

diseñando

Interiorismo y decoración

Nº 1 | Octubre 2024

ENTREVISTAS

**ALEJANDRA
POMBO**

Estudio de Interiorismo

**RAQUEL
CHAMORRO**

Interior Design Studio

**ALICIA GARCÍA
CABRERA**

Directora General de CASA DECOR

**DISEÑO
Y EQUIPAMIENTO
DE BAÑO**



GAMADecor



Descubre más




PORCELANOSA Grupo

SUMARIO

Nº 1 - OCTUBRE 2024



PROYECTOS

- 2 **ACTUALIDAD**
HOTEL MIRADOR DES PORT / PIA CAPDEVILA INTERIORISMO
- 12 **NAILS BAR CONCEPT**
JOSÉ MANUEL FERRERO / ESTUDI{H}AC
- 54 **VIVIENDA UNIFAMILIAR**
ESTUDIO SARA TORRIJOS



ENTREVISTAS

- 6 **ALEJANDRA POMBO**
PLASMAR LA REALIDAD DE UN SUEÑO
- 16 **ALICIA GARCÍA CABRERA**
Y EL EFECTO CASA DECOR
- 48 **RAQUEL CHAMORRO**
INNOVACIÓN, BELLEZA Y BIENESTAR



REPORTAJES

- 28 **CASA DECOR**
LA EVOLUCIÓN NATURAL DE LA TECNOLOGÍA
- 60 **DISEÑO Y EQUIPAMIENTO DE BAÑO**
UN ESPACIO DE CONFORT, EXCLUSIVO Y SOSTENIBLE



SECCIONES

- 40 **PROYECTOS**
- 88 **NOVEDADES**
- 92 **PROVEEDORES**
- 96 **FERIAS Y CONVOCATORIAS**



diseñando
Interiorismo y decoración



Alezu Ediciones



@alezuediciones



Alezu Ediciones



alezu
ediciones

Editor/Director: **Martín Aleñar** • Socia/Ejecutiva: **Alba Zuluaga** • Dpto. Maquetación: **Alberto Martín** • Dpto. Redacción: **Natalia Crespo, Laura López** • Dpto. Comercial: **Vlad Dolnyi, Javier Pérez**
Dpto. Informática: **Álvaro Tocados** • Soporte Web: **Pentasy** • Imprenta: **Naturprint** • Distribuidora: **A&D Publicidad Directa** • Depósito Legal: **M-17629-2024** • ISSN: **3045-4182** •
Edita: **Alezu Ediciones, S.L.** / Carpinteros, 6. Ofic. 29 (Edificio Prolar) 28670 Villaviciosa de Odón (Madrid) www.alezuediciones.com / contacto@alezuediciones.com / Tel.: **917947899**

El estudio buscó transmitir la idea de estar en una isla, creando un entorno propicio con elementos, texturas y colores naturales, como se observa en esta panorámica del office.



HOTEL MIRADOR DES PORT

PIA CAPDEVILA INTERIORISMO

ARMONÍA DE AMBIENTE MARINERO



En colaboración con el estudio de arquitectura Arqués-Kassem & Molinero Arquitectura, Pia Capdevila ha desarrollado este proyecto de interiorismo y decoración, generando un “look&feel mediterráneo” de conjunto donde << todos los elementos, texturas y colores naturales nos llevan a sentirnos en un lugar mediterráneo, junto al mar. Las vistas al puerto de Mahón ayudaron mucho a crear ese entorno pero, sobre todo, quisimos reforzar la idea de que estamos en una isla >>>, nos asegura la interiorista, cuando le preguntamos sobre las sensaciones que su estudio buscó transmitir con este proyecto de interiorismo y decoración.



Pia Capdevila.



El nuevo edificio Hotel Catalonia Mirador des Port, completamente remodelado y que se suma al existente, está ubicado frente al puerto de Mahón (Menorca), y presume de contar con una ubicación privilegiada sobre un mirador con vistas al mar y a escasos diez minutos andando del casco antiguo y de la zona comercial de la ciudad. Y es, sobre esta propuesta, y en colaboración con los arquitectos del estudio Arqués – Kassem & Molinero Arquitectura, donde el estudio Pia Capdevila Interiorismo ha desarrollado su talento para ofrecer una nueva imagen. Este trabajo en equipo, con las pautas que han marcado ambos, tanto los arquitectos como la cadena hotelera, resultó -según palabras de Pia Capdevila- “...maravilloso. Ya habíamos trabajado juntos en varios proyectos anteriores y sabíamos, por experiencia, que nos compenetrábamos y entendemos muy bien; respetándonos en todos los parámetros de las intervenciones de cada uno. Hacemos buen equipo...”; por lo que los condicionantes no fueron excesivos “...tanto nosotros como interioristas, y ellos como arquitectos, respetamos las decisiones profesionales del otro. Lo único que nos condicionó, a nosotros como interioristas, fueron

los espacios, ya que venían marcados por la distribución del arquitecto, aunque siempre se han revisado en equipo”.

Con esta adaptación a las nuevas necesidades se ha incrementado el número de habitaciones, por lo que las estancias comunes debían contar con más capacidad, algo que ha provocado un cambio de ubicaciones con respecto a la configuración anterior, llegándose a crear espacios nuevos, tanto en exteriores como en interiores. “Todos los elementos, texturas y colores naturales nos llevan a sentirnos en un lugar mediterráneo, junto al mar...”, en una coexistencia homogénea que marcó su interiorismo y decoración: “queríamos que el hotel estuviera enfocado a un look muy marinero. Es por eso el uso frecuente del color azul, los ambientes playeros, muy mediterráneos y con texturas naturales. Un proyecto que respire calma”, afirma Pia Capdevila; pero para conseguir ese look&feel hotelero, “se han implementado materiales

Se encuentra la calma a través de los colores, las texturas y la iluminación, creando un espacio que transmite armonía en su conjunto.

<< Es un hotel con mucha luz, que invita a la calma, pero con muchos toques de estilo marinero >>

con unos acabados muy naturales que imitan a maderas viejas, fibras naturales y estucos pétreos, con ayuda de una cuidada iluminación indirecta que potencia este efecto y nos hace disfrutar desde la calma de las maravillosas vistas del hotel”, explica la autora del proyecto.

Destaca en la memoria la importancia del color azul, ese “guiño marinero” presente en habitaciones y en estancias comunes; y, también, la abundante iluminación natural, todo ello una parte esencial de la nueva imagen pretendida, con la que ha trabajado su estudio; “...tomamos como punto de referencia e hilo conductor un look marinero y náutico, pero no orientado a un ambiente de barco, si no a un look y ambiente portuario para potenciar el hecho de que se trata de un hotel con vistas al mar, situado en un puerto, y con el privilegio de estar en una isla. Esta idea la

trabajamos mediante texturas, estampados, colores que reflejaran ese look, y todo ello mezclado con fibras naturales y piezas de mobiliario y decoración, en un estilo muy mediterráneo para que añadieran calidez”. Además, añade la interiorista, “es un hotel con mucha luz, que invita a la calma, pero con muchos toques marineros, y donde el azul está siempre presente como hilo conductor, tanto en las habitaciones como en otras estancias comunes”.

Con respecto a las sensaciones logradas con su interiorismo y decoración, incide Pia Capdevila en que “...la calma la encontramos a través de los colores, las texturas y la iluminación; pero, sobre todo, creando un espacio que transmita armonía en su conjunto. En este caso, y con el objetivo de conseguir transmitir esa calma, como el proyecto venía marcado y condicionado por los tonos azules, trabajamos en una paleta de azules algo agrisada”. #

Se trabajó mediante piezas de mobiliario y decoración, en un estilo muy mediterráneo para que añadieran calidez.



ALEJANDRA POMBO

PLASMAR LA REALIDAD DE UN SUEÑO

La identidad propia de Alejandra Pombo se traduce en un principio básico que transmite a su equipo: “me encanta mimetizarme con el cliente y explorar qué es de verdad lo que quiere y en lo que se siente a gusto”, afirma a lo largo de esta entrevista, en la que descubrimos más aspectos de las inquietudes que mueven a esta interiorista; joven... pero con una dilatada experiencia.

