

meet in

Nº 15
OTOÑO 2012
5,80 €

MOVES PEOPLE TO BUSINESS TRAVEL & MICE

DESTINOS

**PONTEVEDRA
FRÁNCFORT
MARRUECOS
KENIA**

PANORAMA

**AEROLÍNEAS HÍBRIDAS
NEGOCIAR EN INDIA**

VIAJEROS FRECUENTES

DIEGO GRONDA

EVENT PLANET

ZONAS VIP

TURISMO RESPONSABLE

ARRANCA TRANSFORM IN

LA OFERTA MICE DE LOS HOTELES ESPAÑOLES

Reuniones llave en mano

DIEGO GRONDA

DIRECTOR CREATIVO DE ROCKWELL GROUP EUROPE

Imposible resumir en cuatro líneas la extensa carrera creativa de uno de los grandes del diseño, el interiorismo y la arquitectura a nivel mundial, primero desde el cuartel general de Rockwell en Nueva York y, desde 2005, en la división europea del grupo, basada en Madrid. Cada semana, Diego Gronda está en un punto distinto de globo aportando ideas, soluciones y experiencia a los mejores hoteles y restaurantes. Sus criterios valen oro. TEXTO Y FOTO: FERNANDO SAGASETA

En general, ¿qué es lo que más y lo que menos te gusta de viajar?

Lo que más me gusta es el silencio y la ausencia de teléfonos. Lo que menos, la pérdida de tiempo en los aeropuertos, espacios que encuentro extraordinariamente poco productivos.

¿Crees que las compañías aéreas han bajado su nivel de servicio y atención en los últimos años?

Depende del punto de vista. Para el que era inviable viajar, las compañías *low cost* han abierto unas posibilidades de conocer el mundo inimaginables. Para los que tenemos que viajar cada semana, es difícil no sentirse como ganado en algunas aerolíneas.

¿A qué dedicas el tiempo de espera en los aeropuertos?

A distraerme para evitar ser consciente de estar en un aeropuerto.

¿Y el tiempo en cabina en los vuelos de largo recorrido?

Trabajar lo primero. Después dormir y las pelis solo cuando el viaje de trabajo ha ido bien y me puedo relajar.

¿Crees que el uso de móviles a bordo del avión o del tren es más una ventaja o un incordio?

Sería un enorme beneficio que todos tuviésemos Internet en el avión. Sin embargo, en cuanto al teléfono, y teniendo en cuenta que cada vez vivimos en un mundo con menos normas de educación, es un verdadero incordio, sobre todo para la gente que tiene necesidad de dormir. Yo propongo que haya cabinas para usuario de teléfono, similar a las zonas para fumadores y no fumadores.

¿Acostumbra a informarte sobre el destino al que te diriges para trabajar? ¿Qué fuentes utilizas para ello?

Generalmente me informo a través de Internet y de publicaciones

especializadas como *meet in*. En la empresa estamos muy al tanto de todo lo que ocurre en el mundo del viaje, tanto a través de foros como de *think tanks* y las publicaciones que recibimos.

¿Sueles tener tiempo para hacer algo de turismo cuando viajas por motivos profesionales? ¿Qué tipo de cosas prefieres hacer?

Cuando tengo tiempo, depende del lugar en que me encuentre. Hay países donde hay poca oferta cultural, como ocurre en ciertas partes del Medio Oriente. Hay países donde solo hay *shopping*... Debido a nuestro trabajo, como diseñadores holísticos, necesitamos una foto lo más amplia posible de cómo vive la gente, cómo compra, cómo viaja en el transporte público, cómo se divierte... Ese es nuestro turismo.

¿Te gusta experimentar con la gastronomía local o vas a lo seguro con platos conocidos?

Siempre tomo comida local. Forma parte de su cultura, como cualquier otra disciplina artística. Además, es una excelente manera de integrarse en el destino. Los residentes suelen apreciar mucho que los extranjeros se abran a nuevas experiencias y disfruten con su gastronomía.

¿Cómo es tu hotel ideal cuando vas a trabajar? ¿Qué es lo primero en lo que te fijas al entrar en su habitación? ¿Qué es lo que no puede faltar?

Valoro mucho que tenga un buen escritorio sin objetos en su superficie. Odio tener que estar quitando todos esos panfletos que suelen colocar. También necesito que tenga un buen gimnasio, una buena piscina y una buena ducha.

¿Crees que el crecimiento de las grandes cadenas internacionales, con sus criterios de estandarización, ha resultado perjudicial para la "biodiversidad" hotelera?

“Las habitaciones tendrían que ser como el iPhone: bonitas, prácticas, sencillas, intuitivas...”

Sí, lo creo. Las cadenas son conscientes de ello y por eso están creando nuevas marcas para enfrentarse a este problema.

¿Hacia dónde está evolucionando el diseño y el interiorismo en los hoteles?

Veo una necesidad de volver a la simplicidad. Todavía sigo buscando el iPhone de los hoteles. Me refiero a sus valores: bonito, práctico, simple, intuitivo... Las habitaciones de hotel con instrucciones las encuentro pretenciosas y molestas. Uno tiene que aprender a vivir en una habitación en cinco minutos. Si en ese tiempo no sabe cómo funcionan las cosas o dónde se siente más cómodo, esa habitación es un fracaso.

¿Tiene sentido diseñar habitaciones para hombres y para mujeres?

Sí que tiene sentido y es un criterio importantísimo. Es raro que las nuevas marcas que están surgiendo aún no nos hayan planteado a los arquitectos esta necesidad. ◀

