

dyson airblade

La nueva forma de secarse las manos.

El Dyson Airblade™ es el secador de manos más rápido e higiénico.

El más rápido

Una fina capa de aire a gran velocidad seca las manos en tan sólo 10 segundos.

Más barato de mantener

El secador de manos Dyson Airblade™ es más barato de mantener. Hasta un 80% menos de energía que los secadores de mano convencionales y un 97%* más barato que los dispensadores de toallitas de papel.

Manos limpias

Utiliza un filtro HEPA para eliminar el 99,9% del aire que seca las manos.

Menos energía

El secador de manos Dyson Airblade™ utiliza hasta un 80% menos de energía que los secadores de mano convencionales.

Para probar el secador de manos Dyson Airblade™ o más información:

902 305530 www.dyson.com/airblade

* Cálculo basado en 200 usos por día durante 12 meses, 0,01€ por toallita de papel y 2 toallitas de papel por cada secado.



El Sector Hotelero

Lujo y arquitectura

reportaje

Sin duda, uno de los sectores más atractivos para el mercado de la construcción en España es el hotelero. Independientemente del turismo, han ido apareciendo en los últimos años fórmulas de negocio que han potenciado la construcción de hoteles, gracias a factores que hasta hace varios años eran considerados de escaso interés: ahora se valora especialmente el turismo de reuniones o de descanso. Prueba de ello es la constante apertura de hoteles de congresos, spas, complejos hoteleros que utilizan el golf como gancho... La apuesta por parte de cadenas nacionales y extranjeras por la construcción de hoteles de lujo en un país agraciado por su clima es un fenómeno significativo.

Hotel Puerta de América. Foto: Promateriales



Hotel Diagonal Barcelona. Foto: Juli Capella

Hoteles de Lujo

Aunque han venido apareciendo en los últimos años cadenas hoteleras que han apostado por el mercado español del denominado segmento Express, como ocurre con la empresa francesa Accor, propietaria entre otras de las marcas Ibis, Formule 1 y Etap, enseñas que cuentan con establecimientos englobados en lo que se ha denominado gama económica, la realidad es que se ha venido acentuando recientemente el turismo de lujo. Prueba de ello son las constantes aperturas por parte de cadenas multinacionales hoteleras como son, entre otras, Starwood, Harrah's, Marriot o Intercontinental, todas ellas compañías especializadas en el turismo de alto standing.

De las cadenas mencionadas, la que sin duda ha contribuido más a la planta hotelera de lujo de nuestro país es la norteamericana Starwood. Uno de sus más recientes y espectaculares proyectos es el hotel ubicado en las instalaciones de las bodegas Herederos de Marqués de Riscal. Se trata del hotel "Marques de Riscal Luxury Collection", obra del arquitecto Frank Gehry. También es de señalar el promovido por Xeresa Golf (que cuenta con las marcas Sheraton y Westin), en Benidorm, que también inauguró más recientemente y en las Islas Canarias el "Sheraton Salobre Golf Resort & Spa" y el "Sheraton Fuerteventura Beach Golf & Spa Resort", estando inmersa en próximas aperturas igualmente destinadas al turismo de lujo.

Otra de las multinacionales provenientes de los Estados Unidos, especializadas en el turismo de alto standing, con proyectos importantes en España es Marriot, presente en nuestro país con su filial The Ritz-Carlton Hotel Company, propietaria entre otros del "Hotel Arts Barcelona". Este establecimiento, renovado recientemente y obra del estudio de arquitectura SOM, es un cinco estrellas gran lujo, y es también el hotel más representativo de la cadena en España. Entre otros proyectos por parte de la cadena destaca la apertura del hotel "Renaissance Barcelona Airport", establecimiento también destinado al turismo de élite.

Por su parte, la británica Intercontinental, aprovechando el importante complejo turístico y residencial que Polaris World construye en Torre Pacheco (Murcia), apuesta igualmente por el turismo de lujo con dos hoteles "Intercontinental" y uno "Crowne Plaza", ubicados en la zona y que, con los campos de golf como gancho, supone una de las más importantes apuestas de la cadena en nuestro territorio.