Crear espacios con identidad propia es el objetivo del estudio que dirige la interiorista en la Calle Ferraz, del madrileño Barrio de Salamanca; un equipo en el que confían importantes grupos de hostelería y restauración, tanto nacionales -Paraguas (Numa Pompilio), Ancha (Fismuler), Grupo Azotea (Cuartel del mar) o Grupo Lateral-, como internacionales -la Única o Fayer, entre otros-. Además, importantes cocineros de la talla de Paco Roncero (Momculinary) o Jesús Sánchez (Amós Rosewood Villamagna) confían en Alejandra Pombo. Como también lo vienen haciendo relevantes cadenas hoteleras, como son Vincci Hoteles, Kaizen Hoteles o Can Tres Formentera, entre otras. Pero conozcamos más de esta destacada profesional -y de Alejandra Pombo Estudio de Interiorismo- con las preguntas que le hacemos desde nuestra redacción.

Las emociones, y las sensaciones que provocan, lo son todo en esta vida; ¿definiría el interiorismo como una herramienta plástica con la que transmitir emociones?, ¿qué significa para Alejandra Pombo el diseño de interiores?

“Bueno, siempre he dicho que cada proyecto debe ser único, debe tener alma propia y ser capaz de transmitir sensaciones, conceptos, ideas...con un perfecto equilibrio entre funcionalidad y estética. Si el espacio no te transmite algo, nunca lo vas a acabar sintiendo como tuyo o un espacio donde te sientas cómodo. En mi trabajo veo esencial esta parte y que el cliente sea consciente de ello cuando empieza a vivir el espacio”.

Catorce años es ya mucho tiempo para un estudio que, siendo joven, cuenta con un portfolio abultado en proyectos relevantes; →



Como en esta residencia de la Moraleja de Madrid -ambas fotos-, los espacios fluyen uniformemente mostrando personalidad propia.

<< Si el espacio no transmite algo, nunca lo vas a acabar sintiendo como tuyo o un espacio donde te sientas cómodo >>

**<< Tenemos la suerte
de que cada año
entran proyectos más
interesantes en el
estudio >>**





¿qué hitos más significativos han marcado el desarrollo ascendente de su estudio?

“Monté mi estudio en plena crisis que eso en principio podía parecer un mal momento, pero todo lo contrario, fue bastante bueno. Era un momento en el que se democratizaba el interiorismo, eran casas pequeñas que querían reformar y eso hizo que poco a poco empezara a crecer. Un hito muy importante para mí fue que dos grandes grupos como el Grupo Paraguas (Numa Pompilio) y el Grupo La Ancha (Fismuler) confiaron en mí, y fueron proyectos coetáneos y sin embargo muy diferentes entre ellos, opuestos, de hecho. Numa es el exceso, transporta al cliente a un palacio italiano donde evadirte del centro de Madrid para disfrutar de Italia. Y por otro lado está Fismuler, que representa la NO decoración. Lo importante era el producto, sin aderezos. Sin adornos de decoración vacía”.

“...esto tuvo bastante repercusión, no sólo porque fueron proyectos muy bonitos sino porque potenció nuestra personalidad: ser capaces de adaptarnos al extremo con

<< Monté mi estudio en plena crisis... un momento en el que se democratizaba el interiorismo... >>

una ejecución impecable. Luego vino el siguiente hito que fueron los hoteles Vincci, ahí se abría una nueva área de desarrollo en el estudio también apasionante”.

¿Cómo afronta un nuevo proyecto Alejandra Pombo, considerando la coyuntura medioambiental, en cuanto a la sostenibilidad, el ahorro energético y el reciclaje? ¿Cree que estos factores pueden llegar a condicionar -positiva o negativamente- la creatividad de un trabajo?

“Creo que hoy en día hay muchas herramientas para tener en cuenta la sostenibilidad en el interiorismo. Hay que intentar concienciar a nuestros clientes. Existe una fuerte creencia de que cualquier parte sostenible va a ser aburrida o de poca calidad, pero ya no es así. Por ejemplo, hemos desarrollado con Ecocero paneles fonoabsorbentes con piezas

Los restaurantes Numa Pompilio - foto superior o Tottori - fotos de la derecha-, ambos en Madrid, forman parte del abultado portfolio de restauración del estudio.



modulares y orgánicas para crear una cocktelería sofisticada y elegante en la Feria de MIAD. Se pueden hacer cosas bonitas, hay que tener la mente abierta”.

De qué proyecto se siente más orgullosa? ¿Qué le gustaría volver a diseñar?

“Esto es como si a un padre le preguntan cuál es su hijo preferido, es difícil elegir. En realidad es lo que hace que siga tan enamorada de mi trabajo, todos tienen algo especial, en algunos una localización única, en otros el cliente que he creado un vínculo especial, en otros la estructura de los espacios, en otros la creatividad que te han dejado utilizar... siempre guardo un recuerdo muy especial de todos, por una cosa u otra”.

Adaptarse a cada trabajo requiere de mimetismo “camaleónico”, del que se hace gala con los proyectos realizados; pero, estando condicionado a esa adaptación, ¿se puede definir un estilo propio que lo distinga del resto?

“Efectivamente, me encanta mimetizarme con el cliente y explorar qué es de verdad lo que quiere y en lo que se siente a gusto. No tengo un estilo, pero si una manera de trabajar muy definida, considero que es una virtud saber entender y captar lo que quiere mi cliente. Soy una herramienta para hacer realidad sus sueños y somos capaces de plasmarlo espacialmente”. →



Hostelería, restauración, oficinas, proyectos residenciales..., sus trabajos son variopintos; a la hora de afrontar un reto, ¿dónde se siente más realizado su equipo de interioristas?

“Puede parecer genérico, pero en cualquier proyecto se consigue una satisfacción por el resultado que conseguimos. En vivienda por ejemplo, aporta cosas que no aportan los otros, restauración y hostelería trabajan con otros tiempos, pero te dan otras herramientas... Me hace mucha gracia, y ya me ha pasado varias veces, que acuden a nosotros gente que, preguntando por algún estudio que pueda hacer un proyecto ‘raro’ o complejo, vienen recomendados a nosotros porque saben que somos capaces de plasmarlo. Gestionamos tanta diversidad: desde el Santiago Bernabéu, un restaurante de moda, un espacio de realidad virtual, una clínica, o un club financiero con años de historia”.

¿Qué opinión le merece la especialización de su sector?

“Cada vez se está especializando más, antes un interiorista podría ser cualquiera, y hoy en día el cliente es super exigente, busca a alguien realmente preparado, con conocimiento. No llaman solo para decorar, quieren que hagamos el espacio completo, al final somos arquitecto de interiores, quieren un cambio en el espacio de una manera global, hace falta más especialización”.

¿Qué tendencia hay actualmente en el interiorismo en nuestro país?, ¿por dónde cree que se caminará en los próximos años?

“En general tiendo a evitar tendencias, cada espacio tiene que hablar de sí mismo, y un espacio tiene que tener personalidad propia y no seguir tendencias. Al final eso tiene una fecha de caducidad y sin embargo considero que los trabajos que hago deben de ser

En Club Financiero Génova, en Madrid, -las tres fotos- es uno de los trabajos más destacados de la interiorista.





<< El cliente es super exigente, busca a alguien realmente preparado, con conocimiento... quieren que hagamos el espacio completo >>



atemporales. No tienen que pasar de moda, pasará su ciclo de vida, pero no porque una moda o tendencia deje de estar en auge”.

Por último, ¿en qué proyectos se encuentra embarcado su estudio?, ¿nos sorprenderá Alejandra Pombo con algún trabajo relevante próximamente?

“Este año tendremos proyectos diferentes, bastante curiosos y diría que emblemáticos. Tenemos la suerte de que cada año entran proyectos más interesantes en el Estudio y no dudo que este año no pasará desapercibido. Hablamos en 12 meses y me cuentas qué te ha parecido lo que hemos hecho”. #

[Proyecto]

NAILS BAR CONCEPT

*JOSÉ MANUEL FERRERO/
ESTUDI{H}AC*

UN ESPACIO DE
RELAX Y BIENESTAR,
EQUILIBRADO Y
ORGÁNICO

El nuevo espacio que estudi{H}ac ha diseñado para KRION refleja el relax y el bienestar, otorgando una paleta bicolor en tonos neutros y azules celestes que, con formas orgánicas, aporta una infinidad de posibilidades en superficies y propiedades que mejoran el bienestar de sus usuarios por sus particularidades exclusivas: carencia de poros, anti bacterias, resistencia, durabilidad, fácil manipulación, escaso mantenimiento y fácil limpieza.

