

1. THE DIGITAL TROTTER CONCEPT ROOM

Cadena hotelera que ha propuesto el reto: NH Hotel Group

Perfil de huésped: Digital trotter

Estudio autor del interiorismo: Wilson Associates

Perfil del huésped: Digital trotter

Una persona creativa, flexible y consciente

El Digital Trotter viaja especialmente por trabajo, aunque saca tiempo de ocio de sus ratos libres. Pertenecer a la denominada Generación Millennial, es aventurero -un nuevo tipo de nómada contemporáneo-, pero pragmático. Valora que el alojamiento se vincule con la cultura de la ciudad en la que se encuentra y conectar durante su estancia con otras personas y profesionales afines, por lo que aprecia la existencia de espacios comunes de socialización. Es un viajero consciente, comprometido por el medioambiente, con preferencia por los productos eco, que además aprecia los interiores sencillos, pero de un diseño con personalidad clara. El descanso es un tema central para este Digital Trotter.

La cadena hotelera que ha inspirado el reto: NH Hotel Group

La Concept Room planteada enlaza con el posicionamiento de la marca NH Hotels: situada en el segmento Upscale de la cadena y que cuenta con hoteles contemporáneos y funcionales, ofreciendo máxima comodidad, tanto para los viajes de negocio como escapadas de ocio urbano, en las principales capitales de Europa y Latinoamérica.

Características del reto que ha inspirado el proyecto de Wilson Associates

- **Cozy (bubble) - Perfect sleep.** El confort y el descanso es un aspecto especialmente importante para este perfil de cliente, que debe poder al mismo tiempo ser balanceado con otras actividades como trabajo, relajación o ejercicio. El espacio de habitación debe ofrecer todo lo que nuestro consumidor persona necesita durante su viaje.
- **Adaptive features.** Incluir nuevas opciones que permiten personalizar la experiencia del Digital Trotter de una manera sencilla y transparente. El espacio debe ser adaptativo y flexible, con elementos configurables que pueden ser fácilmente controlados.
- **Eco-friendly and feel safe.** Seguir una línea de sostenibilidad y de protección de los recursos naturales en el equipamiento, al tiempo que se refuerza la percepción de higiene y limpieza, entre otros, mediante el uso de tecnologías que exigen un menor contacto con elementos de control.
- **Connectivity and technology.** Condiciones y prestaciones tecnológicas de primer nivel, especialmente en cuanto a conectividad. Al mismo tiempo, se buscan soluciones estéticas que no conduzcan a una excesiva modernización para evitar la exclusión de otros perfiles menos digitales, o más sensibles con la materialidad del espacio.
- **Do It Yourself.** Fomentar el descubrimiento y la exploración para contribuir a que el cliente realice una actividad más diversa desde el propio espacio de habitación.
- **Sophisticated.** Sofisticación máxima a través del interiorismo, donde lo confortable es importante y se logra armonizar con las texturas y calidades de los materiales utilizados. Se enfatiza también la búsqueda de la multi-funcionalidad utilizando mobiliario y tecnología, así como de una sensorialidad añadida, mediante colores, formas y elementos que sacan al cliente de lo habitual.
- **Connection with local culture and natural elements.** El espacio debe formar parte del entorno en el que se encuentra y ofrecer al cliente completa transparencia sobre el origen y la historia de los elementos que componen el interiorismo, por ejemplo, a través de materiales, decoración, texturas, etc. que toman las condiciones locales como inspiración y se perciben de cercanía.

Vídeo y más detalles sobre el reto de diseño en: https://youtu.be/4-zPpFV9Y_Y

2. THE ECO-HEDONIST CONCEPT ROOM

Hotel que ha propuesto el reto: Le Meridien Ra

Perfil de huésped: Eco-Hedonist

Estudio autor del interiorismo: Lagranja design

Perfil del huésped: Eco-Hedonist

Un viajero global con preocupación por su bienestar y por disfrutar los placeres del mundo con una conciencia anti-consumista.

Busca principalmente el clima cálido del sur de Europa, su gastronomía, así como descubrir las costumbres y recursos locales. Es una clientela que viaja para disfrutar el destino elegido, no quiere estar en constante movimiento durante su estancia. Considera el hotel como una base y, a partir de este punto, planifica diversas escapadas. No le gusta sentirse “de paso”, sino que quiere tener su sitio, una estabilidad, conocer bien el destino e incluso establecer relaciones durante su estancia. Son personas que planifican con tiempo su viaje y pueden quedarse entre 1 y 3 meses. Es un viajero que tiene una necesidad mayor de espacio y quiere sentirse en “*un hogar*”.

