

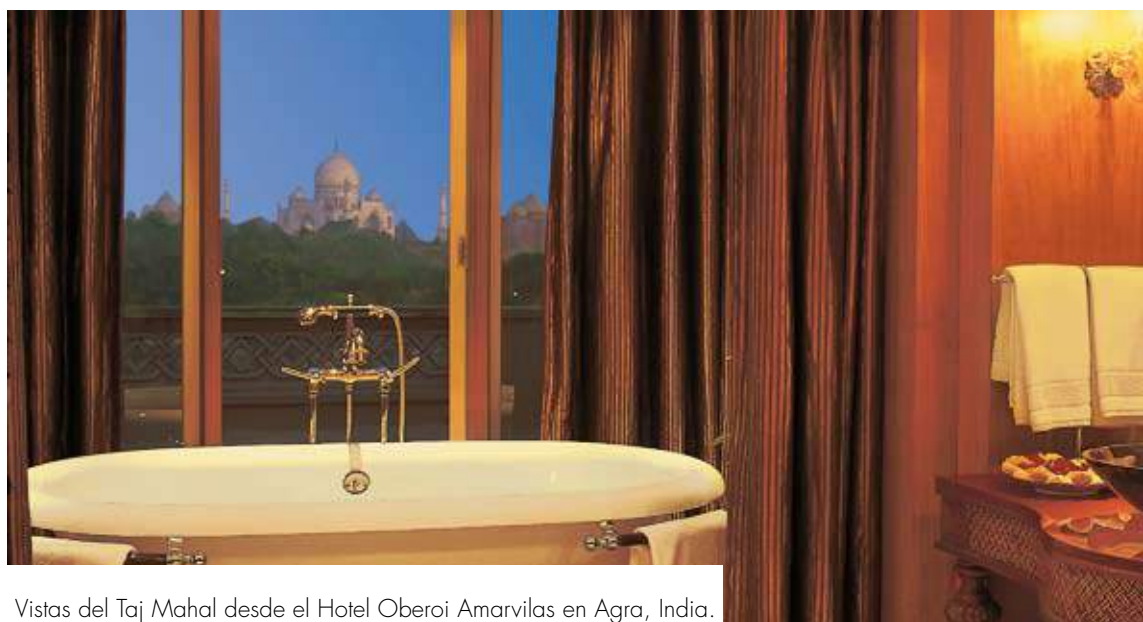


Los baños de los hoteles Mandarin Oriental son de gran diseño.
En la foto, habitación Deluxe Garden en el Mandarin Oriental de Barcelona.

Bañeras que se integran en las habitaciones, vistas de ensueño, uso de materiales naturales, decoración y tecnología para despertar los sentidos... El diseño de los baños ha adquirido una relevancia inesperada como factor clave para la valoración de la estancia por parte de los huéspedes y la mejora de la gestión hotelera.

Cuna de grandes decisiones y desarrollo personal

ENRIQUE GARCÍA



Vistas del Taj Mahal desde el Hotel Oberoi Amarvilas en Agra, India.

“Decisiones importantes en nuestra vida han sido tomadas en un baño”, enuncia el arquitecto Miguel Guerra, CEO de la empresa Bagno P2P. Y si lo pensamos bien, no le falta razón. Es un espacio íntimo, donde nos relajamos, reflexionamos y nos cuidamos. Si a esto añadimos que los huéspedes son cada vez más exigentes y viven su estancia como algo global y que los hoteles persiguen la excelencia, se concluye que los baños tienen mucho que decir en el diseño de las habitaciones de los hoteles.

NO SE USAN, SE VIVEN

Comprender la creciente importancia del diseño del baño como valor de diferenciación para los huéspedes pasa por entender la evolución que ha experimentado el concepto que envuelve este espacio en los últimos tiempos. El baño ha dejado de ser un entorno vacío de significado, destinado en exclusiva a su labor funcional de cubrir el aseo personal, para convertirse también en una esfera que transmite emociones, vela por el bienestar personal y mejora la experiencia del alojamiento.

