

Laboratorio de Diseño Nacional

Durante el mes de marzo se llevó a cabo el Primer Laboratorio de Diseño Nacional

La idea original de este Primer Laboratorio de Diseño Nacional nace del espíritu inquieto de quienes permanentemente buscan lo diferente y la pasión de quienes aman lo que hacen. Así, Gustavo Yankelevich y Máximo Ferraro, de ESTUDIO MODO CASA, crearon este espacio de intercambio para aquellos que se atreven a sumergirse en el mundo del diseño nacional, admirarlo, cuestionarlo y reflexionar en equipo para mejorarlo.

En una reunión exclusiva, de la que participaron colegas y referentes del ámbito, se analizó qué pasa hoy en día con el diseño nacional, cómo se ve aplicado en los hoteles, y cómo estos representan una carta de presentación de nuestro diseño como marca país hacia el exterior.

Así fue que se convocó a: Gabriela López y a Judith Babour, diseñadoras reconocidas con estudios que llevan su nombre, a Alicia Baena, arquitecta de la Sociedad Central de Arquitectos y a Soledad Aguado, periodista especializada en Arquitectura, Diseño y Construcción y Directora de Bootik, empresa que desarrolla contenidos periodísticos.

El punto de partida se encuentra en un interés común de los participantes que aman lo que hacen y tienen ganas de compartir lo que saben. Esta mesa de trabajo, debate y experimentación evaluó, analizó y compartió la visión y opinión sobre el diseño nacional en hoteles.

El diseño como todo proceso creativo, necesita de un escenario con un alto grado de libertad para poder desarrollarse de manera saludable. Por eso se invitó a los participantes a que expresen lo que piensan, lo que creen, a que sean libres en cada una de sus declaraciones, porque en este laboratorio no hay verdades absolutas.

ESTUDIO MODO CASA es con el otro y por eso genera estas instancias de aprendizaje compartido, agregando valor a cada uno y enalteciendo el rol del diseño en el mercado nacional.

A partir de tres preguntas disparadoras se abrió el debate entre los participantes:

- *Encontramos diseño en la propuesta hotelera nacional?*
- *Este diseño nos representa?*
- *Qué se puede realizar para ampliar la presencia del diseño en la propuesta hotelera actual?*

Luego de analizar varias opciones de hotel boutique nacionales, los participantes llegan a la conclusión de que en la mayoría de los casos, se presentan algunos gestos de diseño, pero que todavía se trata de un terreno rico por explorar.

El hotel implica la creación de un equipo interdisciplinario

La intervención de un hotel boutique implica trabajar en equipo con colegas de diferentes especialidades.

Un hotel representa la combinación de ofertas que se encuentra dentro de una misma caja: residencial, gastronómica, artístico, turístico, paisajístico, de iluminación. En este sentido se menciona que el escenario ideal es aquel que arme un equipo de profesionales idóneos desde el inicio del proyecto y no un ensamble de profesionales posterior.

Esta realidad, según los especialistas en diseño, permite generar grandes beneficios.

El contar con miradas interdisciplinarias desde el momento en que nace el proyecto, confluye en la concreción exitosa de las metas. La multiplicidad de visiones, alineadas y puestas en valor provoca un resultado óptimo tanto en términos de la transmisión de la identidad del proyecto, como en el alcance de los objetivos de negocio, desde cada una de las aristas que implica la propuesta. Es por esta razón que resulta primordial que el inversor o desarrollador seleccione e involucre a todo el equipo, responsable por la materialización de la obra, desde el inicio de la misma. Arquitecto y diseñador se unen para poder convertir el sueño en realidad, pensando en el proyecto integrado.