Fotógrafo: Adrián Mora Maroto.



Ubicado en la Ctra. Villareal – Onda km 1. Villareal (Castellón), y con una superficie de 50 m², este espacio conceptual de cuidado personal, de la firma KRION -Porcelanosa Grupo-, cuenta con pavimento porcelánico de su empresa matriz, así como de revestimientos y techos de Krion Blue Light 4701 y trasera de de Krion Crystal White; entre otros de los materiales más destacados.

El Krion es cálido al tacto, similar a la piedra natural y sostenible. Está compuesto por dos terceras partes de minerales naturales (ATH: Trihidrato de Alúmina) y un bajo porcentaje de resinas de gran resistencia. Con ello logra conseguir acabados perfectos y de gran naturalidad que se perciben a la vista. El espacio se centra con una mesa longitudinal escultural, con una iluminación propia -un juego de retículas retroiluminadas que hacen al espacio totalmente puro- que conforma, jugando con un mobiliario orgánico y equilibrado, un entorno exclusivo. →

José Manue Ferrero.



[Proyecto] Nails Bar Concept

El atelier de José Manuel Ferrero, estudi{H}ac, se ha convertido -en tan solo 20 años- en un referente del diseño nacional e internacional. La pasión que imprime el diseñador a su trabajo se palpa desde el primer instante; reflejando, en sus piezas o elementos creativos de cada proyecto, un estilo de vida “bespoke” -hecho a medida-, que le define.

Se podría definir al industrial valenciano -galardonado con los GERMAN DESIGN AWARDS, IF DESIGN AWARDS, RESTAURANT & BAR DESIGN AWARDS, ICFF NEW YORK, entre otros...- como una persona discreta, culta, creativa y elegante; dueña de un estilo de vida que siempre le mantiene en plena actividad creativa, algo que transmite a los integrantes del estudio.

El equipo de estudi{H}ac lo forman diseñadores industriales, interioristas y arquitectos, con una gran experiencia y amplio conocimiento teórico en diseño de producto, diseño de espacios comerciales, retail, hostelería y exhibiciones. Cada proyecto se realiza con pasión, buscando soluciones innovadoras y creativas, como el espacio NAILS BAR CONCEPT, que presentamos.

De esta manera, la base de cada proyecto reside en el concepto inicial, por lo que el equipo concibe la historia propia de cada trabajo desde su origen; para así emprender, con una libertad creativa segura y capaz, iniciativas como las llevada a cabo con clientes como TOYOTA, PALLADIUM, SOLAN DE CABRAS, IBERDROLA, FERIA DE VALENCIA, MELIA, LEVANTINA, ONDARRETA, PIÑERO, además de PORCELANOSA, entre otros muchos. #

El estilo de vida “bespoke” define el trabajo de José Manuel Ferrero.





ramonsoler.

grifería **Adagio**
accesorios de baño **Ergos**
rsramonsoler.com



reddot winner 2024



GERMAN
DESIGN
AWARD
2023

ALICIA GARCÍA CABRERA

Y EL EFECTO CASA DECOR

Desde 2017, Alicia García Cabrera es la directora general de Casa Decor, un cargo que conlleva mucha responsabilidad, y de cuyos éxitos habla en plural porque para ella, el prestigio nacional e internacional de esta institución, se debe al trabajo en equipo. En esta entrevista nos desvela curiosidades y entresijos de una plataforma que fomenta la innovación, sostenibilidad, creatividad y las relaciones entre profesionales del hábitat, y que, 59 ediciones después, sigue teniendo un futuro prometedor.

Fotografías: Casa Decor 2024. Alicia García Cabrera y Palacio de la Trinidad

Alicia, gracias por su presencia en el primer ejemplar de la revista **Diseñando, Interiorismo y Decoración**.

Un placer, claro que sí.

¿Cada edición de Casa Decor representa un nuevo comienzo o una continuidad?

Bueno, cada edición tiene diferentes desafíos. Es verdad que hay un principio que une todas las ediciones, que es la búsqueda de la excelencia en todos los procesos. Pero dicho esto, cada edición es un lienzo en blanco porque cada edificio es diferente al anterior. Nosotros no somos una feria, somos una exposición, es un evento único y eso ya nos sugiere la complejidad que conlleva, ¿no? Cada edificio al que llegamos es nuevo, no hemos estado en él anteriormente, ni sabemos cómo lo vamos a abordar. Entonces, partimos de cero.

¿Cuáles han sido los retos de la última edición celebrada en primavera de 2024?

Diría que el jardín. Tener tanto exterior y querer involucrarlo de manera natural al interior, con tres zonas diferenciadas, como son el exterior, el palacete y el pabellón de invitados, y que todo esto dialogase. Diría que esto es lo que más esfuerzo y estudio ha conllevado. Y bueno, que sea un edificio histórico también, porque aunque ya estamos acostumbrados a ello, en Casa Decor nunca hay nada fácil, no podemos dar nunca nada por hecho.

¿Y en qué consiste su labor como directora general de Casa Decor?

Una dirección general lo que supone es aunar todos los departamentos para que todos funcionen a la perfección, para que todos se consoliden, que cada uno haga sus tareas de manera independiente, pero a la vez cohesionados. Eso por la parte interior. Por la parte de la gestión de clientes, significa trabajar de media con 200 participantes entre profesionales que tienen diferentes estudios del sector hábitat, más todas las marcas que se incorporan, las que ya tenemos y las nuevas que están. Toda esa gestión, validación y la supervisión de todas esas etapas y colaboradores es lo que corresponde a una dirección. Y por supuesto, la estrategia, porque cuando llegamos a la casa nosotros ya tenemos mucho trabajo hecho, no sólo de documentación comercial, sino de comunicación, de marketing y de proyecto. Toda esa estrategia se tiene que elaborar desde una dirección, sobre el terreno y, siempre lo digo, sin microgestionar, estando en todo, pero sin estar, yo creo que es lo más relevante. Pero vamos, que aquí estamos todo el día ocupados, porque si no, no llegaríamos a tiempo para algo tan importante. →

<< En Casa Decor nunca hay nada fácil, no podemos dar nunca nada por hecho >>





Entre las funciones de la directora general de Casa Decor, están la coordinación de equipos y la creación de estrategias de trabajo, de marketing y de comunicación.



Cuéntenos, ¿quiénes son los profesionales que hacen posible Casa Decor?

Pues diría que son personas apasionadas. Para estar en Casa Decor tienes que serlo. Siempre digo que todo lo demás se puede aprender, se puede mejorar, pero tienes que ser apasionado y, sobre todo, tener una gran capacidad de adaptación con un perfil multidisciplinar para ayudar en donde se necesite, aunque tenemos muy muy claro que cada uno tiene su cometido. Y son personas dedicadas, apasionadas, que puedan apoyar a otros y tener resiliencia. Esa es la verdad. También tienen que ser personas que no se asusten ante los retos, que tengan valor y garra, que sean experimentadas... La media de edad de casa Decor es bastante alta. Es algo que podemos decir con orgullo. Diría que de las más jóvenes estamos todas cerca de los 50, pero la mayoría es mucho más mayor que nosotros. Y esa experiencia es un auténtico grado para nosotros. Luego, es un equipo mayoritariamente de mujeres. No es algo que hayamos buscado, es que siempre ha sido así en Casa Decor, y creo que eso ha sido un plus. Desde luego, no nos importaría incorporar más talento masculino, estoy segura que nos ven-

<< La pasión para salvar los retos... es lo más importante para trabajar bien, y la excelencia. Pero la parte fresca lo da el edificio >>

dría muy bien. Pero las mujeres experimentadas, que llevan muchísimo tiempo haciendo esta labor, creo que han llevado a Casa Decor donde está.