La arquitecta Glòria Duran asegura que ahora el baño es un “espacio de relax y culto al cuerpo y la mente” y que “hemos dejado de usarlo para pasar a vivirlo”. En esta línea, Guerra explica que el baño ha adquirido “un significado simbólico para el desarrollo de la personalidad” y agrega que “es un espacio íntimo de reencuentro interior, reflexión personal y donde la limpieza no es solo corporal sino también mental”.

ES UN PLUS

Aunque parezca una paradoja, las personas que se hospedan en un hotel buscan sentirse como en casa, pero con algo extraordinario y diferente a lo que viven en sus hogares. En este contexto, el diseño del baño aporta un plus, como indica Carla Navas, interiorista en la empresa

Todos los elementos del diseño deben ser coherentes con el concepto general

GCA Arquitectos: "es importante cuidar el diseño del espacio del baño para ofrecer a los clientes una experiencia superior a la que puedan vivir en sus propios hogares. La habitación de hotel siempre ha pretendido ser "la suite" que no podemos tener en casa, y el baño forma ahora una parte vital de esta experiencia".

DEL TODO AL UNO

El diseño del baño en las habitaciones de los hoteles tiene como objetivo madurar la nueva concepción de este espacio. Se busca sorprender a los huéspedes con creaciones innovadoras, funcionales y eficientes, que posibiliten el pleno desarrollo de sus expectativas de bienestar y exclusividad. Pero claro, para conseguirlo entran en juego varios elementos, que no deben ser interpretados de forma individual, sino como un todo. Navas señala que "en interiorismo, lo más importante es tener un con-

cepto que nos de coherencia al conjunto de elementos. Se trata de contarle una historia al cliente por medio de los espacios y aquí es donde conseguimos sorprenderle y hacerle sentir especial. Posterior a esta primera reflexión, el diseño del baño debe ser una consecuencia de este concepto y todos los elementos diseñados y definidos han de ser coherentes con la idea". Guerra también se postula a favor de este planteamiento: "Es esencial el concepto, es decir, no hay una parte del diseño que predomine sobre la otra. Debemos conseguir una unidad estética en la que todo tenga una armonía; vamos desde lo general a lo particular y nunca al revés".

El concepto puede basarse en diferentes argumentos, como la elegancia, el color o los sentidos, que adquieren "una potencia muy importante en los hoteles porque son generadores de la experien-

cia para el cliente", explica Guerra. Una vez se tiene el hilo conductor determinado, el diseño hace malabares con los diferentes elementos (materiales, distribución, iluminación, estética, colores, etc.) para plasmar el concepto pretendido.

QUIERE SER UNO MÁS

Poco a poco, los baños han abandonado su posición al margen del resto de la habitación. Así lo confirma Duran: "El concepto del baño como



Baño de una habitación en el Hotel Silken Puerta América de Madrid.

En el Hotel Silken Puerta América de Madrid la iluminación juega un gran papel para crear diversos ambientes.

¿CUÁLES SON LAS VENTAJAS DE CUIDAR EL DISEÑO DE LOS BAÑOS DE LOS HOTELES?

Mejora de la reputación. La innovación en el diseño, la elección de materiales de calidad, el empleo de tecnología y la aplicación de criterios sostenibles favorecen la imagen del hotel y crean un valor de diferenciación por el que los clientes están dispuestos a pagar más.

Escuchar al cliente. Un estudio de la empresa Roca concluye que el 91% de los clientes entrevistados consideran muy importante el baño para valorar el hotel, mientras que un 88% lo ven esencial para recomendar el alojamiento. No tener en cuenta esta tendencia al alza de la relevancia de los baños en las habitaciones de los hoteles como valor añadido puede suponer una pérdida sustancial de clientes.

Ahorro energético. Por ejemplo, el control del gasto de agua por medio de griferías con pantallas táctiles o el empleo de la iluminación LED permiten reducir el consumo energético del hotel.

