



Foto: Helena Montes (CMV Architects)

Helena Montes

CMV ARCHITECTS

CMV Architects es un estudio reconocido por su excelencia en diseño arquitectónico y de interiores que cuenta con una trayectoria que abarca proyectos emblemáticos como el Hotel Barceló Raval en Barcelona y la Hei Tower en Hanoi. En esta ocasión, Helena Montes comparte su perspectiva única sobre el enfoque de CMV y los principios que guían su trabajo. En esta entrevista, exploraremos su visión sobre la integración de la sostenibilidad, la innovación y la identidad del cliente en cada proyecto, así como las tendencias emergentes que están moldeando el futuro del diseño arquitectónico y de interiores.

¿Podrían contarnos brevemente sobre la historia y la trayectoria de CMV Architects?

CMV es un Estudio de arquitectura e interiorismo que nació hace 25 años de la mano de Andreu Crespí y Pep Vich, al que se fueron incorporando paulatinamente como socios Helena Montes, Tolo Cursach, Lluís Escarmís y, recientemente, Rubén Bermúdez. Dispone en estos momentos de 4 oficinas abiertas en Palma de Mallorca, Barcelona, Lanzarote y Ho Chi Minh City. Esta última se abrió hace 15 años tras ganar un concurso internacional en Vietnam, que nos permitió consolidarnos como uno de los despachos internacionales más destacados de ese país, trabajando en todo el sudeste asiático.

¿Cuál es la filosofía o enfoque principal que guía su trabajo como arquitectos?



Foto: Ysalikavak Marina & Sunset Hospitality Group



Tork rediseña la experiencia global de higiene para mejorar el rendimiento comercial

La higiene ya no es sólo una cuestión básica. De hecho, la pandemia y la crisis climática han provocado que los clientes, con una marcada orientación hacia la sostenibilidad, sean más exigentes que nunca con la higiene y su experiencia personal. Según estudios internos de la marca Tork, 6 de cada 101 personas afirman que la limpieza es más importante desde la epidemia mientras que el 90% también considera clave un enfoque más sostenible.

Hoy en día la higiene se ha convertido en una forma de mejorar el rendimiento comercial. Tork, la marca de higiene profesional de la multinacional Essity, lleva más de 50 años rediseñando la experiencia global de la limpieza profesional para optimizar el negocio, mejorar la satisfacción en el lugar de trabajo y aumentar la eficacia de los procesos higiénicos.

Optimizar el negocio

Tork, líder mundial en higiene profesional, va un paso por delante para que el negocio prospere, ofreciendo un servicio integral, con los conocimientos, productos y servicios adecuados, que ayudan a mejorar los resultados comerciales. En este sentido, ha presentado recientemente Tork Workflow™, un nuevo servicio de consultoría profesional para restaurantes y negocios hosteleros que ayuda a garantizar un entorno higiénico y sostenible desde la cocina hasta los aseos, pasando por la zona comunes de atención al público, al tiempo que mejora la eficacia operativa y reduce los costes.

MEJORAR LA SATISFACCIÓN EN EL LUGAR DE TRABAJO

En Tork sabemos que el bienestar es fundamental para el funcionamiento de una organización. La higiene, la salud y el bienestar están

estrechamente ligados. Invertir, por tanto, en la mejora de la higiene en el negocio y asumir el compromiso de cuidar a los trabajadores permite contar con un equipo de profesionales más saludables y motivados, con menos bajas por enfermedad, así como clientes y visitantes más satisfechos.

Tork tiene el objetivo de elevar los estándares de higiene para todos sus públicos. Su programa Tork Clean Care ayuda a mejorar la higiene de manos en el lugar de trabajo. Se trata de un tema importante para la marca, que desde hace varios años lleva a cabo campañas de sensibilización para mejorar el lavado de manos. Una buena higiene de las manos es, en efecto, un factor clave en la lucha contra las infecciones y la transmisión de virus.

AUMENTAR LA EFICACIA DE LA LIMPIEZA

Tork garantiza una limpieza de calidad, asegurando un nivel de higiene constante, con sistemas fáciles de reponer de gran capacidad, como Tork PeakServe®, que impide que el papel se acabe y da servicio a más usuarios entre recambio y recambio. Por otro lado, utilizando la limpieza basada en datos, con Tork Visión Limpieza, el personal puede saber cuándo y dónde es necesario limpiar y reponer. De hecho, reduce las quejas hasta en un 80%².



... Y todo desde un punto de vista más sostenible

La sostenibilidad afecta cada vez más a las decisiones que toman los consumidores en su vida cotidiana. De hecho, existe una correlación positiva entre las actividades sostenibles y sociales y los resultados financieros de las empresas. En base a esta premisa, Tork afronta el abordaje de la sostenibilidad desde tres pilares fundamentales:

- El bienestar, hacer más con menos y la circularidad.
- La vocación de asesoramiento a nuestros clientes para que mejoren sus resultados en materia de sostenibilidad. Los productos y servicios de Tork facilitan a los clientes una gestión sostenible de la higiene al reducir el impacto medioambiental en todo el ciclo de vida del producto: materiales

y embalaje, producción, producto en uso y residuos.