Entonces, ¿la pasión es la clave del éxito de cada edición, lo que hace que los visitantes salgan con ganas de renovar su casa?

Ese es "el efecto Casa Decor", como lo llamamos. (Risas).

Yo diría... La pasión para salvar los retos, que es lo más importante para trabajar bien, y la excelencia. Pero la parte fresca lo da el edificio. Y tener la visión de querer hacer algo diferente cada año. Como cada sede de Casa Decor es diferente, es imposible que hagamos algo igual aunque es verdad que con tantos años de Casa Decor (porque llevamos 32 años, vamos a hacer la 60 edición) a veces a sido complicado, y hay que reconocerlo.

El Palacio de La Trinidad data del año 1928. Fue construido por encargo de D^a Ángeles Gutiérrez Suárez, por el arquitecto Luis Alemany Soler, bajo inspiración sevillana y estilo regionalista tardío.

Según Casa Decor, la edición de 2024 ha sumado 49.150 visitantes. En cuanto a la exposición, se han decorado 3.600 m², divididos en 46 espacios en los que han intervenido 133 firmas, 77 profesionales y 25 artistas y artesanos. Además, el 53% de los participantes eran españoles.

Casa Decor siempre es arriesgado, pero había que arriesgar más teniendo clara nuestra visión de buscar algo diferente, comisariar una experiencia y conseguir la excelencia. Y eso comienza con la parte embrionaria de un edificio nuevo cada año.

¿Cuánto tiempo necesitáis para preparar cada edición?

Un año, de los cuales unos seis meses somos visibles. Pero el resto, seguimos trabajando porque con todo lo que nosotros movemos en Casa Decor es imposible que se hiciese en unos meses. ¿Y por qué digo que seis meses somos visibles? Porque en diciembre damos el campanazo: anunciamos

que Casa Decor ya tiene casa, tiene nueva ubicación, tiene nueva sede. Todos los medios los recogéis. Y en enero presentamos la edición. Pero incluso al cierre, nosotros estamos elaborando informes, desmontando la exposición y, a la vez, ya estamos trabajando en la edición 2025 preparando toda la documentación, la estrategia y todo lo que vamos a implementar, porque cada año implementamos nuevas cosas.

Como paramos en agosto, en junio y julio pisamos el acelerador para tenerlo todo preparado y así, al volver en septiembre, reunirnos con los posibles participantes para hacer la prospección de profesionales, de marcas y llegar a diciembre con el edificio estudiado. Es entonces cuando podemos empezar con la parte visible, cuando ya todo el gran público, tanto profesional como final, nos ve. Y ya llegamos justos en realidad.

A la hora de afrontar el proyecto, ¿nunca se trabaja más de una edición a la vez?

Muchas veces trabajamos en paralelo dos ediciones. Por ejemplo, el palacete, nosotros lo empezamos a estudiar en 2021 y como somos muy organizados, cada departamento tiene su hoja de ruta. Y luego hay una hoja de ruta general donde dividimos seis meses que dedicamos solamente a esta edición y que tenemos que estar súper presentes, atender a los medios, a los clientes, a los participantes, a los visitantes... Estamos ahí. Y otros seis meses que tenemos que trabajar la edición siguiente, en paralelo con otras posibles porque como vamos a edificios diferentes, cada edificio nos exige cosas diferentes. Y bueno, una readaptación al medio. Eso es algo muy bueno porque nunca estamos en un área de confort, nunca podemos hacer nada igual.

¿Y cómo consiguen estas casas tan especiales? ¿Tienen profesionales investigando, contactan las inmobiliarias...?

Esto es algo bidireccional: nos llega y nosotros llegamos. Es verdad que ya llevamos muchos años haciéndolo y hemos tejido relaciones de confianza con muchas de las propiedades que ya han estado en Casa Decor, y con las cuales hemos repetido. Es decir, que si repetimos es porque les interesa. Si Casa Decor es una campaña comercial, de marketing y comunicación para cualquier participante, pues para la propiedad aún más.

Realmente, no son edificios que estén vacíos, hay edificios que están con un cambio de uso, que están pendientes de un →



proyecto, que están utilizándose para otro tipo de cosas, pero que no se veía. ¿Qué hace Casa Decor? Destacarlo sobre la oferta inmobiliaria de la capital y ponerlos en valor, poner el sello Casa Decor: si Casa Decor ha pasado por ahí es que es un edificio interesante.

Para una inmobiliaria, el hecho de que pase Casa Decor y muestre un edificio en un entorno de innovación y diseño es venta segura, ¿no? O un edificio que tú quieras alquilar o vender por completo, Casa Decor es el agente necesario para que eso pase. Entonces, tanto nosotros estudiamos posibilidades y estamos pendientes de todo lo que pasa en el sector, como el sector está pendiente de nosotros. Así que es un trabajo bidireccional, largo y arduo, donde no todo sirve. En eso estamos.

¿Ha ocurrido el tener más de un candidato?

Sí, por supuesto, siempre tienes diferentes posibilidades pero no porque hay un edificio peor o mejor que otros, sino porque hay proyectos mejores que otros. O sea, el proyecto a realizar, en general, es el que tiene que importar. También la ubicación. Todos los edificios tienen posibilidades, tienen brillo, y lo que hay que hacer es trabajarlos, estudiarlos y ver todas las posibilidades técnicas y operativas para ello. Y la parte artística, por supuesto, la experiencia que vamos a generar también es algo que nos mueve mucho para tomar la decisión.

En última instancia, ¿quién toma esa decisión?

Bueno, el equipo técnico de proyectos de Casa Decor, que se compone de interioristas, de arquitectos técnicos, de arquitectos, de ingenieros de la edificación y calculistas, ya sean colaboradores internos o freelance. Con ellos es con quien lo definimos. Es verdad que desde la dirección general yo quiero crear una experiencia, no yo como Alicia, sino yo como Casa Decor. Lo que pretendemos es contar historias nuevas cada año y no hacer siempre lo mismo. Es decir, si hemos hecho un edificio muy clásico un año, a lo mejor nos gusta ir a uno racionalista o a uno industrial. No siempre se puede porque también te interesa que tenga un buen recorrido, buena situación... Pero cada año quieres crear cosas nuevas a pesar de las circunstancias. Por ejemplo, el edificio de 2021, Canalejas, que estábamos con Omicrón, había muchos eventos que todavía no habrían... Pues queríamos un edificio tan bonito que la gente se quedase totalmente ilusionada, que dijese, "esto lo tengo que conocer". O en 2022, Goya. Dijimos, vamos a un sitio donde haya mucho tráfico,



mucha gente, donde el propio barrio anime la exposición y creemos un proyecto en un edificio menos histórico, pero que sea a la vez muy motivador. Bueno, pues cada año buscamos también esa experiencia que también es parte de Casa Decor.

¿Y para 2025 ya tienen uno en mente?

Tenemos varios en mente. (Risas). Esa es la pregunta del millón y es el secreto mejor guardado. Siempre estamos estudiando posibilidades. No nos limitamos a uno, ponemos varios candidatos y de ahí saldrá el mejor. A veces, también por tiempos llegamos más a uno que a otro, porque tenemos que salir en diciembre, y si abandonamos uno, volvemos a él otro año si es que se puede. Vamos ju- →

El diseño de joyas y los procesos comerciales internacionales forjaron los inicios profesionales de Alicia G. Cabrera. En 2014 comenzó a colaborar con Casa Decor, siendo 2017 el año en que asumió su cargo como directora general.



Alta Decoración Impresa

Acompañamos a profesionales en el proceso de diseño y elección de materiales, ofreciendo un servicio ágil y personalizado con resultados de muestreo inmediato.

Especializados en **WallPapers** y **Tejidos Impresos con relieve** de alta calidad, sin límites en tiradas mínimas, sobre todos los soportes y con garantías de montaje.

T. 91 611 71 52 - deco@naturprint.com

naturprint
comunicación gráfica



<< Para estar en Casa Decor tienes que ser apasionado y sobre todo tener una gran capacidad de adaptación con un perfil multidisciplinar, todo lo demás se puede aprender >>

gando un poco con lo que hay. Es un proceso muy interesante y muy enriquecedor y, sobre todo, compartir esto con los profesionales del sector inmobiliario, que es maravilloso cómo trabajan y lo que nos descubren en Madrid.

