

REVISTA

74

# HOSTELERÍA.com

DESIGN, EQUIPMENT, FOOD SERVICE & BEVERAGE

## SELECCIÓN DE PROYECTOS

Cala Bandida / Hotel Aromar

El Rincón de Leo / Hotel Room Mate Alain /  
New York Burger Moraleja Green /  
Taberna Pedraza / LTL Barra Lateral Ponzano

## EL INFORME

Protección de exteriores

# LA CREATIVIDAD ES RENTABLE

Por Zdenka Lara,  
CEO de H Up Interiorismo+Diseño

Que la creatividad es rentable no es un simple eslogan. Es mucho más. Es la conclusión de años de trabajo y de experiencias. La creatividad es rentable y es transversal. Es transmitir el espíritu de lo que queremos contar, con luces agradables, con rincones coquetos, con materiales nobles, con fotografías rompedoras, con plantas que dan vida, con una escultura fascinante o un simple botijo, con equipos uniformados con estilo y vajillas que invitan a pedir más. Es conseguir que el comensal no quiera irse y alargue la sobremesa y que desee volver y llevar a sus amigos. Es lograr prescriptores, cientos de likes y de selfies y de emoticonos. Pues sí. La Creatividad es Rentable. Y lo hemos comprobado. Es nuestro leitmotiv. La belleza es un concepto universal que nos une a todos y que nos lleva a algo tan obvio como preferir estar en un lugar bonito, tanto en nuestro hábitat, en donde nos recogemos, como en los lugares que visitamos, en los que comemos o dormimos, en hoteles y restaurantes. Todos nos comportamos igual. Hay una forma de actuación en las personas, casi de reflejo inconsciente, que si van por la calle buscando un lugar para comer ven un sitio bonito frente a uno que no lo es tanto, entran en el bonito, sin duda. Les tiene que atraer la fachada, el nombre, el mobiliario, la luz, los uniformes, la vajilla, las flores, las mesas, las sillas. Luego ya, se enamorarán de la comida, pero a mismo menú, el ambiente será determinante, sin duda. Y eso es lo que venimos consiguiendo en H Up, que es esa primera imagen del ojo que mira en la calle o el que te observa en las redes, que esa primera captación, sea nuestra.

Cuando nació H Up (H de hoteles, hospitality, home, house y Up de arriba, hacia adelante, suabamos juntos) hace ya diez años, nació de la mano de gente ya formada y con experiencia en Interiorismo y en Diseño, de ahí nuestro apellido. Es a lo largo de esta década cuando nació nuestro "leitmotiv", quizá más como un "la te motive", puesto que eso ha sido, un gran significado tardío de esa idea fundamental que surgía con cada proyecto porque en nuestros trabajos hemos demostrado al restaurador y al hotelero que sí, que se pueden triplicar mesas, que se puede pasar de esta ruivación a tener lista de espera, simplemente, a veces, haciendo un *restyling* aparentemente superficial. Y esto que suena a teoría, es lo que ha hecho que viviéramos nuestro lema como ese tema central en nuestra composición porque, y sobre todo yo, como directora de orquesta, tengo la clara misión de tener esa idea en la cabeza fluctuando de forma transversal con todo mi equipo. La creatividad es rentable. Y para que lo sea, ha de cumplir tres funciones fundamentales: Uno: Ha de ser bonita, atractiva, ha



Zdenka Lara  
Zdenka Lara se licenció en derecho, pero tras unos cuantos años de experiencia jurídica, decidió enfocar su carrera a su pasión, el interiorismo. Fundadora de H Up Interiorismo+Diseño con Sandra Figuerola, diseñadora gráfica y medalla de BBAA, destaca por su capacidad de crear belleza con las cartas que juegue, por su capacidad de trabajo y de resolver así como por su empatía, versatilidad y dinamismo. Sus últimos proyectos: Café Madrid, Restaurante El Papagayo, Marqués House, Meraki Beach, Hotel Palacio SXVII Alicante. En estos momentos trabaja en Ibiza, Madrid y Valencia.

de llamar la atención. Dos: Ha de hacerlo de acuerdo con las cartas que juguemos, tanto si el proyecto ha de ser una rápida lavada de cara porque empieza la temporada, si el presupuesto es bajo y hay que aprovechar el mobiliario o si contamos con un proyecto global de principio a fin. Y tres: Ha de ser práctico y hacerse con materiales que perduren en el tiempo.

La flexibilidad con responsabilidad son otros puntos básicos para implementar las tres funciones fundamentales de las que hablamos. Hay que ser flexible para cumplir los plazos y responsable para llegar a la fecha habiendo cumplido objetivos. Sin olvidar que hay que conseguir proyectos que, independientemente de su interiorismo, de su estilismo, del tipo de comida que se sirva o del público al que van dirigidos, siempre, siempre deben respirar coherencia, pulcritud y limpieza en un ambiente acogedor. Las nuevas tecnologías aplicadas a los productos para hostelería nos ofrecen innumerables alternativas de pavimentos que deben resistir el paso de mucha gente y también telas antimanchas o sillas impomibles. Al final, es muy importante conocer los últimos materiales para que sean bonitos, rentables, prácticos y funcionales.

Tenemos innumerables ejemplos de cambios, a veces radicales, otras no tanto, pero siempre convirtiendo los espacios en lugares bellos en los que nos sólo se pasa el trámite de comer, sino que se viven grandes experiencias y hacen al cliente sentirse único y especial.