

pía revolución y son numerosísimas las propuestas existentes en el mercado: desde lámparas con un diseño que hace que la fuente de luz parezca estar suspendida en el aire al retorno a modelos tradicionales de tulipa.

Los cabezales de la cama dan mucho juego entre los que quieren hacer del espacio de reposo propiamente dicho uno de los elementos «con personalidad» de la habitación: desde los rectángulos blancos enmarcados en madera de teka y acabado en marengo haciendo del conjunto un ejemplo de simetría y minimalismo elegantes a los enormes cabeceros de metal o la reducción de este elemento a la mínima expresión.

En los establecimientos **Suitehotel** el mobiliario se caracteriza por que el cliente pueda decorar la habitación a su gusto: mesa para trabajo o comida con ruedas, al igual que la televisión, biombo corredizo que permite crear dos espacios diferentes dentro de la misma suite, además de la ya mencionada existen-



cia de bañera y ducha en el mismo cuarto de baño. Las maletas pueden apoyarse en muebles específicos o en mesas forradas o grandes asientos que permiten la polivalencia del mueble. En algunos casos se recurre al tradicional maletero plegable que se puede alojar dentro de un armario en caso de necesidad y permitir ganar espacio.

Los grandes armarios han de adaptarse a la estructura de la habitación para que no roben centímetros al espacio vital del cliente: los hoteles Kyriad de la **Société du Louvre**, actualmente en manos de **Starwood**, son un ejemplo de la optimización del espacio en hoteles de categoría económica, con muebles funcionales y modulares que permiten modificar la fisonomía de la habitación en poco tiempo. Los cambios en la decoración efímera y de los colores en los pasillos y habitaciones se realizan con frecuencia, y ello contribuye a que el cliente tenga en muchas ocasiones la sensación de acudir a un establecimiento renovado dentro de una categoría supuestamente no sometida a la necesidad de evolución.

Los materiales también han cambiado. Las medidas de seguridad imponen la proliferación de materiales ignífugos y naturales, así como un colorido basado en la naturaleza como la piedra y la arena que han presidido las renovaciones del hotel Arts de

APUNTE

BOUTIQUE HOTELS Y DISEÑO EN LOS HOTELES

No todos los hoteles pueden convertirse en *boutique hotels* porque no se trata sólo de un establecimiento funcional y vanguardista con un servicio de gran calidad, sino que desde el punto de vista arquitectónico también ha de gozar de un diseño exclusivo. El cuidado de cada detalle y la participación de estrellas de la creación o de reconocidos gabinetes de diseño son el elemento diferenciador entre los privilegiados integrantes del selecto club de los hoteles *design*. Los ejemplos de interacción entre el mundo de la moda y la hotelería tras desembolsos económicos importantes son numerosos.

El hotel **Puerta América** de Silken (ver reportaje en página 78), con cada planta diseñada por un arquitecto diferente y con los modistos de referencia encargados de la decoración, es uno de los mejores ejemplos. Algunos modistos como **Giorgio Armani** han decidido crear sus propios establecimientos, así como los responsables de **Bulgari** tienen desde 2005 hoteles propios en común con **Ritz Carlton**.

Como explicó Claus Sendlinger, presidente ejecutivo de **Design Hotels** a TECNOHOTEL, el hotel es «mucho más que un lugar donde dormir. Forman parte de la vivencia del viaje y a menudo intensifican la inmersión en la cultura local». Aunque hay quien busca el toque específico de un personaje relevante de la moda, las artes gráficas o la arquitectura independientemente de la ciudad donde se encuentre.

Según Sendlinger, «los hoteles de diseño ofrecen algo para todo el mundo, desde los viajeros de negocios en busca de un ambiente íntimo para relajarse después de un día de trabajo con un servicio personalizado, al joven amante de los sitios *in*, así como la pareja que desea pasar sus vacaciones en un hotel de lujo dejándose mimar en el spa».

Pero como Patricia von Arend y Natalie Denys, propietarias de un estudio de interiorismo, declararon a TECNOHOTEL «un buen diseño no tiene por qué ser *fashion* y forzosamente caro, sino simplemente ha de saber realzar la personalidad del establecimiento».

Y es que los hoteleros independientes apuestan en su mayoría por coordinar ellos mismos las reformas y decoración de sus hoteles ante el temor de solicitar un servicio muy caro asociado a establecimientos de lujo: «Cada hotel puede tener una personalidad propia sin que tras ella haya una inversión millonaria». **TH**

Barcelona. Hoteles temáticos como Le Cobh francés, dedicado a la mitología celta, experimentan una necesidad incluso mayor de mantener las instalaciones en perfecto estado, lo que les obliga a renovar regularmente la decoración y asegurar un mantenimiento anual que, dando la impresión de que el aspecto del hotel no cambia, evidencia un cuidado y atención constantes. ■