¿Qué hay que hacer para participar como profesional? ¿Es un evento cerrado o abierto a todos?

Es abierto. Es la otra pregunta del millón, y es importante que se sepa que esto no es un club privado. Siempre lo decimos. Casa Decor está abierto a todos los profesionales, pero es verdad que existe un proceso. El proceso es “apúntate a nuestra web, déjanos tus datos y nosotros lo que haremos es pedirte un portfolio y mirar el trabajo”. No nos importa que sea un trabajo extenso o no extenso, que tú puedes llevar 20 años en la profesión y nunca haber participado en Casa Decor, y nos interesas. O tener tres trabajos y también interesarnos.

No es una cuestión de eso, sino de que lo que veamos sea merecedor de estar en Casa Decor. Y cuando decimos ‘merecedor’ es que no nos sirve todo lo que aguanta el papel. Hacer un proyecto es tener un concepto, que todo tenga un hilo conductor, un porqué; que haya una base técnica y una base conceptual, artística... Es decir, un todo. Y no nos vale que nos digas: “bueno, voy a hacer una experiencia y voy a poner un mar”. No, explícanos cómo lo vas a hacer.

Eso todo parte de una excelencia donde no hablamos de opiniones personales. Es decir, a mí me puede gustar el rojo y a ti no, o al revés, sino de saber hacer un proyecto, de que haya buena factura, y que el proyecto tenga un sentido de principio a fin. Eso es lo que nos importa y eso es lo que vamos a valorar, más allá de que a uno le guste la piedra, a otro la madera, o que alguien sea muy profuso en detalles y otro sea minimalista. Eso no es lo importante. Lo importante es que

sepan hacer el proyecto de verdad, poder realizarlo.

De hecho, a nosotros, por ejemplo, lo que nos llama la atención de Casa Decor, es aquello que no se ve. Lo que damos por hecho, pero que conlleva técnica, conocimiento y organización.

Sí, es el reto. Es una Masterclass, hay cosas que hacen los participantes que nunca antes han hecho porque se retan a sí mismos (por eso también tenemos el departamento técnico, porque todo tiene que estar medido y calculado). Y Casa Decor es un gran laboratorio de ideas y consultoría de materiales para experimentar. Claro, no puede experimentar cualquiera porque también es un riesgo para nuestro nombre. Pero nos encanta que lo hagan siempre desde el máximo respeto y la seriedad. Luego, lo que pasa entre bambalinas es el “sufrimiento bueno” de algo que es como un parto, porque si ya estás metido en el tema, va a salir igual, quieras o no, porque hay que abrir.

Y cómo se gestiona el tema económico de los participantes, ¿Casa Decor financia a los expositores o lo hacen ellos mismos?

Casa Decor es una empresa privada y es una pyme. Es decir, nuestro negocio está en que la gente participe, nos visite y pague su entrada. Si no, pues Casa Decor no existiría porque no tenemos ningún tipo de ayuda estatal ni nada así; dependemos de nosotros mismos y facturamos una vez al año.

Dicho esto, Casa Decor sí promueve, hace una labor de mecenazgo y patrocina a espacios profesionales y de marca, porque nosotros tenemos dos tipos de espacios: los de marca hechos por un estudio, siendo ese estudio quien paga el espacio. Las marcas colaboran colocando y cediendo su producto. Entonces, participa gracias a una campaña asociada. Y a los profesionales que vienen de manera independiente a espacios profesionales, Casa Decor les patrocina con un precio especial, a mitad de precio, que Casa Decor asume para tener diversidad, cambio generacional y probar a nuevos profesionales, que es lo que nos interesa. →

Oficina y almacén:

P. Industrial Fuente del Jarro C/ Islas Baleares , 48A
46988 Paterna / Valencia - España

✉ oficina@topsurface.es

☎ 961 10 19 82

➡ WhatsApp 621 18 81 36

🌐 www.topsurface.es

📷 [@topsurface.es](https://www.instagram.com/topsurface.es)

Suministramos una de las gamas más completas de productos de paneles a base de madera

TopSurface®

PANEL TÉCNICO
DE PARED PARA
INTERIOR Y
DECORACIÓN

ROCKO

Tiles by Kronospan

SIN OBRA
SIN ESCOMBRO
SIN POLVO

70% de mármol
Impresión digital
Revestido de UV
Fácil instalación

EXTRAORDINARIO
GRAN FORMATO:

2800 x 1230

2 DÍAS
ANTES





Dicho esto, es verdad que hay libertad creativa pero bajo el parámetro de que nosotros somos un gran proyecto colaborativo y hay que utilizar las marcas que participan porque, además, son una selección de lo mejor del sector.

La amplia presencia española en 2024 es un dato positivo, ¿verdad?

Sí, denota el buen momento que tiene el sector en España. Ahora mismo, ha adquirido una relevancia inusitada, sobre todo, la zona de Levante con un tejido industrial muy interesante y con productos nuevos, innovadores, sostenibles..., que muchas personas no saben que son producto cien por cien español. Además, es verdad que ha supuesto un 53% de marca, frente a 47% extranjeras.

Pero en estas españolas incluimos también a talleres artesanos. Es muy interesante esa confluencia que se da en España, de la

parte industrializada, incluso de casas modulares a, de repente, la artesanía de una empresa pequeñita que es lo que es España en sí mismo.

Creo que España está en un gran momento en el sector y se nota también en el emprendimiento. Producto español, sostenible y que provenga del emprendimiento nos interesa mucho. Y tenemos mucha empresa familiar, que eso también es España. Entonces, Casa Decor es un reflejo no sólo del sector sino de la parte empresarial nacional.

¿Es cierto que debido al éxito de la exposición entre profesionales extranjeros, se ha incluido a Casa Decor en un circuito internacional de eventos relacionados con el interiorismo europeo?, ¿qué papel desempeña el certámen español?

Una de las estancias vacías del Palacio de La Trinidad. Casa Decor se compromete a preservar los edificios que interviene, sin realizar modificaciones que alteren la estructura o elementos propios de las estancias o del propio edificio.



Sí, es verdad. Esto es muy interesante porque nosotros somos un evento singular, único en Europa, pero hay diferentes eventos en el continente también muy interesantes. Por ejemplo, nosotros estamos en primavera y el Salón de Milán también. Entonces, mucha gente, o bien antes de irse a Milán pasa por Madrid, o al revés, creando un circuito europeo para que norteamericanos y latinoamericanos, antes o después, nos visiten.

Además de eso, ahora mismo tenemos acuerdos con ferias internacionales como Maison&Objet, de comunicación y de visibilidad en nuestros canales. Pero Casa Decor también interesa mucho en otros países, no sólo europeos, por las marcas que participan y por la presencia institucional porque en los últimos años colaboramos con embajadas como la de Portugal, Bélgica, Dinamarca, Italia ahora también... Y empresas multinacionales que hacen acciones de marketing en otros países también se interesan por Casa Decor, siendo en muchos de los casos la única acción que hacen a nivel nacional en España.

¿La interacción con los medios de comunicación es relevante para Casa Decor?

Por supuesto, porque con la ayuda de todos los medios de comunicación creando contenido de calidad, hacemos de media 11 millones de repercusión mediática cuando cerramos en octubre (tenemos medidores y trabajamos con todo tipo de auditorías, no lo contamos por contar). Nuestro contenido interesa y lo trabajamos todo el año, incluso creando estrategias de comunicación.

¿Y en la era de la comunicación digital, se plantean nuevos retos o herramientas de difusión?

Sí. Por ejemplo, este año, la experiencia se ha ampliado con un mapeo de productos creando un panel de expositores virtuales que ha ayudado muchísimo a medios y visitantes, y que se sigue usando en nuestra web. Bueno, pues ese escaparate que se queda como histórico en nuestra web, es muy importante como sitio de consulta y de trabajo para vosotros, para nosotros y para todos los profesionales.

Cada año nos planteamos un reto digital que supone una inversión importante.