- La creación de valor para Tork, como empresa, para nuestros empleados, los clientes y la sociedad, en general.

Desde Tork nos hemos fijado ambiciosas metas que hacen especial hincapié en contribuir al bienestar, el consumo responsable y una sociedad circular. Y lo hemos hecho utilizando la innovación como palanca para el desarrollo de productos y servicios, orientados al bien común, que son mejores para el negocio y para el planeta. Al adoptar un enfoque circular, desde Tork diseñamos soluciones para reducir la huella de carbono y los residuos – como los dispensadores Carbono Neutro, o los Tork SmartOne® o Tork Reflex®, que reducen el consumo de papel hasta un 40%³.

Fuentes

- 1 Junio de 2022 Behaviorally - Investigación cualitativa y cuantitativa del segmento de oficinas con más de 600 encuestados en Norteamérica y Europa.
- 2 En función de los resultados documentados obtenidos por tres clientes de Tork Visión Limpieza, registrados antes y después de la implementación de Tork Visión Limpieza.
- 3 Basado en un estudio de mercado externo en los Estados Unidos y Europa, 2020.



Foto: Ysalikavak Marina & Sunset Hospitality Group

En CMV nos gusta diseñar, crear, resolver, nuevos retos. Somos pasionales y profesionales, a partes iguales. En cualquier lado del mundo, lo hemos demostrado, sabemos hacerlo. Y cumplimos con los compromisos acordados con nuestros clientes, creemos que es fundamental no perder el foco, la satisfacción de nuestros clientes es nuestra mejor carta de presentación.

¿Qué tipo de proyectos han sido los más destacados en su cartera y por qué?

Hay unos cuantos proyectos que han sido hitos en nuestro recorrido hasta hoy: el Hotel Barceló Raval, Edificio icónico en el Casco antiguo de Barcelona, la Hei Tower en Hanoi, Vietnam, el primer concurso internacional que ganamos, la casa London en Mallorca, por la repercusión que tuvo, y terminado recientemente otro hotel, el Barceló Playa Blanca en Lanzarote, el conjunto de edificios más grande que hemos hecho hasta ahora, con más de 100.000 m² construidos.

¿Cómo describirían el estilo distintivo de diseño de CMV Architects?

Foto: Ysalikavak Marina & Sunset Hospitality Group



Nuestro estilo es la satisfacción del cliente, tan sencillo como esto, dentro de un lenguaje contemporáneo irrenunciable, pero muy flexible. Esta flexibilidad sería nuestro rasgo más diferencial, cada proyecto responde a unas necesidades diferentes, tanto de programa/cliente como de entorno e influencia cultural... por tanto, nuestros proyectos sólo tienen en común un alto nivel de "diseño responsable", como nos gusta definirlo. Estas dos palabras abarcan mucho contenido, nos sentimos cómodos con ellas.

En particular, nos interesa conocer más sobre sus proyectos de interiorismo en hoteles. ¿Podrían compartir algunos ejemplos destacados y las principales consideraciones que tienen en cuenta al diseñar espacios hoteleros?

La línea entre la arquitectura y el interiorismo es muy difusa, y nos gusta desarrollar los proyectos de diseño de manera integral: CMV nació como un despacho de arquitectura, pero la especialización en el sector hospitality hizo que tuviéramos que colaborar con Interioristas para desarrollar completamente los proyectos... el paso a montar nuestra división propia de interiorismo fue muy natural, pero es reciente. Tenemos en marcha varios proyectos de Interiorismo, tanto de hoteles como residencial, destacando entre los terminados 3 restaurantes en Milán, uno en Ibiza y el Mett Hotel & Beach Resort, en Estepona. Y, por supuesto, no descartamos, y así lo estamos haciendo, colaborar con Interioristas que nos aporten valor.

¿Cómo abordan los desafíos específicos que implica el diseño de interiores para la industria hotelera en comparación con otros tipos de proyectos?

El interiorismo dentro del ámbito hotelero puede ser muy variado, sobre todo porque este se ha de adaptar al concepto propio del hotel, cadena hotelera, ubicación país y sobre todo adaptar a experiencia que se quiere transmitir, recalando este concepto de "experiencia", porque hoy en día, para nosotros, los proyectos de hoteles se han convertido en espacios de experiencia o espacios donde prima la transmisión

Foto: Ysalikavak Marina & Sunset Hospitality Group



GAGGIA
MILANO

la Dea



**BARISTA SOUL EVERYWHERE
AND ANYTIME**
DISEÑO Y FUNCIONALIDAD PARA LOCALIZACIONES PREMIUM



Foto: Ysalikavak Marina & Sunset Hospitality Group

de sensaciones, y es por eso que cada uno de ellos es un desafío diferente y especial, ya que se ha de tratar como un producto único y diferencial, ya que es lo que busca el cliente hotelero hoy en día: ser diferente.

