

## ¿QUÉ LE PEDIMOS HOY A UN HOTEL?

Reductos cerrados y lujosos solo para unos pocos o espacios democráticos y abiertos a la ciudad. Suntuosidad o austeridad, tranquilidad o diversión, *look* doméstico o efecto sorpresa. Pretendemos saber lo que buscamos cuando dormimos fuera de casa. Tres expertos en la materia nos cuentan qué queremos y cómo lo hacen realidad en términos de arquitectura y diseño.

POR ISABEL MARGALEJO



*La recepción escultural del Santa Monica Proper Hotel, en California, de la interiorista Kelly Wearstler. Los lobby pierden formalidad y se abren para no resultar intimidatorios. En la página anterior, exterior de Wandering Walls, un bed & breakfast en Pingtung, China, obra de XRANGE Architects.*



Suite de Wandering Walls y restaurante Paperback Tavern en el Hyatt Regency de Boston, obra de Campbell House. Debajo, salón y baño de Osborne House, en Bundanoon, Australia, de Linda Boronkay.



Zona de estar de Villa Le Blanc en Menorca, un estreno reciente de Melià con el foco en la sostenibilidad (huella de carbono cero), la artesanía y la arquitectura popular. Debajo, salón con mesa de reuniones y piscina de Antiga Casa Buenavista, en Barcelona.



a respuesta es unánime: experiencias. Sea en Oriente u Occidente, en la playa o en la urbe, en uno tipo *boutique* o en un *resort* vacacional, eso es lo que buscamos cuando vamos a un hotel. Los tres expertos consultados coinciden en ello. “Experiencias que coincidan con sus expectativas y necesidades –puntualiza Jese Medina-Suárez, director creativo para Europa, Oriente Medio y Asia de Campbell House, firma especializada en diseño de *hospitality*–. Para unos, eso significa interiores opulentos y servicio exquisito; para otros, una oferta social y de flexibilidad donde incluso la gente que no se aloja en el hotel es bienvenida”. Linda Boronkay, autora de los exclusivos Soho House y ahora con un estudio centrado en hotelería, añade: “Experiencias auténticas y únicas. Quieren que seamos respetuosos con el contexto cultural, geográfico y arquitectónico y que creemos una sensación de

escapismo, algo fuera de lo común y memorable”. El arquitecto Álvaro Sans, cabeza del estudio ASAH que lleva diseñando alojamientos 36 años, incluidos todos los de las marcas de Melià, y su hija Adriana afinan aún más: “En los vacacionales hay una necesidad de desconectar, de crear recuerdos y tener experiencias que hagan no imprescindible salir. En los urbanos, el cliente busca que la oferta de restaurantes y bebidas sea de autor y que sea un lugar donde trabajar con todas las comodidades”. El gran tema es cómo consiguen estos expertos trasladar eso a la arquitectura y al interiorismo.

**DEMANDA SOCIAL** — “En el mundo pospandemia, trabajo y viajes son más compatibles que nunca; los espacios comunes deben permitir a los huéspedes trabajar y hacer *networking*, lo que además de traducirse en un aumento de los ingresos por F&B (*Food & Beverages*, en la jerga del mun-

dillo) introduce en un ecosistema cerrado a otros usuarios locales”, dice Medina-Suárez. “Antes se sectorizaban estas zonas; ahora las planteamos como espacios únicos donde la arquitectura impone diferentes funciones. Podemos tener un *lobby-bar* y una cocina vista cerca de la recepción. Lo que no puede faltar en ellas es la conexión con el exterior; sino están incompletos sea en un resort o en una ciudad. La pandemia ha hecho que valoremos mucho más ver el cielo y sentir el aire, aunque sea frío”, explican los Sans.

**SUITE PERFECTA** — ¿Y cómo queremos que sea nuestra habitación? ¿Buscamos sentirnos como en casa o vivir otra vida unos días? Boronkay apuesta por lo segundo. “Deben ser un capricho, algo que no tienes a diario, un refugio, pero con un toque de escapismo. Apostar por un *look* muy marcado al pasar pocas noches en ellas. Me gustan con un guardarropa

generoso, en el que esconder el equipaje”. Álvaro Sans es de la misma opinión en esto último: “Armarios grandes, sin puertas, con un diseño atractivo, para que en sí sea un mueble, y ser vestidores integrados en el baño. El dormitorio debe tener un área de descanso con mucha luz natural, en armonía con los materiales, y una iluminación artificial con dos escenarios, de día y de noche. Y, si se puede, todas con terraza o balcón”. Medina-Suárez también insiste en que los vestidores son uno de los mayores elementos de cambio: “El equipaje debe formar parte de ellos, con menos barras y más estanterías”. Sobre el baño también lo tiene claro: “Basta ya de esos donde no tienes sitio para colocar los productos y cosméticos que traes contigo. Las encimeras y los espejos tienen que ser generosos, la luz distribuida homogéneamente y frontal, nunca cenital”. Para ASAH, se impone el lavabo-tocador “con cajones y una ▶

La recién renovada suite 111 del londinense Town Hall, obra de Jan Hendzel en un edificio protegido en Bethnal Green, un antiguo ayuntamiento convertido en hotel de lujo.



### EXPERTOS EN ACOGIDA

Lo abarcan todo, desde el hotel-club solo para miembros, como los que Linda Boronkay (centro) ha hecho realidad en Hong Kong, Bombay o Barcelona para Soho House, a los de cadenas internacionales de altos vuelos como Hyatt o Marriott, para los que trabaja Jese Medina-Suárez (arriba), y los albergues de ultradiseño como Me o los resorts vacacionales a los que han dado forma Álvaro Sans, ahora con su hija Adriana a bordo (debajo). En estas conversaciones sobre el futuro de los hoteles apuntan otras cuestiones interesantes. "Cada vez deben ser más eficientes, su diseño tiene que ir de la mano de la ecología. En Villa Le Blanc, en Menorca, hemos reducido las emisiones un 90%. Es el camino a seguir: utilizar la arquitectura para reducir el gasto energético", dicen estos últimos. "El diseño está en el centro del éxito de este negocio. Una casa mal planificada solo hace tu vida miserable, pero un hotel mal diseñado es una pérdida millonaria en términos financieros. Hay que mantener un delicado equilibrio entre funcionalidad, calidad, percepción de marca...", cuenta Jese. "La gente busca un lujo menos obvio. Prefieren autenticidad, originalidad y personalidad donde quieren alojarse", remata Boronkay. Avisamos, esto ya es así, y solo puede ir a más.



magnífica iluminación. Es importante que los materiales estén en armonía con los de la habitación o sean los mismos si es posible e, imprescindible, luz natural".

**COMER, BEBER, AMAR** ::::: Antes ibas a un hotel solo si viajabas; ahora entras también a tomar una copa. "Han sido espacios cerrados a los clientes donde la recepción era una barrera que psicológicamente te impedía entrar; hoy son lugares públicos", puntualiza este mismo estudio. "Aunque no me gusta hablar de tendencias, sí se tiende a los *lobbies* con activación, a un diseño pensado hacia el *wellness* y lo saludable, a que haya obras de arte y piezas de autor y a una ejecución de alta calidad en el diseño, aunque los materiales no sean caros o lujosos. Los hoteles reales tendrán también una versión en el metaverso para crear oferta tanto para sus huéspedes físicos como digitales", remata el responsable de Campbell House. ■