<< Este año, la experiencia se ha ampliado con un mapeo de productos creando un panel de expositores virtuales >>

¿Y cómo ha evolucionado la presencia de la tecnología y la domótica en Casa Decor? Porque en esta edición parecía más accesible, y no tanto un recurso para viviendas de lujo.

Yo creo que la tecnología ha tenido un proceso. Fíjate, en 2018, Francisco de Rojas, me acuerdo perfectamente que decíamos: "la principal novedad es la integración en el ámbito doméstico de la tecnología"; los hogares conectados era algo que empezaba y era más estético. Bueno, pues desde el 18 al 24 ha habido una evolución: pasamos a que todo el mundo puede tener parte automatizada en su piso domotizando, por ejemplo, la luz (porque además tendrás eficiencia energética); o de conectar los productos que tienes, por ejemplo, en tu cocina (que la cafetera te vaya haciendo café a través del móvil). Eso es así. Pero ha sido un trabajo durante muchas ediciones de esa experimentación y ese laboratorio de ideas para integrar la tecnología de una manera natural, y conseguir que pueda estar en cualquier tipo de metraje y de presupuesto. ¿Que la domótica sigue siendo cara? Bueno, como todo, depende de lo que pongas, ¿no?

¿En cuanto al perfil de los visitantes, son ahora más expertos que hace unos años?

Pues hemos notado muchísima evolución. Yo te diría que hemos ido de cero a cien. Nosotros empezamos en 1992, que fue un año de grandes efemérides, ¿no? Incluso yo diría que fue la modernización de España en muchos sentidos. ¿Pero quienes había? Pues personas que venían de Historia del Arte, de Bellas Artes, que tenían gusto, estaban viajadas y eran capaces de elegir textiles bonitos y de coordinarlos bien... Eso era decoración.

Nosotros ahora hacemos interiorismo. El interiorismo es cómo nos relacionamos con el espacio interior y cómo lo distribuimos, saber cómo van a afectar los materiales en uno u otro sitio... Es decir, ya es otra cosa.

Igual que nosotros hemos evolucionado en la parte profesional, el participante ve que el visitante cada día está más informado por los medios de comunicación o las redes. Ahora tiene muchos canales, mucho input para informarse, o eventos como Casa Decor que le permiten ir y ver todo in situ y ver el producto contextualizado.

¿Dónde lo notamos sobre todo? En el espacio más votado por el público. Nosotros tenemos una votación popular del visitante final, y otra votación del jurado independiente, de nivel, que siempre está en Casa Decor. →

Bueno, pues lo que elige el jurado cada vez se parece más a lo que elige el público. Eso significa que todos estamos más informados sobre lo que queremos y lo que necesitamos para nuestros hogares. Para ello también ha influido la pandemia, que fue un cambio de paradigma total. Yo diría que fue el corte para aprender.

Por cierto, una duda. ¿Casa Decor es marca España, o marca Madrid?

Es marca España, es marca global y marca del mundo. Yo siempre digo que Casa Decor (que además ha estado en Barcelona desde 1994 hasta 2012, en Valencia, en Lisboa, en Oporto, en Miami, en Londres...), al final, tiene que ser hija de la ciudad donde nació, porque es la forma de crear algo muy bueno, el poder dedicar un año entero a la excelencia, sin dividir talento ni presupuesto. Dicho esto, es verdad que nosotros decimos que somos orgullosa marca Madrid, ¡pero de Madrid al mundo! Nos consideramos marca nacional porque nos visitan de todos los puntos de España, y de fuera.

Pero es verdad que creo que falta ese reconocimiento nacional de entender que esto no es solo decoración. Nosotros aunamos diseño en sí mismo, diseño industrial, arte, arquitectura, paisajismo, interiorismo. Es todo el sector. Y vienen marcas porque también es estilo de vida. Es un gran conglomerado donde impactamos a la ciudad de Madrid, pero también a nivel nacional. Casa Decor es pura sinergia, es negocios y es muchos meses de trabajar para crear muchos inventos, muchos lanzamientos comerciales que se realizan ex profeso para Casa Decor y se presentan por primera vez.

Todo eso pasa en Casa Decor y deberíamos valorarlo porque generamos contenido de valor durante muchos meses y años. Es más, son proyectos totalmente disruptivos e innovadores pero atemporales, que siguen teniendo relevancia uno o dos años después. Casa Decor genera todas las tendencias y negocios de los siguientes años, algo que yo creo que se debería valorar.

Aprovechando la tesitura, ¿nos puede adelantar alguna tendencia para 2025?

Sí, hay tendencias que ya están consolidadas, como son el trabajo con materiales naturales. “La piedra ha sido la reina”, decíamos este año, porque la gente cada vez se siente más a gusto teniendo materiales naturales en su casa. Tú, la piedra la tocas y está fría. La piedra, cuando sale de su extracción, está como muy fresca, pero luego va creando más vetas...



Aunque no ha desvelado cuál será el edificio de la edición 2025, Alicia G. ha dado una pista interesante: en cada edición se intenta cambiar de registro para ofrecer algo diferente. ¿Será un edificio moderno y funcional? Habrá que esperar a diciembre para saberlo.

En fin, tiene momentos, ¿no? Igual que la madera se va transformando. Bueno, pues esos materiales naturales, nobles han venido para quedarse y seguirán en 2025.

¿Y qué nos puede decir del diseño biofílico, es algo pasajero o le queda recorrido?

Creo que también se mantendrá en 2025. Es importante acercar la naturaleza ya sea a través de materiales naturales como la piedra, u orgánicos como la arcilla. Pero también a través de colores. El verde este año ha entrado con fuerza. Hemos pasado de años de colores muy claritos, paleta cromática relajada, a escenografías saturadas, con mucho color. También los vanos en arco y todas esas formas redondeadas creando mobiliario orgánico que es como más amigable frente a las puntas, los ángulos rectos que siempre son más agresivos. En fin, creo que todo eso se va a mantener y que se va a trabajar con colores saturados, creando un trabajo como es España, diverso y diferente.

¿Cuál sería el sello del interiorismo español, si es que lo tiene?

Pues diría que esa diversidad de trabajo y de colores. Porque tú ves el sello italiano o el sello nórdico, y trabajan con una paleta cromática o de líneas más depuradas o más trabajadas. En España hay de todo, hay diversidad. Ese conglomerado de tantas culturas que han pasado por aquí nos da mucho colorido o menos colorido, profusión de muchos materiales o menos materiales... ¡Diversidad! Ahora mismo tenemos de todo y somos muy valorados. Por ejemplo, nos han escrito de la televisión francesa porque quieren sacar interioristas españoles, y quieren saber qué está pasando en España porque está siendo muy relevante a nivel internacional el trabajo de grandes casas realizadas por interioristas españoles, cada vez más valorados. Eso es muy interesante.

¿En España se acepta todo?

Si. Y eso es lo interesante, porque aquí se trabaja todo, incluso el interiorismo artesanal, y eso es lo que creo que está gustando.

Entonces, ¿la artesanía tradicional no desaparecerá en nuestro país?

Se le da una visión contemporánea con legado artesano como ha pasado con la artesanía de Castilla la Mancha. Sus artesanos estuvieron presentes bajo la visión innovadora y contemporánea de un director de orquesta, es decir, de un profesional que les permita innovar, que les dé un futuro y crear un legado artesano.

Alicia, ¿ha tenido o tiene algún edificio soñado para Casa Decor?

Pues yo diría que más que un edificio, cuando llegué tenía una ambición. Yo quería estar en Serrano; allí nunca había estado Casa Decor, se resistía, porque allí no hay nada vacío. Solamente por las marcas que están y por ser el principal eje comercial de lujo de la capital, era imposible. Bueno, pues a mí me hacía muchísima ilusión estar en Serrano, y lo conseguimos el año pasado.

Otro sitio donde me apetece mucho estar es en Castellana, porque sí ha estado Casa Decor en alguna edición, pero yo no. Y en Velázquez. Pero a mí también me interesan edificios de esquina porque dan mucha luz..., y eso lo estamos consiguiendo.