En los últimos años se ha producido, en el país y en el mundo, un crecimiento exponencial de los hoteles boutique. Los mismos buscan satisfacer demandas puntuales de huéspedes cada vez más exigentes que buscan servicios y espacios distinguidos en donde pasar su estadía. Estos nuevos negocios asumen el desafío de acercar al mercado alternativas concretas que se diferencien en gran medida de las ofrecidas por las cadenas internacionales. El diseño cumple un rol fundamental en este marco. El mismo, según los profesionales especializados, puede actuar como facilitador de aquel eje sobre el que el hotel desea posicionarse, y por ende diferenciarse, de lo existente en el mercado. Una vez definido el lugar que se desea alcanzar, resulta indispensable que quienes lideran este tipo de negocios cuenten con la mirada de un diseñador que traduzca y desdoble la intención en un proyecto real.

El Diseño como generador de identidad

Los hoteles boutique se encuentran hoy en día en un segmento altamente competitivo. Y en esta competencia, la generación de una identidad sólida, permite diferenciarse del resto de la oferta de la plaza. En este espacio se considera que existen dos players fundamentales para transmitir los atributos deseados: especialistas en Marketing y Comunicación y profesionales del diseño. Los primeros aportan un enorme diferencial respecto al concepto sobre el que se trabajará y hacia el lugar al que se irá. Mientras que, los diseñadores se distinguen por contar con una inmensa capacidad para comprender, detectar, percibir y transformar. Convierten deseos en proyectos reales. El diseñador es un ser curioso por naturaleza y observador por excelencia. Es el profesional idóneo para interpretar al otro logrando traducir el concepto en un espacio real y vívido.

El diseño es un traje a medida y el hotel requiere vender un concepto. Lo importante está en lograr que se viva el concepto que se ofrece, desafío al que se enfrentan cada uno de los nuevos hoteles boutique del país.

En Argentina muchos de estos nuevos negocios han comenzado a transmitir a través de sus espacios ciertos conceptos. Esta realidad se da principalmente en el interior del país, en donde la identidad está alineada a la idiosincrasia del lugar. Sin embargo, existen aún grandes oportunidades de posicionamiento para estos servicios turísticos. El diseñador representa así un aliado estratégico para hacer de la intención de diferenciación, una verdadera propuesta innovadora. Aquel viajero que apuesta al hotel boutique busca un lugar que no sea un “no lugar”. Un destino que te haga sentir especial. Un lugar en el que te sientas “mimado”, no sólo “atendido”.

El lobby del hotel juega un papel fundamental en estos proyectos. Es el primer lugar que visualiza aquel que ha elegido minuciosamente una de estas propuestas y al mismo tiempo se le exige a este espacio una condición indispensable de multifuncionalidad. Esta exigencia es resultante de los nuevos comportamientos de los consumidores en general. El lobby de un hotel ya no se presenta solamente como un punto formal, sino que debe invitar a la interacción.

Pero más allá de los desafíos que signifiquen la materialización de un hotel con identidad, es importante no perder de vista que el conjunto de espacios deben tener un mismo lenguaje que refuerce el mensaje final. Está comprobado como uno obtiene sentimientos de bienestar y agrado cuando se ingresa a un espacio diseñado. El lugar te debe abrazar desde un lenguaje encantador. Aparece así el diseño bajo otro criterio, otra búsqueda donde aparecen diversos protagonistas: colores, texturas, gestos que te atan al lugar.

El diseño busca mejorar la calidad de vida de las personas. Y la hotelería acompaña desde su misión acoger al otro.

Creación de valor que mejora la rentabilidad

Hace algunos años que comenzó a entenderse a nivel masivo el valor agregado del profesional de diseño de interiores: cómo logran cambiar la ecuación económica de un producto o servicio. Y esta realidad no es ajena a los hoteles boutique. Es así que el diseñador de interiores le agrega al Hotel estética, funcionalidad y rentabilidad.

Existen incalculables demostraciones del valor que el diseño le ha aportado a ciertos productos y servicio. El consumidor está dispuesto a pagar más por las soluciones que lo conviertan en alguien especial, por consumir ese tipo de propuestas. En hotelería a nivel nacional, aún queda un camino por recorrer. Los diseñadores de interiores tienen el desafío de demostrar que su trabajo tiene la capacidad de multiplicar la rentabilidad del negocio.