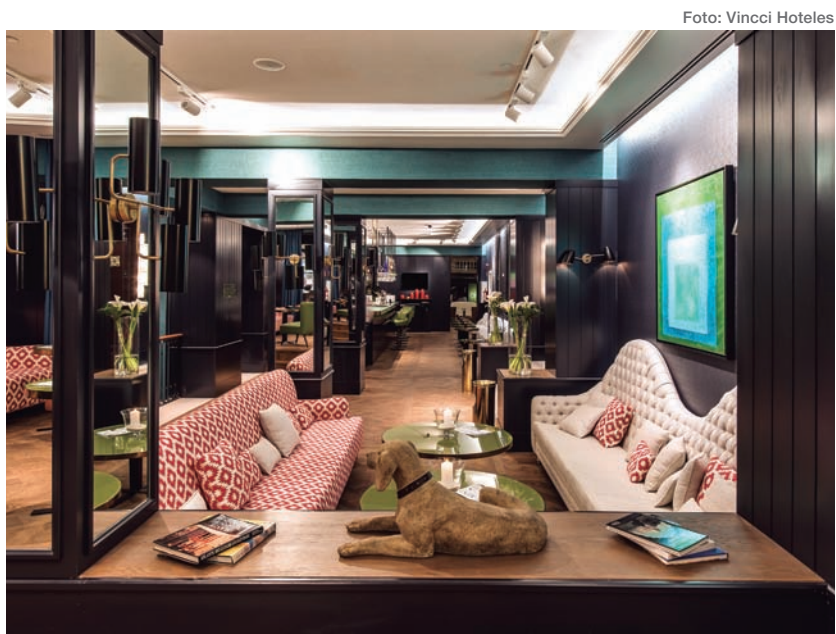


Foto: Vincci Hoteles

Hostelco afianza su liderazgo nacional y aumenta su oferta en equipamiento

Hostelco, el salón del equipamiento, maquinaria y servicios para hostelería y colectividades, ampliará su oferta con nuevos sectores y programas especiales dirigidos a los compradores para consolidar el negocio y dinamizar el mercado nacional, cada vez más activo gracias al buen comportamiento del turismo. Junto al Fòrum Gastronòmic y al Congreso de Restauración Colectiva, Hostelco integrará la Barcelona Hosting Week, una iniciativa que durante cuatro días convertirá Barcelona en la capital del hospitality.

Del 23 al 26 de octubre el mundo del hospitality estará representado al completo en el recinto de Gran Vía de Fira de Barcelona en el marco de la segunda edición de la Barcelona Hosting Week, presentando una gran plataforma sectorial de la industria gastronómica que incluirá toda la cadena de valor del sector, desde el equipamiento hasta la elaboración y distribución del producto.

Junto a Hostelco se celebrará el Fòrum Gastronòmic, el encuentro culinario de referencia que en esta ocasión se centrará en el ‘universo del dulce’ y que contará con la presencia de Oriol Balaguer, Christian Escrivà, Jordi Butron o Xano Sagner, entre otros. Además, también participarán reconocidos chefs como Jordi Cruz, Carme Ruscalleda o los hermanos Torres. Todos ellos realizarán talleres y demostraciones para mostrar las nuevas tendencias y técnicas a los profesionales y al usuario final. Los eventos coincidirán además con el Congreso de Restauración Colectiva, el único dedicado exclusivamente a la restauración social que celebra su segunda edición.

Por su parte, Hostelco -organizado por Fira de Barcelona y la Federación Española de Asociaciones de Fabricantes de Maquinaria para Hostelería, Colectividades e Industrias Afines (FELAC)- celebrará su 18ª edición con la mayor oferta de productos y servicios de las principales empresas del sector, el 20% de las cuales serán internacionales.

En el certamen se mostrarán las novedades de 11 sectores, el más representado de los cuales será el de equipos y maquinaria de hostelería. Les siguen los ámbitos de Menaje y servicio de mesa; Gestión, control informática y seguridad; Textil y uniformes; Empresas de servicio; Mobiliario y decoración; Limpieza, equipos y productos para lavandería, tintorería, higiene y limpieza en general, y el Área Café, además de los nuevos sectores de Pastelería, Panadería y Heladería.