El hotel que ha inspirado el reto: Le Méridien Ra Beah Hotel

Le Méridien Ra Beach Hotel & Spa es un hotel 5 estrellas GL situado en la Costa Daurada, a 40 minutos de Barcelona, resguardado en un microclima de 330 días soleados al año. El edificio donde se ubica esta Concept Room se asienta en el antiguo Sanatorio de Sant Joan de Dios inaugurado en 1929. En 2003 se convirtió en un hotel de 144 habitaciones en un entorno de jardines y terrazas y que dispone del mayor thalasso SPA de España.

Características del reto que ha inspirado el proyecto de Lagranja design

- **Campo-Mar-Cielo.** Extraer la inspiración del *terroir* donde está implantado, para lograr una calidez y confort utilizando una paleta de tonos naturales y cálidos con predominio de tonos ocres, verdes, azules y las texturas de madera y fibras naturales (algodón, lino, lana).
- **Tecnología-Humanizada.** Utilizar la tecnología como elemento potenciador del confort y lujo. Debe funcionar como un portal para la personalización de la experiencia, evitando incurrir en una experiencia tecnificada y compleja.
- **Re-Energize.** Crear un ambiente de descanso inspirador, que proporciona un rebote de energía y creatividad. Esto se logra al utilizar elementos de arte, libros y mensajes que a lo largo del día nos permiten reactivarnos. Una atención especial a la iluminación y el aislamiento acústico proporcionaran el efecto “oasis de inspiración”.
- **Atemporal.** Mobiliario de un estilo *timeless-chic*, donde el confort y diseño se integran en un ambiente atemporal, ni moderno, ni clásico... eternamente chic!
- **Hedonista.** Una atención especial a los espacios más personales, donde el “YO” domina. Potenciar una distribución que asegure la adecuada privacidad de las personas que comparten la habitación, así como espejos de grandes dimensiones, espejos de aumento e iluminación de baño.
- **Soluciones eco-conscientes.** Promover la sostenibilidad medioambiental con los clientes. La utilización más racional de los recursos naturales, la consciencia anti-consumismo anti-desperdicio.

Vídeo y más detalles sobre el reto de diseño en: <https://youtu.be/PGRpBXl8Bvo>

3. THE SLOW FAMILY TRAVELLER CONCEPT ROOM

Cadena hotelera que ha propuesto el reto: Guitart Hotels
Perfil de huésped: Slow family traveller
Estudio autor del interiorismo: Patrick Genard y Asociados

Perfil del huésped: Committed Traveller

Viajar, una actividad para fortalecer lazos familiares

El Slow Family Traveller viaja para compartir tiempo de calidad en familia. Este perfil practica una maternidad o paternidad más consciente, en la que la familia se sitúa en el centro. Son buscadores de espacios de aprendizaje y siempre que pueden fomentan en sus viajes la conexión con la naturaleza. Estas familias siguen la filosofía “slow” porque buscan hacer extraordinario lo cotidiano y esencial: no toman la educación de sus hijos como una carrera, sino que siguen los procesos naturales de los niños. Hacen escapadas cerca de casa y valoran la calidad sobre la velocidad. Aprecian los entornos cuidados, sencillos, pero bellos. La comodidad es importante para este perfil, pero también lo es el diseño.

La cadena hotelera que ha inspirado el reto: Guitart Hotels

La Concept Room se inspira tomando como referencia principal los hoteles de la cadena ubicados en Lloret de Mar, en la Costa Brava en Cataluña. Un entorno turístico, el de Lloret de Mar, que se encuentra inmerso en sus últimos años en una reconversión turística hacia un modelo *family friendly*, más orientado a las necesidades de las familias, sostenible y conectado con los recursos naturales de este destino turístico.