En torno al mercado del golf, uno de los principales objetivos de las cadenas y promotoras de hoteles es la construcción de establecimientos que, con una tipología constructiva fundamentada en la vivienda unifamiliar y por tanto diferente a la convencional de un hotel, se ubican en espacios colindantes a campos de golf, superficies que también se proyectan conjuntamente. Estos

La preocupación cada día mayor por el bienestar corporal ha contribuido a la proliferación de un turismo en busca de establecimientos que permitan, además de conocer la ciudad a la que se viaja, disfrutar de momentos de relax

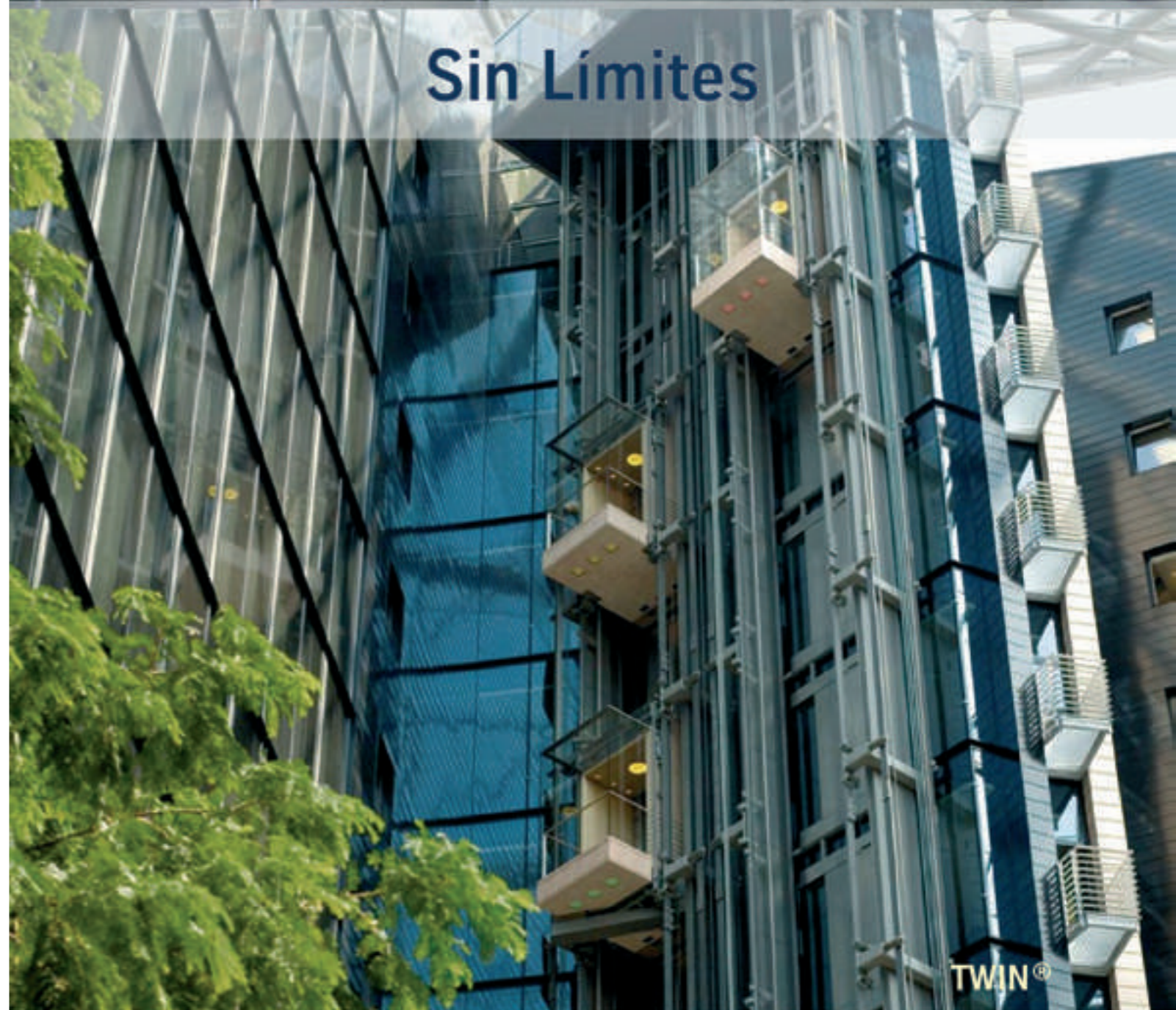
establecimientos, que ya comienzan a extenderse por España, principalmente por el Mediterráneo, Levante y Andalucía, están destinados a atraer a un público de alto poder adquisitivo y cuentan con una importante variedad de servicios. Como ocurre con la ya citada Intercontinental, otras cadenas internacionales como De Vere, Hyatt, Kempinski o Starwood, apuestan de igual forma por establecimientos orientados al mercado turístico del golf.