¿Qué aspectos culturales, sociales o medioambientales influyen en su enfoque de diseño?

Las tendencias actuales son realmente infinitas, y por lo tanto la oferta de diseño actual es tan variopinta que definirse por alguna en especial sería no ser honesto. Para nosotros un proyecto de interiorismo debe aglutinar y satisfacer muchos aspectos, pero sobre todo ha de seguir un hilo conductor que permita mantener la historia del mismo, que permita mantener la fuerza del concepto de principio a fin, independientemente de que se vea impregnado de matices de la cultura del lugar, de las tendencias actuales y evidentemente de una materialidad armónica y sostenible en el tiempo, es decir una materialidad atemporal.

Foto: Ysalikavak Marina & Sunset Hospitality Group



¿Cómo integran la innovación y la sostenibilidad en sus proyectos arquitectónicos y de interiorismo?

En nuestros proyectos intentamos apoyarnos, en la medida en que nos dejan, tanto en nuevas tecnologías como en las investigaciones sobre nuevos materiales e investigación sobre la forma de utilizar según qué materiales tradicionales, es decir, a veces nos gusta darle "la vuelta" a las cosas y experimentar cambiando el uso de los mismos. Ello nos permite innovar estéticamente hablando.

Sobre el tema de la sostenibilidad dentro del interiorismo, no la entendemos como hoy en día se entiende, para nosotros un proyecto de interiores sostenible es un proyecto que sea atemporal, que sea "sostenible" en el tiempo, que no pase de moda, que lo vivas ahora o lo vivas dentro de unos años y puedas sentirlo igual de armónico a lo largo del tiempo.

¿Cuáles son los principales factores que consideran al seleccionar materiales y tecnologías para sus proyectos?

Principalmente la estética, naturalidad, durabilidad, practicidad y armonía del material. Un material que reúna estas características sabemos que no falla y que muy mal lo tendríamos que hacer para que un conjunto de materiales del mismo calibre no funcione entre ellos.

¿Cómo se aseguran de que el diseño arquitectónico y de interiores refleje la identidad y el carácter únicos de cada cliente?

Pues la única manera es creer en uno mismo y sobre todo creer en lo que hace, y trabajar intensamente hasta llegar a esa idea o concepto creativo que es el que hace que ese diseño es único y especial.

En un mercado cada vez más competitivo, ¿cuál creen que es el factor diferenciador clave que distingue a CMV Architects?

Gracias a la gran cantidad de años de experiencia y a que somos un equipo numeroso, aparte de contar con un grupo muy valioso de profesionales y creativos que hemos aprendido juntos pasando por innumerables proyectos, podemos aprovecharnos de este bagaje que llevamos en las espaldas, para poder desarrollar así proyectos muy especiales, y a la vez recrearnos en el diseño, la creatividad... y así poder ofrecer proyectos cada vez más innovadores y diferenciales a nivel de diseño, puesto que es ahí donde pensamos que está la diferencia.

¿Cómo ven el futuro de la arquitectura y el diseño de interiores, especialmente en el contexto de las tendencias emergentes y los cambios en las necesidades de los clientes?

Creemos que, tanto la arquitectura como el interiorismo, está en continuo movimiento, hoy en día todo es muy efímero y pocas cosas perduran, por eso para nosotros es importante que en el proceso creativo se piense no sólo en el presente para ese proyecto, sino cómo se va a mantener ese diseño en el tiempo y lo versátil que puede llegar a ser a lo largo del mismo. Por eso, otro de nuestros trabajos, hoy en día, es pensar en la trazabilidad del diseño en el tiempo, es decir, es cómo crear diseños atemporales.

¿Tienen algún proyecto futuro emocionante o dirección estratégica que les gustaría compartir con nosotros?



Foto: Ysalikavak Marina & Sunset Hospitality Group

Más que un proyecto futuro emocionante, ya que para nosotros todos y cada uno son emocionantes, destacaríamos esa dirección estratégica que estamos intentando trazar y potenciar recientemente, y es marcar una línea focalizada principalmente al diseño, es decir, para nosotros el diseño es lo que marca la diferencia, es lo que verdaderamente le da sentido a nuestro trabajo, y queremos apostar, tanto internamente como conseguir que nuestros clientes también lo hagan, por unos proyectos donde prime el diseño y la calidad y la armonía, ya que esos son los atributos que perdurarán en el tiempo.



Desde 1988 fabricando mobiliario outdoor para hostelería

Experiencia, calidad y compromiso

Máxima personalización de productos

