

Sandra Figuerola y
Zdenka Lara, fun-
dadoras de H UP
Interiorismo+Dise-
ño. G. LUCAS



EL ESTUDIO H UP EXPANDE SU MODELO EN ESPAÑA Y PORTUGAL

H Up Interiorismo+Diseño se ha consolidado como referente en el segmento de hoteles 'boutique', con propuestas y soluciones creativas integrales que se integran en la propia estrategia del negocio. Tras crecer en Alicante y Valencia, estudia proyectos en Madrid, Baleares, Extremadura y Portugal

OLIVIA FONTANILLO

La belleza y la creatividad son rentables, especialmente en aquellas áreas de actividad donde la diferenciación y la singularización de espacios son clave. Sobre esta premisa, Zdenka Lara y Sandra Figuerola reinventaron su proyecto común para crear H Up Interiorismo+Diseño, estudio especializado en soluciones integrales para hoteles *boutique*. Desde 2012, ha desarrollado una docena de proyectos en Alicante y Valencia, que le han consolidado como referente en este tipo de establecimientos. La cadena Comatel le ha confiado el interiorismo y la imagen de sus nuevos hoteles, al tiempo que negocia nuevos contratos en mercados turísticos

consolidados, como Madrid y Baleares, y en desarrollo, como las dehesas de Extremadura y Portugal.

“En algunos casos, se trata de oportunidades que ha detectado uno de nuestros colaboradores y que difundimos entre nuestra red de contactos de inversores, para poder desarrollarlos. Vamos de la mano desde el principio. Hay mercados, como Portugal y Extremadura, donde hay mucho por hacer y que tienen un nivel de precios interesante, porque no están saturados, con un potencial alto de atracción del turismo gracias a su oferta singular -dehesas, bodegas, lagos naturales-. En cuanto a Baleares y Madrid, nos encontramos muchos establecimientos antiguos que necesitan una reforma integral para poder seguir siendo competitivos”, detalla Zdenka Lara, fundadora y CEO del estudio.

“En medio de la crisis, analizamos el mercado y vimos que había un tipo de oferta que empezaba a funcionar, como se ha confirmado. Creímos en el producto y nos focalizamos en él. Damos soluciones integrales, desde arquitectura a interiorismo, adaptadas a cada proyecto, huyendo de la estandarización. Se trata, en general, de espacios singulares, que ponen en valor los barrios de las ciudades donde se ubican y atraen un turismo de calidad. Es un concepto de hotel alejado del de las grandes cadenas, en el que no solo se juega con los espacios, con una mezcla del encanto clásico y toques contemporáneos, sino que implica una relación y trato con el cliente muy cuidado, de manera que se sienta como en su casa”, señala

Desde el punto de vista del gestor hotelero, HUp busca “dar vida y rentabilizar todos los espacios, desde los habitacionales, detalla Zdenka Lara, fundadora y CEO del estudio a los patios interiores a las grandes recepciones, con propuestas que nos distinguen de otros estudios creativos”. Para la diseñadora, una de las claves del éxito de su modelo es que H Up “no es un mero proveedor, sino que asume un papel de *partner*. Esto nos ha permitido que un proyecto lleve a otro”.

La firma cuenta con expertos en diferentes disciplinas creativas y colaboradores externos, “lo que nos da flexibilidad para formar equipos, en función de las necesidades y características de cada proyecto”, señala.



Restaurante El Rincón del Mercado. EE



Terraza del Meraki Beach, en la Poble de Farnals (Valencia). EE



El primer proyecto de hotel de H Up fue la reforma de un palacete del siglo XVII en Alicante. EE



Un rincón del restaurante El Papagayo, en pleno centro de Valencia. EE

Además, la firma intenta, también, aportar valor al resto de proveedores. Un ejemplo en este sentido es el acuerdo alcanzado con Lladró para instalar grandes lámparas en los vestíbulos de hoteles de Comatel. “Se trata de diseños muy llamativos y modernos, que permiten al fabricante de porcelana crear marca”, indica Lara.

Los primeros proyectos integrales de H Up fueron los del Hotel Boutique Alicante Palacete S.XVII, y el Palacio de Rojas, en Valencia. “El primer paso es conocer el edificio y definir un concepto estético -por ejemplo, en el Palacio de Rojas, ‘aristocracia mediterránea’-. A partir de ahí, todo deriva y tiene

que ser coherente con ese concepto, desde la distribución de espacios al mobiliario, el textil o el diseño gráfico”, dice.