Balnearios y spas

El cambio en la mentalidad de la juventud de nuestro país respecto a los balnearios, a los que hasta hace unos pocos años prácticamente solo acudía "la tercera edad" con sus achaques, y el descubrimiento del efecto beneficioso de los cuidados termales para conservar por más tiempo el reflejo de la juventud en la piel, está haciendo que el crecimiento de estos y otros recintos similares sea espectacular.



Ascensores y Montacargas
Escaleras Mecánicas y Pasillos
Plataformas Elevadoras



Sin Límites

TWIN®

ThyssenKrupp Elevadores

C/Cifuentes, s/n - 28021 Madrid
Tel: + 34 913 796 300 - Fax: + 34 913 796 443
Email: comercial.tkees@thyssenkrupp.com



www.thyssenkruppelevadores.com

ThyssenKrupp

Además de la considerable afluencia de balnearios urbanos en España, los hoteles nuevos o reformados han dedicado parte de su espacio a albergar "spas", la última moda en turismo. El Spa se ha convertido en un reclamo nuevo para los hoteles, recogiendo las necesidades de aquellos clientes que no sólo quieren conocer una ciudad o disfrutar de un paisaje natural, sino que en algunos momentos buscan relajarse. En estos baños se recogen algunos de los tratamientos más modernos para la piel, el cuerpo y la mente.

Sin embargo, algunas empresas han ido más allá, combinando estas terapias termales con algunos de los nuevos segmentos del turismo, como es el del vino (vinoterapia), o el chocolate (chocolaterapia), que gracias a sus antioxidantes naturales son beneficiosos a nivel físico y mental. Es el caso, por ejemplo, del ya mencionado "Hotel Bodega Marqués de Riscal", de Frank Gehry, que cuenta con el primer balneario de vino de España. El caso del vino es en nuestro país uno de los nuevos segmentos turísticos estrella, y combinado con la gastronomía, empieza a tomar un papel relevante. Tanto es así que muchos bodegueros ya han solicitado sus nuevas piezas de arquitectura a prestigiosos diseñadores: Zaha Hadid es la encargada de la Viña Tondonia, mientras se admira el proyecto Ysios de Santiago Calatrava, o el de Rafael Moneo con la Bodega Julián Chivite, y Richard Rogers hace lo propio con Protos o Norman Foster con las instalaciones de Parxet...

Al rededor del concepto de bienestar corporal, cada día más sensible en la población, grupos como Metropolitan (Hesperia), NH (Elysum) o Centauro (Luxor), invierten en nuevos proyectos. De los más recientes cabe destacar el realizado por el Grupo Metropolitan con el "Hesperia Tower Gran Vía" de Barcelona. Se trata de un hotel de cinco estrellas diseñado por el arquitecto Richard Rogers.

Hoteles de congresos

El desarrollo de grandes recintos feriales, palacios de congresos y auditorios en muchas de las ciudades de nuestro territorio nacional es paralelo a la necesidad cada vez mayor de capacidad hotelera, desarrollo fundamentado en buena medida por el auge que en los cinco últimos años ha tenido nuestro país desde el punto de vista empresarial. España se ha convertido por muchas de sus virtudes en una oferta interesante para ferias, congresos y convenciones de gran dimensión.



Interior del Hotel Dómine de Bilbao, de Javier Mariscal. Foto: Ian Turk

El panorama actual empresarial ha obligado a la industria hotelera a buscar nuevas opciones a la hora de encargar el proyecto de la construcción de un hotel y, en su defecto, a adaptar muchos de los establecimientos que ya tienen. Muchos de los suntuosos edificios del centro de las capitales se están vaciando por dentro para albergar las más modernas instalaciones de hoteles de lujo y alto standing, en busca de alojamientos bien ubicados que den servicio a la demanda. Las ferias, las celebraciones de eventos y las reuniones de empresa se han convertido, de unos años a esta parte, en un elemento condicionante para que las empresas hoteleras adapten sus establecimientos o proyecten los nuevos atendiendo a esta necesidad de espacios en las ciudades.