Adecuada distribución. Si se hace con rigor técnico, el hotel ahorra a largo plazo en posibles reformas derivadas de una mala distribución inicial de los elementos sanitarios. Guerra pone como ejemplo que “si se aglutinan en tabiques técnicos todas las tuberías susceptibles de sufrir una avería, de darse esta, se consigue ahorrar en materiales para la reforma y evitar los inconvenientes propios de la reparación: romper tabiques o cerámicas, hacer rozas, etc.”.

Materiales de calidad. Su buena elección reduce el riesgo de rotura y facilita el mantenimiento y limpieza del baño, con el consiguiente ahorro en costes para el hotel en estos aspectos.

espacio cerrado ha desaparecido y la tendencia es integrarlo en la habitación. En las distribuciones que planteo, los límites desaparecen y el baño participa del exterior apropiándose de la luz y de las vistas de las que goza la habitación, respetando siempre una zona íntima cerrada”.

De esta forma, es posible encontrar bañeras sin ningún

obstáculo que las separe del resto de la habitación, o solo aisladas con un pequeño muro o un cerramiento de vidrio. Así, mientras el huésped disfruta del baño, puede contemplar las vistas del exterior o del interior de la habitación, con un gran aprovechamiento de la luz natural. En cuanto a los elementos más privados, como el inodoro o la ducha, sí que se separan con puertas

correderas o cristaleras para cuidar la intimidad.

DECORACIÓN

Sobria y elegante; urbanita o de aspecto natural con colores que surjan del entorno exterior que rodea al hotel. La decoración abre un universo de posibilidades que se deben adaptar, como no podía ser de otra manera, al concepto general. Como ejemplo, Guerra señala las diferencias en la decoración en dos proyectos con intervención de BañoP2P: “En el Piz Buin de Klosters (Suiza) de cuatro estrellas, teníamos el objetivo de crear espacios con aspectos naturales de colores terrosos y cálidos ya que está situado en los Alpes. En el caso del Hotel

La calidad de los materiales permite reducir los costes de limpieza y mantenimiento

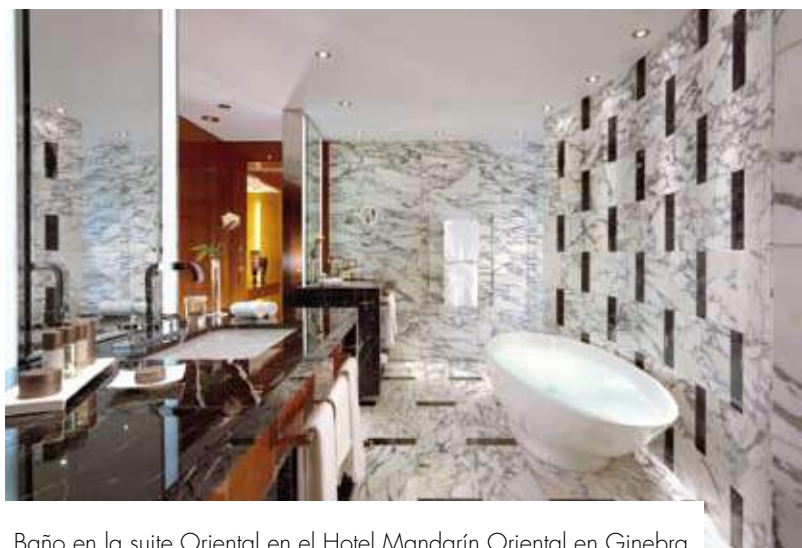
Castilla de Torrijos (Toledo), cuyos baños y dormitorios se encuentran en pleno proceso de reforma, se persigue un acabado mucho más juvenil, urbanita y colorido”.

Se trata de jugar con tonalidades y contrastes, en los que la iluminación y la distribución tienen un rol relevante. También hay que cuidar los pequeños detalles, como las amenities. Duran resalta que siempre se debe mantener “la armonía con el estilo del hotel dentro de una línea de trabajo personalizada y detallista”. ¿El objetivo? Hacer un regalo a la vista de los huéspedes que recuerden para siempre.