El mismo concepto se trasladó a restaurantes, “vinculados o no a hoteles, con los mismos resultados”.

H Up y Porcelanosa lanzaron, a principios de año, el primer *Concurso Mejor Hotel Boutique* de la Comunidad Valenciana. Los galardonados fueron Hotel Caro y Swiss Hotel Moraira.

Si bien el grueso de la actividad de H Up se centra en los hoteles boutique, la firma desarrolla, de forma puntual, proyectos en viviendas particulares y, desde hace dos años, inició una nueva línea de negocio, en *retail*. Lara explica que el

estudio ha trabajado en los últimos meses con la cadena valenciana de sistemas de descanso Dormitienda -que cuenta con un centenar de establecimientos en toda España- y con las tiendas de cosmética para jóvenes Nyx -del grupo L'Oréal-.

Asimismo, renovó el interiorismo de las oficinas de la agencia de publicidad Zenith Media, en Valencia.

H Up ha colaborado, también, en un proyecto solidario para una fundación en Costa de Marfil -un hospital materno-infantil- y en un hotel para personal de ONGs en Senegal. “En ambos casos, hemos desarrollado la parte creativa y de la implantación se han ocupado equipos locales”, subraya Lara.



HUIR DE LA ESTANDARIZACIÓN, CLAVE DEL ÉXITO DEL HOTEL 'BOUTIQUE'

Los expertos en este segmento del negocio hotelero, que permite avanzar en el objetivo de desestacionalización del sector, apuestan por singularizar los espacios y proponer soluciones de diseño, gestión y atención al cliente específicas, adaptadas a cada proyecto

O. F.

Huir de la estandarización, singularizando los espacios y proponiendo soluciones de diseño, gestión y atención al cliente específicas, adaptadas a cada proyecto, son la base de creciente éxito de los hoteles *boutique*, según los expertos del mundo de la hostelería, inversores, técnicos, *influencers* y hoteleros reunidos en la *Primera Jornada de Hoteles Boutique de la Comunidad Valenciana*, organizada por H Up Interiorismo + Diseño en los Jardines del Palacio de Rojas, con la colaboración de Porcelanosa y Bodega Vicente Gandía y bajo el lema *Otro concepto de hotel*.

Juan Torregrosa, director de Explotación de Ayre Hoteles -

Only You, planteó cómo revisar todos los momentos por los que transcurre la estancia de un huésped y, a partir de ahí, "darle un giro de 180 grados, cambiar las reglas del juego y modificar el sistema de trabajo y la, hasta ahora, inamovible atención al cliente. La diferenciación y la diversificación en las propuestas hoteleras han de fundamentarse en este tipo de referencias", aseguró Torregrosa, que añadió que, "junto con todo ello, añadimos elementos como un interiorismo singular, un servicio y atención a nuestros huéspedes basados en el plano emocional, un *lounge* como corazón real del hotel y una ubicación *premium*. La esencia y el espíritu de los hoteles esté anclada en el conjunto de todos estos aspectos".

Eugenio Bellver, de Jardín Botánico Hotel Boutique, desgranó los secretos de su éxito al exponer *Otro Concepto de Ocio* y analizar cómo en el sector, en general, "ha variado la estacionalidad y los motivos de visita y cómo se ejecutan el *hospitality*, el *customer centric*, la atención al ocio en particular y la reputación online en general".

Por su parte, Pedro García, Marketing & Communication Manager de Vivood Landscape Hotels -firma acelerada por Lanzadera-, explicó el éxito del proyecto, "un hotel de diseño que promueve otro concepto de alojamiento turístico, basado en el lujo perceptivo y la relación con la naturaleza". "La conexión con el cliente le viene a través de los sentidos y las emociones, pero también mediante la práctica de una sostenibilidad de 360 grados", subrayó.

La *influencer* Inma Maynard defendió la importancia de las redes sociales para los hoteles *boutique*, como "canal imprescindible para crear sinergias con el cliente, al que se le ofrece un vínculo real, personal y diario, disfrutando de la experiencia única de otro concepto de hotel".

Premios a Swiss Hotel y Caro Hotel
Zdenka Lara, CEO de H Up Interiorismo + Diseño, y José María Colonques, responsable de Porcelanosa en la provincia de Valencia, entregaron los premios al 'Mejor Hotel Boutique' de la Comunitat Valenciana a María Císcar, de Swiss Hotel Moraira, y a Santiago Mañez, de Caro Hotel.