¿Qué no he conseguido desde que estoy? No he conseguido estar en un edificio industrial porque, claro, nosotros buscamos que esté dentro de la almendra de Madrid... Pero una nave de estas antiguas, tipo Matadero, no me importaría nada. Siempre buscamos procesos nuevos. No sé, a ver, que no me importaría estar en el Palacio de Alba, o el Palacio Real. ¡Oye!, si me lo dejan... (Risas).

Y bueno, un palacete con jardines también era algo que apeteecía mucho, pero que veía como un reto mayúsculo, ¿no? Y así ha sido, porque te tienes que enfrentar contra todos los elementos meteorológicos, huir de la obiedad para no meter todo paisajismo, que haya otras cosas... Pero nos liamos la manta a la cabeza, como cada edición. Somos incapaces de hacerlo sencillo porque si no, no se conseguiría lo que conseguimos. Y eso también es bueno porque se van cumpliendo sueños. Lo que hay que ser es paciente y estar siempre atento. Que la suerte te pille trabajando, ¿no? Yo creo que esa es la frase para Casa Decor. #

[Reportaje]

CASA DECOR

LA EVOLUCIÓN NATURAL DE LA TECNOLOGÍA

Acudir a Casa Decor es siempre una experiencia única que va más allá de exponer novedades o tendencias. Casa Decor es el lugar donde conectar y potenciar el talento, la creatividad y las relaciones entre interioristas, decoradores, arquitectos, fabricantes, marcas, medios de comunicación y clientes. Una sinergia que funciona porque los visitantes se van de allí con la cabeza llena de información valiosa, ideas fabulosas y unas ganas terribles de transformar sus viviendas. Por eso, regresamos al Palacio de La Trinidad para revisar las propuestas que demandará el cliente final este otoño-invierno 2024-25.

Casa Decor 2024. Espacio Niessen por Andreína Raventós Arquitectura. ©Nacho Uribesalazar.



El sector del hábitat ha demostrado su capacidad para ofrecer soluciones ingeniosas a los problemas de la vivienda en España, entre ellos, un elevado coste y la escasez de metros cuadrados habitables. Las casas construidas con módulos prefabricados forman parte de dicha solución.

Arquitectura modular

Y ya se han hecho un hueco entre los ladrillos tradicionales porque ofrecen muchas ventajas tanto a profesionales del hábitat, como al cliente final: son funcionales, sostenibles, personalizables, ahorran tiempo y abaratan costes. En Casa Decor 2024 se presentaron tres versiones diferentes: pérgola, hormigón y madera.

Ampliar la vivienda con módulos de hormigón móviles y autoportantes es una propuesta de la constructora Modular Home por Cargo Interiores. Esta propuesta permite levantar casas enteras, sólidas y estancas, integrando elementos de forja o cristal. Además, no requiere licencia de obra gracias a que su cimentación flotante incluye certificado de estructura desmontable y de movilidad, por lo que pueden instalarse en parcelas rústicas o en viviendas que hayan agotado el cien por cien de edificabilidad. →



Casa Decor 2024.
Espacio Xaza Outdoor por
Estudio Raquel Chamorro.
©Lupe Clemente.

Utilizar una pérgola de aluminio bioclimática y retráctil para anexas un nuevo espacio a la vivienda y crear una estancia independiente es una propuesta del Espacio Xaza Outdoor por Raquel Chamorro y David Álvaro Maroto. Cuando el tiempo es idóneo, techo y paredes se abren fundiéndose con el exterior; y se cierran en modo estanco creando un espacio interior a salvo de las inclemencias del tiempo. La clave para su habitabilidad es utilizar un mobiliario versátil.

La tercera propuesta es una moderna minicasita de módulos prefabricados de madera cien por cien reciclables (FSC), de WoodModular por Analía Malla y Julio Robles. Entre sus ventajas destacan la reducción de residuos en su construcción, el poco tiempo que requiere su construcción, unos costes finales más asequibles, las diferentes opciones de personalización, y su certificación energética 'Passivhaus': máximo confort con un consumo energético casi nulo.

Lofts, todo en un mismo espacio

¿Quién necesita paredes en su vivienda? Ante la escasez de metros, los lofts siguen ofreciendo lugares para vivir versátiles y muy estilizados.

<< Una de las singularidades de la edición fue el recorrido de la Exposición, que transcurrió por exteriores e interiores >>

La combinación de vivienda y despacho es el leitmotiv del Espacio El Corte Inglés por Marta Ureta para Decor Studio. 28 m² son suficientes para disponer una pequeña cocina, un despacho y un salón-dormitorio con sus respectivas áreas definidas gracias al mobiliario y la decoración.

Otro concepto de loft es la utilización de módulos de contrachapado de abedul para dividir un espacio en áreas diferentes; propuesta del Espacio Niessen por Andreína Raventós. Además, estos módulos se pueden 'mudar' con el inquilino, aportándole nuevas soluciones de habitabilidad y sostenibilidad a dondequiera que vaya.

Tecnología y domótica para todos

La edición 2024 de Casa Decor ha marcado un antes y un después en la integración de soluciones inteligentes. De recurso chic para viviendas de lujo, ahora representan soluciones cada vez más accesibles que se integran en →

Entre las propuestas de interiorismo destaca la tendencia de integrar espacios exteriores como nuevas estancias interiores.

**PORQUE LOS CLIENTES EXIGEN PROYECTOS
CADA VEZ MÁS INTEGRALES...**



**...HEMOS CREADO LAS REVISTAS
QUE EL SECTOR NECESITA**



En los próximos años se espera una proliferación de nuevos estilos de construcción, gracias a módulos fabricados en materiales como la madera o el hormigón, que permitirán crear estancias anexas o viviendas enteras.

cualquier propuesta de interiorismo para ahorrar energía, controlar la seguridad del hogar o crear ambientes diferentes (según necesidades y momentos del día), utilizando dispositivos móviles o asistentes de voz.

Este es el objetivo del sistema domótico ABB Room Touch en el Espacio Niessen. La pantalla táctil y los interruptores de la colección Alba, demuestran cómo es posible crear diferentes escenarios y sensaciones, subir o bajar persianas y regular la temperatura de la vivienda para, por ejemplo, recrear el momento del amanecer o aumentar la cantidad de luz para realizar tareas. En otros espacios, como en el de Mármoles Sol por Mandalay Interiorismo, la marca Niessen demostró su lado más práctico con detectores de movimiento para

controlar la luz artificial al paso de cualquier persona, y la posibilidad de poner música a distancia, o abrir la puerta exterior desde una aplicación en el móvil.

Por su parte, la marca Lutron en el Espacio Bang & Olufsen por Estudio Alegría, revela cómo modificar la atmósfera de una estancia en cuestión de segundos, integrando su sistema HomeWorks con los mecanismos metálicos Alisse y unas cortinas enrollables silenciosas. De este modo, se plantea la tendencia de transformar un salón de día, a una tenue sala de cine para disfrutar de los equipos de imagen y sonido de Bang & Olufsen.

Otra firma tecnológica es Gira, con diferentes propuestas de interruptores y sistemas de automatización eléctrica. Desde un modelo de interruptor analógico con pulsador basculante (en el rincón de lectura por Mausha Marsá); a la Smart Radio DAB+ de JUNG, con interruptores digitales de pantalla táctil y altavoces a juego (en el baño de Strohm Teka por Erico Navazo). Gira se centra más en el concepto de hogar inteligente al presentar el cable KNX que conecta y controla todos los dispositivos tecnológicos favoreciendo el ahorro energético y las medidas de seguridad; junto a mecanismos multitáctiles e intuitivos integrados en la cocina del Espacio Copatlife por Virginia Albuja.

La domótica de la italiana Bticino fusiona diseño y alta tecnología, algo que demostró en el espacio Nais por Devesa & Agenjo Interiorismo. Utilizando el móvil o un asistente de voz, resulta fácil controlar el nivel de iluminación y de climatización desde el termostato Ux One, o los interruptores Living Now with Netatmo.

Finalmente, en la edición la firma 2024, Hager revolucionó el Palacio desde su propio espacio Club X por Sigfrido Serra, creador de la serie de mecanismos personalizables 'X' (un guiño a los diez años de colaboración ente Hager y Casa Decor). Y aportó un toque personal el espacio Natuzzi por Miriam Alía con los mecanismos Berker R.3: con embellecedor cuadrado de chapa perforada en blanco, con canto de latón y dos interruptores semicirculares de diferente color.