Importante presencia de compradores estratégicos

Atendiendo a la demanda del sector, Hostelco 2016 se ha focalizado en la atracción de compradores estratégicos como son los distribuidores nacionales y las cadenas hoteleras y de restauración. En este sentido, se ha diseñado un programa dirigido a los distribuidores clave nacionales, con facilidades e incentivos para impulsar su presencia en el salón. Asimismo, se han organizado actividades diversas, diseñadas ‘ad hoc’, como la ‘ruta de innovación’, un recorrido por los restaurantes, coctelerías, hoteles o cafeterías de Barcelona que han aplicado ideas, servicios o sistemas de gestión innovadores en soluciones tecnológicas, equipamiento o uso de los recursos. Los establecimientos serán seleccionados por los “trend hunters” del salón, un equipo de bloggers y periodistas especializados, expertos en identificar las tendencias en hospitality más en boga en el mundo.

Otra novedad de la edición 2016 serán los ‘Hostelco Meetings’, unos encuentros B2B (Business to Business) coordinados por el salón que tendrán lugar entre el 24 y 25 de octubre entre los expositores y los representantes de 50 importantes cadenas españolas e internacionales de hoteles, restaurantes y facility management (gestión de servicios). Una ocasión única que Hostelco pone a disposición de sus clientes para favorecer el negocio directo entre cadenas hoteleras y empresas proveedoras de equipamiento de modo simple y eficaz.

La Plaza, nuevo epicentro de las actividades del salón

Los nuevos sectores de panadería, pastelería y heladería serán los protagonistas de ‘La Plaza’, un nuevo espacio que acogerá actividades relacionadas con estos productos para dar a conocer cómo conseguir nuevos sabores, texturas y técnicas sacando el máximo rendimiento a todas las prestaciones que ofrecen los equipos proporcionados por las empresas expositoras del salón.

Participarán los prestigiosos pasteleros Carles Mampel y David Pallás, que llevarán a cabo talleres y conferencias sobre nuevas técnicas, chocolate y decoración de bombones. Paralelamente, los especialistas en panadería Francesc Altarriba y Pere Fabregat divulgarán las cualidades de este alimento y explicarán además en qué consiste la figura del ‘pannier’, el profesional que sugiere los mejores maridajes entre los diferentes platos y el tipo de pan que mejor los acompaña.

Por su parte, los italianos Filippo Bano y Beppo Tonon, ‘maestri gelatai’ muy conocidos dentro y fuera de su país, se encargarán de difundir la cultura del helado presentando sus múltiples combinaciones con fruta o con productos de horno como pan, galletas o bizcochos, tanto dulces como salados. Y un año más, no podía faltar en Hostelco el Área Café, que acogerá la 11ª edición del Campeonato Nacional de Baristas así como catas, degustaciones y conferencias sobre este producto.

El mercado nacional, factor clave del cambio de tendencia

Las 126 empresas integradas en la Federación Española de Asociaciones de Fabricantes de Maquinaria para Hostelería, Colectividades e Industrias Afines, FELAC, alcanzaron en 2014 una facturación global estimada de 1.306 millones de euros, un 8% más que en 2013. Según el estudio, realizado a finales de 2015 por FELAC, los fabricantes españoles, acostumbrados al crecimiento de su comercio exterior durante los últimos años, vieron cómo el mercado interior despegó en 2014. Este cambio de tendencia, fruto en parte del buen comportamiento del turismo, es actualmente clave en el sector. Según el presidente de Hostelco y de FELAC, Jordi Roure, “las empresas han incrementado sus ventas nacionales en los dos últimos años del orden de un 10% anual gracias a la recuperación del mercado, marcando un claro cambio de tendencia que Hostelco, como plataforma estratégica del sector, pretende fortalecer”.