NATURAL Y RESISTENTE

Hay una tendencia al empleo de materiales naturales como

la piedra y la madera, contrastados con otros más novedosos, siempre con la calidad como principal valor. La resistencia de los materiales y la estética son otros de los aspectos a tener muy en cuenta. Según Navas, se apuesta por “porcelánicos de gran formato con apariencia similar a la piedra natural, melaminas con acabados especiales para revestir el mobiliario y resinas de aspecto limpio y moderno, que permanecen inalteradas ante cualquier tipo de golpe y mancha”. La buena selec-



Baño en la suite Oriental en el Hotel Mandarin Oriental en Ginebra.

La tecnología permite la incorporación de sistemas de ahorro energético



Bañera integrada en una suite del Hotel Mandarin Oriental en Barcelona. Un ejemplo del aprovechamiento de la luz natural.



Dormitorio de la suite Couture en el Hotel Mandarin Oriental de París.

ción de acabados y detalles resistentes permite “minimizar el tiempo necesario de limpieza, reducir la necesidad de mantenimiento y maximizar la durabilidad del espacio”, agrega Navas. Está claro que resulta muy interesante considerar todos los aspectos que puedan ayudar a reducir el riesgo de desgaste de los baños.

Desde la perspectiva más visual, llaman la atención los revestimientos personalizados con técnicas de impresión fotográfica, que ofrecen un diseño singular e impactante.

¿TECNOLOGÍA? CLARO

Las nuevas tecnologías se han integrado en los baños para consolidar la sostenibilidad - mediante la incorporación de sistemas eficientes y de ahorro energético - y conseguir la excelencia en la experiencia de bienestar y sensorial de los huéspedes. Así, Duran

resalta que “desde el punto de vista del impacto ambiental y el consumo responsable se apuesta por el control inteligente del agua por medio de las nuevas tecnologías, con duchas que incluyen programas informáticos, griferías con limitadores de caudal y temperatura, técnicas de eficiencia energética para la climatización de los baños e iluminación LED para bañeras, saunas y espejos”.

Para convertir en mágica la experiencia de los huéspedes, las innovaciones tecnológicas también ponen su granito de arena: bañeras de hidromasaje con cromoterapia, cabinas de ducha con efectos, rociadores con altavoces para escuchar música, saunas y baños con vapor de aromaterapia, espejos con pantallas, etc. El objetivo es crear un ambiente de placidez, intimidad y armonía, bajo el protagonismo de los sentidos y donde los huéspedes se sientan especiales y el concepto de bienestar brille en su máximo esplendor.

PROTAGONISTAS

Queda patente que los baños ya no son meros invitados por compromiso en los hoteles. Además de ser una pieza clave para la satisfacción de los huéspedes, en algunas ocasiones se han llegado a constituir como el punto de partida desde el que nace el diseño de las habitaciones. Así ocurre en el Piz Buin de Klosters (Suiza) y el Hotel Castilla de Torrijos

(Toledo), en los que “se han diseñado y reformado las habitaciones teniendo en cuenta el diseño previo del baño y no al revés”, como explica Guerra.

Muchos hoteles son conscientes de esta exponencial relevancia de los baños y se ponen en marcha para acometer reformas, ya que sus instalaciones y diseño se han quedado obsoletos. Este cambio no solo es alcanzable por las grandes cadenas y sus lujosas suites; también existen posibilidades de innovación en baños para hoteles más pequeños. Duran señala que “en el caso de grandes habitaciones o suites, sus diseños se orientan a conseguir una zona “wellness”, con la integración de bañeras de hidromasaje, duchas sensoriales y saunas; reforzada con materiales selectos y efectos de iluminación”. Para habitaciones más reducidas, Duran apuesta por “optimizar el espacio buscando recursos dentro del propio baño como el uso de paredes de cristal, grandes espejos, elementos como bañeras de hidromasaje proporcionadas al espacio y una iluminación estratégica para lograr que visualmente adquieran mayor dimensión”.

En definitiva, los baños reclaman dejar de ser los grandes olvidados en el diseño de los hoteles y desean asumir su cuota de protagonismo para mejorar la experiencia de los huéspedes.