Características del reto que ha inspirado el proyecto de Patrick Genard & Asociados

- **Conexión local.** Reflejar la conexión del espacio interior con el entorno en el que se encuentra ubicado el hotel y su naturaleza. Incorporación de elementos que directa o indirectamente rememoren los rasgos distintivos de la Costa Brava.
- **Celebrar lo cotidiano.** Remarcar la componente “slow” en el estilo de vida de este perfil de cliente, por ejemplo, en lo relacionado con la comida ecológica, potenciando una vertiente natural y fresca.
- **Espacios diferenciados y multi-funcionales.** Facilitar la separación de actividades dentro de la misma habitación. Se plantea la búsqueda de alternativas de “espacio escamoteable”, que permitan ocultar el equipaje y otros accesorios a la vista de manera sencilla. Se valora que las separaciones físicas del espacio planteadas sean de naturaleza multi-funcional.
- **Social by design.** Contemplar aspectos específicos en la habitación que permitan hacer “un guiño” al propósito social (especialmente, a través de las actividades de su Fundación Climent Guitart). Reducir el impacto medioambiental, tanto en los materiales utilizados como en otros elementos presentes en la habitación, como *amenities*.
- **Sustitución de elementos habituales en la habitación.** Sustituir algunos elementos de equipamiento con una tendencia clara hacia el desuso, con el objetivo de ofrecer opciones más prácticas y alineadas con las necesidades cotidianas de los miembros del Slow Family Traveller.
- **Confort para todos.** Promover un diseño accesible, especialmente confortable también para un cliente “silver”. Esta accesibilidad universal del espacio debe ser incorporada al diseño de la habitación de una manera muy desapercibida, alejada de cualquier concepto asistencial.

Vídeo y más detalles sobre el reto de diseño en: <https://youtu.be/MilzPOZS2so>

4. THE COMMITTED TRAVELLER CONCEPT ROOM

Cadena hotelera que ha propuesto el reto: Castilla Termal Hoteles

Perfil de huésped: Committed Traveller

Estudio autor del interiorismo: Cuarto Interior

Perfil del huésped: Committed Traveller

Estancias significativas, no sólo cómodas.

El Committed Traveller vive con la sostenibilidad en mente, tiene en cuenta el impacto social y medioambiental que generan sus estancias. Para este huésped viajar es una oportunidad para reconectar interiormente, descansar y, al mismo tiempo, explorar y vivir nuevas experiencias (gastronómicas, ecológicas, deportivas, etc.). Es una persona buscadora de entornos naturales y espacios rurales. Este viajero busca un impacto positivo en el medio local en todo momento.

La cadena hotelera que ha inspirado el reto: Castilla Termal Hoteles

La Concept Room toma inspiración en los hoteles termales de esta cadena, que abarcan establecimientos de 4 y 5 estrellas situados en edificios con un marcado carácter histórico. De manera específica, se utiliza como referencia espacial para esta Concept Room una habitación del Hotel Balneario de Olmedo.

Características del reto que ha inspirado el proyecto de Cuarto Interior

- **Sustainable living.** Promover la cultura por la sostenibilidad que en Castilla Termal Hoteles nace en la arquitectura de sus edificios y se traduce al interiorismo de sus espacios. Debe vincular el espacio con atributos ecológicos y de sostenibilidad, con “toques” de la zona en la que se ubica el hotel.
- **El agua, un elemento central.** La presencia del agua es un claro atributo diferenciador de la cadena hotelera. Es un elemento central durante todo el *customer journey*, desde la zona de balneario y tratamiento a la experiencia general del Committed Traveller, que busca el bienestar a través de actividades que aúnan cuerpo-mente en torno el agua.
- **Conexión con el entorno local.** Conectar el interior con las raíces locales, por ejemplo en el diseño del mobiliario, o la decoración, realizada por artesanos locales. Esta fuerte relación con el entorno también se traduce en otros aspectos importantes que enlazan con la filosofía “slow”, como el consumo de productos e ingredientes Km0
- **Predominio de la luz natural.** Asegurar una buena iluminación es esencial para conseguir la sensación de confortabilidad deseada, tanto en habitaciones como en espacios comunes del hotel.
- **El baño como elemento inspirador.** Invitar a reflexionar sobre el rol que puede ejercer el interiorismo de la zona de baño de la habitación para establecer un vínculo con el espacio y servicios de wellness presentes en el balneario, donde “se viva el agua”.
- **Una experiencia para fotografiar y compartir.** Hacer que el espacio sea *instagramable*, con estética cuidada, que invite a la foto e inspire a la escapada, principalmente por *viajeros comprometidos* urbanos.
- **Una experiencia confortable para todos y todas.** Para la clientela mayor edad cobra especial relevancia la consideración de elementos de accesibilidad en la habitación. Además, las funcionalidades para controlar el entorno deben ser sencilla, intuitivas y fácilmente usables.

Vídeo y más detalles sobre el reto de diseño en: <https://youtu.be/nIJ8cSLVwEQ>

Para más información y/o solicitar entrevistas:

Rosario Santa María
Undatia Comunicación
rsantamaria@undatia.es
656 321 712