En España existen en la actualidad en torno a 700 hoteles capaces de acoger en sus salones a más de 500 personas. De entre ellos destacan los establecimientos pertenecientes a las cadenas Sol Meliá, Starwood Hotels & Resorts, Paradores de Turismo y Hoteles Hesperia.

La calidad como inversión

Independientemente de la tipología del hotel, el actual mercado de hotelería en

España ha obligado a las compañías a invertir en la calidad de su oferta. Ya no es suficiente con el sol y la playa, elementos gratuitos que todos comparten, ahora más que nunca el consumidor busca un añadido, un valor adicional que le motive a escoger. Y es ahí, en la calidad y en la mayor y mejor oferta, donde las empresas hoteleras están invirtiendo. Esta inversión, condicionada por factores como la escasez del suelo y el aumento de los costes de edificación, eleva considerablemente el coste de los proyectos.

Con referencia a los materiales más empleados en reformas y construcción de hoteles de nueva planta cabe destacar, sin duda, el vidrio en el exterior, como representante de la novedad arquitectónica, y la placa de

El panorama actual en cuanto al sector empresarial, que se ha desarrollado enormemente en el último lustro, es un claro factor de fomento de los hoteles urbanos en nuestro país.

yeso laminado en el interior, capaz de ofrecer nuevas posibilidades formales y decorativas a los proyectistas, creando ambientes más innovadores. Como recubrimientos de paredes, destacan también la madera y las piedras naturales, componentes que aportan lujo y comodidad. Los tejidos, también para el recubrimiento de paredes interiores, no solo de las habitaciones, y la cortinas especiales diseñadas exclusivamente para esas ventanas, son otras claves importantes por donde se desenvuelven los nuevos conceptos de diseño.

La arquitectura hotelera

La participación de arquitectos y decoradores de renombre a la hora de proyectar un hotel, son valores cada vez más considerados por los promotores. Cada día nos encontramos con más establecimientos hoteleros con la firma de arquitectos de renombre.

Entre otros cabría destacar ejemplos como el de la cadena Silken en Madrid. Se trata del "Hotel Silken Puerta de América". Diseñado por Felipe Sáez de Gordo, es uno de los iconos más recientes de la arquitectura hotelera de diseño. Por él han pasado arquitectos y

decoradores internacionales de prestigio, como Zaha Hadid, Jean Nouvel, Arata Isozaki, David Chipperfield, Norman Foster, Javier Mariscal o el joven equipo de Plasma Studio. Cada uno de ellos ha sido el responsable del diseño de una de las plantas del hotel, con sus accesos, pasillos, habitaciones y zonas de esparcimiento, lo que ha generado uno de los edificios de su clase más llamativos, lujosos y heterogéneos del mundo, un referente arquitectónico para el sector que cuenta con doce plantas más ático y un llamativo exterior en el que se ha empleado el textil para jugar con los colores.

Algunas apuestas hoteleras en nuestro país se decantan claramente por la arquitectura como valor añadido del hotel. Es el caso de Silken con hoteles como Puerta de América, Diagonal Barcelona o Dómine, que atraen por su cuidado interior y exterior

horizAL



Distribuidor oficial



COALSA
comercial del aluminio s.a.

Barandillas de aluminio

Hace más de 35 años que las barandillas HORIZAL se venden con éxito en numerosos países, evolucionando constantemente su diseño y manteniendo inalterable su calidad.

Los sistemas HORIZAL permiten numerosas configuraciones de balcones para adaptarse a las distintas arquitecturas.

Su estilo flexible y elegante realza los valores de fachada y ofrece a la mirada el placer de los encadenamientos de líneas rectas o curvas. La posibilidad de incorporar elementos decorativos sobre paneles, vidrios o barrotes, confiere al creador una gran libertad de diseño.

El montaje rápido en obra y la exacta nivelación son una realidad incluso sobre superficies irregulares, gracias a las tolerancias de ajuste de los soportes patentados y las bridas de fijación del pasamanos.

Las barandillas HORIZAL cumplen la normativa vigente y han sido certificadas por un Instituto de control, incluyendo las pruebas de carga.

