

## ● Emprendedor

Elena Merino

Imagen: Archivo E3  
elena.merino@economia3.info

Esta es una historia de autocrítica, de no conformarse con lo realizado, de cuestionarse continuamente los pasos dados. Una historia que exige la valentía y la determinación de borrar de un plumazo todo lo realizado y replantearse una y otra vez el proyecto.

El proyecto es **Vivood**, el hotel paisaje que en menos de un año ya ha conseguido ser designado mejor hotel europeo de naturaleza por la revista alemana *Geo Saison*.

**Vivood** es el empeño de **Daniel Mayo Pardo**, arquitecto, 29 años. Durante sus estudios en la Escuela de Arquitectura del **CEU San Pablo** de Madrid, junto con su amigo **Álvaro Figueruelo**, deciden pasar de la teoría a la práctica: proyectan una casa de madera que presentan a concursos. Con los primeros 1.000 euros ganados se lanzan a un proyecto que, en origen, era fabricación y venta de casas de madera.

Premio tras premio, el concepto fue evolucionando hasta convertirse en vivienda automontable destinada a usarse en catástrofes naturales. Una idea tan fresca que fue seleccionada para una presentación ante el Príncipe de Gales.

De nuevo, sesión de autocrítica y, de nuevo, evolución del concepto: rediseñaron la casa para que fuera plegable y autoconstruible, más fácil de montar. El nuevo prototipo gana el Premio Nacional de Investigación Científica en Arquitectura para estudiantes y 6.000 euros que sirven para seguir financiando la idea.

Una vez acabada la carrera y con la patente en la mano, **Daniel** decide convertirse en empresario, mientras que **Álvaro** opta por hacerse cargo de la empresa familiar. "En un gesto de enorme generosidad,



Daniel Mayo

# Vivood: el concepto de hotel que nace del inconformismo

**Daniel Mayo, segoviano, arquitecto de 29 años, ha revolucionado el concepto del hotel de lujo a través de una continua autocrítica**

*me cede todo lo que habíamos hecho juntos. Es uno de mis mejores amigos", reconoce Daniel, quien a partir de ese momento se hace cargo de la totalidad del proyecto.*

Como empresario se da cuenta de que los clientes para la idea tal y como está concebida serían los gobiernos y tratar con ellos es muy complicado. Pero lejos de desanimarse, da una nueva vuelta de tuerca, se tropieza con el concepto *glamping* (término que mezcla *glamour* y *camping*) que viene a significar alojamiento con todas las comodidades en plena naturaleza.

Cuando los fondos empiezan a escasear se produce un hecho decisivo: la primera convocatoria de **Lanzadera**. **Daniel** se presenta, como otros 4.000 emprendedores y resulta seleccionado para hacer la entrevista definitiva en Valencia. Ahí da la campanada: encarga a un carpintero que construya la casa sobre un camión que aparca frente a la entonces sede de **Lanzadera**.

Alguien que es capaz de llevar una casa de Segovia a Valencia en un camión, debieron

pensar, merecía estar en **Lanzadera**.

El proyecto entonces era comercializar casas de madera. Pero a los tres meses, de nuevo, se replantea la idea cuando comprueba que a nivel mundial triunfa el turismo de experiencias. En secreto empieza a desarrollar un nuevo plan de negocio donde la venta de casas de madera desaparece para dar paso al hotel paisaje: crear una experiencia única en un entorno de serenidad, basado en valores como el medioambiente y la sostenibilidad.

Después de ocho meses en **Lanzadera** y habiendo facturado 50.000 euros vendiendo casas de madera, propone un cambio que ni siquiera inicialmente sus asesores entendían. Porque, ¿qué sabía él de turismo?

Finiquita el proyecto inicial y con su pequeño equipo de arquitectos -Agustín Marí y Pablo Vázquez, y una diseñadora, Amanda González-, busca el emplazamiento ideal para el *landscape* hotel: 50.000 kilómetros recorridos en tres meses por la comarca de La Marina hasta que, en un portal inmobiliario, dieron con el santo grial: Benimantell,

## El lujo de la evasión

"Nuestra apuesta -afirma **Daniel Mayo**- es el público internacional, porque son los que conocen el concepto y les estamos ofreciendo paisaje, sol y clima. Pero el ciudadano español lo ha acogido desde el minuto 1. En estos momentos, el 80 % de nuestros clientes son de Valencia, Madrid, Barcelona y Alicante."

**Vivood** es un punto de inflexión para las personas que viven estresadas. "Proporcionamos calma, tranquilidad, serenidad... nuestro lema es el lujo de la evasión -continúa-. Esto no es el lujo ostentoso, es lujo perceptivo, algo que solo tú puedes disfrutar: todas las comodidades de un hotel en plena naturaleza. Un hotel que, cuando te despiertas en él, no lo confundes con otro."

Son 84.000 metros cuadrados de pura naturaleza en los que todo está enfocado a que el huésped desconecte, se relaje y disfrute del entorno, la restauración, *slow food*, con productos locales; masajes en la habitación, talleres de relajación, paseos en bici, senderismo interpretativo en Sierra Aitana acompañado de un experto que explica lo que se ve, se huele o se pisa.





en el valle de Guadalest.

El objetivo: crear un hotel en un plazo de 12 meses, con una curiosa distribución de los tiempos: 8 meses para trámites, permisos, reuniones... y tres meses para construir las instalaciones. Había que aprovechar la temporada. De febrero a abril de 2015 se construyó contrarreloj, las casas en fábrica y el montaje e instalaciones en la parcela. En mayo se comenzó la promoción y en junio se abrió al público.

### Angels en la inversión

La inversión ha sido de 1,7 millones, de los que 1,16 han sido aportados por la sociedad de inversión Angels, también vinculada, como Lanzadera, a Juan Roig. El próximo paso es ampliar hasta las 40 habitaciones aisladas y construir un nuevo res-

taurante.

Vivood en estos nueve meses de vida ha conseguido casi un 60 % de índice de ocupación, con una facturación de más de 600.000 euros. Cuenta con 21 empleados, de los que seis se dedican al desarrollo del



proyecto.

¿El futuro? Como dice su creador, seguir perfeccionando lo que hay hasta lograr una calificación 10. Un segundo aspecto es consolidar una prometedora línea de negocio: las empresas que ocupan las instalaciones entre semana, con una demanda creciente, en especial en otoño y primavera.

La tercera vía es la ampliación de la red. Daniel Mayo se propone construir tres nuevos hoteles en un plazo de cinco años. Ya están buscando terrenos que cumplan con las estrictas exigencias que se autoimpone: terreno casi virgen y en pendiente, vegetación frondosa, cerca de un núcleo de población, accesible aunque apartado y con una panorámica que incluya agua: el mar o un lago. ■

