

Pistas de decoración



Una nueva vida para el salón

BoConcept. Fabricado en madera de sauce el revistero Ditto (75 euros) es una de las propuestas de BoConcept para dar un toque de diseño a nuestro salón. Otros productos que encontrará en esta exclusiva tienda de muebles son la lámpara de mesa Sned (279 euros), el jarrón Viva (89 euros) o los cestos Hey, que cuestan desde 47 euros y de los que hay diferentes tamaños.



Diseños que muestran el camino

Lladró. La pieza de porcelana *Mostrando el camino* (950 euros) diseñada por la marca española incluye a un elefante que ayuda a su cría a dar sus primeros pasos. Esta pieza forma parte de la recién

presentada colección Bold Blue, que encarna el espíritu más atrevido e innovador de la firma y que llega al mercado para celebrar el Día del Padre y el Día de la Madre.



Una pieza artesana para un icono

The Exvotos. Luciano Galán y Daniel Maldonado, una pareja de artistas sevillanos fundadores del estudio-taller The Exvotos, han diseñado una jarra de edición limitada que conmemora los setenta años de

historia de La Casera, una de las firmas más icónicas de nuestro país. La idea es que la artesanía también tenga un protagonismo en la mesa y por eso la jarra está pensada para incorporarse a ella. ¿Su precio? 100 euros.



ENTREVISTA RUBÉN CERNADAS, 'COUNTRY MANAGER' DE INCOGA SMART BUILDING

“La crisis fue una oportunidad”



Incoga es una empresa gallega que ofrece servicios de 'real estate', arquitectura e interiorismo y trabaja para Mango, Four Seasons o Porcelanosa, entre otras

Emelia Viaña. Madrid
Quizá no sepa que la tienda más emblemática de Mango en Londres, el hotel Four Seasons de Casablanca (Marruecos) o los *showrooms* de Porcelanosa en Francia o Reino Unido tienen un mismo punto de partida, Galicia. Incoga es una empresa gallega que se dedica a la búsqueda de espacios para grandes compañías de diversos sectores, así como al desarrollo del proyecto arquitectónico y de interiorismo de dicho espacio. Mango, Four Seasons o Porcelanosa son algunos de sus clientes, algo que les ha obligado a pensar de forma global. “Nos hemos internacionalizado a medida que nos lo han pedido nuestros clientes”, reconoce Rubén Cernadas, *country manager* de Incoga Smart Building, una empresa que pertenece a un *hólding* fundado por su familia en los años sesenta que suma varias empresas de construcción.

–Uno de sus últimos proyectos ha sido el desarrollo del restaurante Zela en Londres. El sector 'retail' y el de servicios eran su especialidad, pero hoy trabajan para otros. ¿Hay muchas diferencias?

Nosotros hacemos los proyectos desde cero. Ayudamos a los clientes a elegir el local, analizando aspectos como el número de personas que pasan por la calle o el de metros cuadrados necesarios. Después, haced



Empresa familiar. Rubén Cernadas, 'country manager' de Incoga, una empresa fundada por su familia.

mos el proyecto de arquitectura e interiorismo y ejecutamos la obra. También hacemos labores de mantenimiento una vez que el espacio está abierto. El sector es importante, pero no es determinante, simplemente cambian algunos criterios como el diseño del espacio o la necesidad de algunos elementos.

–La crisis les obligó a diversificar, pero también les dio la oportunidad de internacionalizarse. ¿Fue algo positivo?

La fase expansiva que han vivido las marcas españolas obligadas a salir al exterior cuando se agudizó en España la crisis económica ha sido para nosotros una oportunidad. Hoy

estamos en catorce países y tenemos cuatrocientos empleados en todo el mundo.

–El sector de la construcción sufrió mucho durante la crisis, pero ahora ha vuelto a resurgir. ¿Miedo a que haya otra burbuja?

Las circunstancias son distintas, pero creo que ahora estamos mejor

preparados que antes para lo que pueda venir. Ahora estamos en un ciclo alcista y creemos que durará un tiempo, pero aunque hubiera una crisis no creo que vayamos a sufrir tanto como antes porque hemos aprendido mucho como sector.

–¿Una de las lecciones que aprendieron fue que los clientes quieren tener todos los servicios integrados para abaratar costes?

Fue eso lo que nos llevó a nosotros a integrar todos los servicios que ofrecíamos y es una de las tendencias del sector. Las grandes empresas buscan compañías que les ayuden a ejecutar los proyectos arquitectónicos y de interiorismo sin causarles problemas. Necesitan confiar en que todo va a ir bien sin necesidad de estar encima de cada obra, sobre todo si éstas están en diferentes países del mundo. Nos hemos convertido en su mejor *partner*.

–¿Qué demandan clientes como Mango, Porcelanosa, Inditex o Four Seasons?

Al final todos piden lo mismo, espacios cada vez más eficientes, inteligentes, interconectados, funcionales... El diseño de un espacio tiene un impacto en la cuenta de resultados y las marcas son cada vez más conscientes de ello. La tecnología va a ser nuestro principal aliado.



Hotel Four Seasons de Casablanca (Marruecos).



Tienda de la marca Dooers en A Coruña.



Restaurante Zela en Londres.