Hotel Princess Barcelona, de Tusquets. Foto: OTB



Barcelona, por su parte, aporta a la arquitectura española un grupo de importantes arquitectos, responsables de diseñar diferentes hoteles de la Ciudad Condal. De entre ellos destacan proyectos como el realizado por Ruiz Geli, responsable del futurista "edificio-bosque" en L'Hospitalet de Llobregat para la cadena Hábitat, el diseño realizado por Ricardo Bofill del "Hotel Vela" perteneciente a la cadena Starwood, el proyecto del hotel "Porta Firal", de Hoteles Santos, realizado por el japonés Toyo Ito, por parte de Juli Capella el diseño del "Hotel Diagonal Barcelona", perteneciente a Silken, o también cabría destacar, entre otros, el "Hotel Princess Barcelona" que Oscar Tusquets proyectó para la cadena Princess Hotels & Resorts.

A la gran mayoría de estos nuevos hoteles, proyectados por arquitectos españoles o internacionales de fama reconocida mundialmente, se les ha añadido una clave más, el diseño de su interior, donde otros importantes nombres aportan el estilo personal en el equipamiento interior, como el ya mencionado Mariscal o Victorio y Lucchino, dotando a cada uno de su estilo personal.

Ahora cobran especial importancia elementos como son las iluminaciones espectaculares en patios, pasillos, salas de reuniones o salones de convenciones.

Desaparecen las columnas centrales, se elevan los techos, se proyectan rampas de acceso cómodas, pensadas para facilitar el desarrollo de llamativas presentaciones o reuniones dentro de estos hoteles.

Del sector residencial al hotelero

Tras el receso en las ventas y por tanto en la construcción de viviendas en España, los promotores están apostando sin dudar por el sector hotelero como una alternativa inversora interesante.

La CEHAT (Confederación Española de Hoteles y Apartamentos Turísticos), confirmaba el año pasado que la combinación de actividades hoteleras e inmobiliarias se convertía en un estímulo para la entrada de sociedades de capital riesgo, entidades financieras y grandes fortunas en este negocio, y algunos responsables hoteleros creen que la aparición de financieros y agentes inmobiliarios hace atractiva la venta de activos y revaloriza la gestión hotelera. Entramos entonces en el modelo americano, en el que la aparición de estos nuevos actores hace interesante vender inmuebles, reformar los antiguos y mejorar la gestión de los existentes. Sin embargo, el caso español además recoge

un proceso de simpatía entre ambos, promotoras inmobiliarias y cadenas hoteleras. Prueba de ello es que cada vez son más las cadenas que cuentan con el apoyo de empresas promotoras y/o constructoras, como es el caso, entre otros muchos, de Rafael Hoteles con Reyal, Hesperia con Castro Sousa, Confortel y Nozar o Silken con Urvasco y Escampa.

La entrada de estos promotores al sector ha permitido, entre otros factores, reformar hoteles que los tradicionales de la hotelería no hubieran afrontado, reconvirtiendo antiguos edificios urbanos en desuso en nuevos, modernos y estéticos establecimientos. En cuanto a Europa, parece que las operaciones de inversión en el sector hotelero han sido estables durante 2007, según un informe de CBRE. En él se recoge la cifra de 9.000 millones de euros como inversión en el primer semestre del año pasado. Para la inmobiliaria, el sector hotelero europeo ha evolucionado satisfactoriamente en este período, en el que el 72% de las operaciones de inversión se debieron a transacciones corporativas, 19.700 millones de euros. Para 2008, sin embargo, la empresa ya preveía el año pasado un ligero cambio de tendencia en la inversión privada, algo más reticente para entrar en el sector.



Vista aérea del Hotel Bodega Marqués de Riscal, diseñado por Gehry en Elciego, Álava. Foto: Intemper

Nuevo **GeN2**™ Comfort

El primer ascensor de banda ancha ahora revoluciona el mercado

Porque ahora todos los edificios, sea cual sea su uso, altura o nivel de tráfico, pueden equiparse con lo último en tecnología: el revolucionario sistema **GeN2** de **Otis**, que utiliza **cintas planas** en lugar de cables de tracción, lo que le proporciona:

- + Silencio
- + Confort
- + Respeto al Medio Ambiente
- Exigencia de hueco

Ascensores
OTIS
www.otis.com
ZARDOYA OTIS, S.A.

ALGÚN DÍA TODOS LOS ASCENSORES SERÁN ASÍ