Luces y acción!

De los interruptores, pasamos a las lámparas y los sistemas de iluminación técnica de Casa Decor 2024, con dos tendencias principales: una, crear diseños atrevidos con →



Casa Decor 2024. Espacio Modular Home por Cargo Interiores. ©Asier Rua.



SEMANA INTERNACIONAL DE LA CONSTRUCCIÓN

LIVE  Connect
IMPACTA 365D · CREA COMUNIDAD · CRECE

En coincidencia con:

 **matelec**
ELECTRICIDAD | INSTALACIONES | ILUMINACIÓN

 **CONSTRUTEC**

 **PISCIMAD**

 **VETECO**

 **SMARTDOORS**



**Impulso, construcción,
soluciones y personas.**

05-08
Nov

2024

Recinto Ferial
ifema.es

 **IFEMA
MADRID**

materiales innovadores que parecen obras de arte; y otra, ofrecer luminarias integradas en paredes y muebles, resultando invisibles hasta que se encienden y se delatan. El factor común es el empleo de tecnología LED avanzada junto a sistemas de iluminación inteligente que optimizan el consumo energético.

La marca Simon (referente en tecnología LED) demuestra cómo recrear un baño destinado a la introspección y el relax, con el sistema de iluminación lineal Gama 810, y los puntos de luz difusa Downlight 703 (Espacio Roca por Andreu Carulla). El mismo que se utilizó para recrear un ambiente más moderno y aséptico en el espacio Gómez Grau por Arqueha by Mr. Leco, a través de paredes y estructuras de piedra.

Las lámparas de diseño moderno y materiales artesanales de la firma Aromas del Campo dan luz y estilo (Espacio Arrital por Raúl Martins Estudio), destacando su lámpara colgante de cristal estriado 'Elma L'; y los apliques Laos, fabricados con paja, que ofrecen un resultado fresco y natural (Espacio Nais por Devesa & Agenjo Interiorismo).

De estreno en Casa Decor, la marca Häfele crea ambientes acogedores y futuristas (Espacio Natuzzi por Miriam Alía), con su sistema de iluminación LED Loox 5 que cambia de color y tonalidad (Espacio Bang & Olufsen) para regular la cantidad y tipo de luz con la domótica; y enfatizó el Espacio Formica por Wanna integrando lineales lumínicos en paredes y elementos como la ducha o la chimenea.

Cocinas de diseño, un mundo aparte

Las cocinas de Casa Decor son espacios para cocinar y celebrar la vida, como la cocina rosa del Espacio Delamora por Vonna, con elementos inusuales pero efectistas para dar relieve y aportar movimiento con vitrinas de color, esculturas de celulosa (obra de Ainhoa Moreno López) o paneles troquelados para envolver la isla y la campana de techo.

El azul vibrante en contraste con auténtica madera de roble natural es la propuesta del Espacio Linea 3 por Steven Littlehales. Su objetivo es demostrar que una cocina también puede integrar espacios para el relax, como una zona de lectura, y camuflar aquello que no se quiera compartir con las visitas, como el lavadero y un minibar. En contraste, muebles abiertos y vitrinas de

cristal con luces LED crean una cocina llena de buenas sensaciones.

Con una imagen más contemporánea, la Cocina Santos por José Antonio Santos ofrece opciones de mobiliario hasta el techo, maximizando la capacidad de almacenaje. Uno funcional que se camufla como una pared más de la cocina. Y otro más decorativo: un aparador de madera de fresno natural con vitrina de cristal ahumado, perfilería negra y baldas retroiluminadas. También destacan los complementos integrados dentro de los muebles; y cajones zócalos con sistema de apertura push, gran profundidad y diseño ergonómico.

El ambiente palaciego y vanguardista de los años 20 inspiró el Espacio de Sixty Pro, con mobiliario negro artesanal de gran capacidad, molduras-tirador, y paneles que ocultan espacios de almacenaje. Y demostró cómo la elección de encimeras claras y vitrinas de cristal aportan ligereza al ambiente de la cocina, que también se puede personalizar incorporando elementos decorativos atípicos como espejos, lámpara de araña, candelabros de latón, papel decorativo y un suelo elegante y luminoso.

Con una estética más moderna y depurada, la cocina del Espacio Arrital por Raúl Martins Studio integra el concepto 'living' con un rincón de lectura y una mesa de pared para estudiar o hacer manualidades. El gris neutro del mobiliario crea una atmósfera serena, cuya monotonía se rompe con estanterías en tonos anaranjados y, una vez más, una apuesta por una decoración llamativa, aunque muy elegante.

El Espacio Copatlife por Virginia Albuja ofrece un concepto ecléctico y de alto standing. El mobiliario oscuro, rematado con un lacado mate antihuellas, oculta la cocina cuando sus puertas están cerradas, transformando esta estancia en el nuevo salón. Para reforzar esta dualidad, además de la domótica de Gira, utiliza el techo acústico de Ideatec: paneles de fibra de poliéster reciclado que elimina ruidos ambientales externos y absorbe los ruidos creados en la propia cocina.

El diseño biofílico se cuele en la cocina provenzal del Espacio VG Living por Virginia Gasch, con plantas enredaderas por →

<< Las cocinas, además de funcionales, se convierten en espacios para celebrar la vida >>



Realizados en materiales naturales (madera, seda, ratán, corteza, algodón, sisal, etc.), y también con acabados metalizados, los revestimientos murales aportan un grado más de lujo a espacios ya de por sí elegantes y sofisticados.



Casa Decor 20'24. Espacio El Corte Inglés por Decor Studio con Marta Ureta. ©Nacho Urbesalazar.



Casa Decor 2024. Espacio Legado Artesano Castilla-La Mancha por Romero & Vallejo. ©Nacho Urbesalazar.

7 CLAVES DEL INTERIORISMO EN CASA DECOR 2024

- 1** Sostenibilidad. Uso de materiales reciclados y técnicas sostenibles en todo tipo de materiales, revestimientos y mobiliario.
- 2** Domótica. Integración de avanzada tecnología que ofrece bienestar, seguridad y ahorro energético.
- 3** Diseño biofílico. La integración de elementos naturales para crear ambientes saludables y relajantes.
- 4** Colores naturales. Predominio de tonos tierra y pasteles para crear ambientes relajantes, y de verdes intensos, azules, rojos y amarillos para aportar lujo y sofisticación.
- 5** Tejidos con texturas orgánicas. Las telas se ven y se sienten dando calidez y profundidad a la decoración. Predilección por linos gruesos, terciopelos y tejidos artesanales.
- 6** Artesanía. Se recupera la artesanía tradicional dándole nuevos usos decorativos.
- 7** Impresión 3D con materiales de desecho. Permite un gran desarrollo creativo, y la personalización de cada pieza.

paredes y techos; y muebles bajos a juego, gracias a una pintura lacada en un tono verde muy natural. En contraposición, estanterías de apariencia delicada se extienden por el techo para sostener una lámpara imitación a ramas naturales. Los contrastes, otra tendencia muy presente en el interiorismo español, se incluyen en el suelo cerámico Wadi de Nais, la tapicería de Misia Casamance Group, o la original mesa rosa de tres patas.

Baños que invitan a quedarse

Los cuartos de baño de Casa Decor son auténticos santuarios privados. Tal cual, el Espacio Roca por Andreu Carrulla Studio recrea un lugar sagrado integrado en un jardín exuberante, diseño de Guguiarte (empresa especializada en diseño biofílico). Roca apuesta por la sostenibilidad en la pieza más icónica del espacio: una ducha integrada en el techo, de circuito cerrado. Y en el suelo, un revestimiento de la firma Terraconti es ideal para exteriores al admitir sistema de drenaje, es de fácil mantenimiento y tiene tratamiento contra rayos UV.

Pasamos de un santuario al templo de la antigua Mesopotamia, propuesta del Espacio Geberit por Miguel Muñoz Estudio, para rendir homenaje a la civilización que creó las primeras letrinas, los arcos y las bóvedas. Cada elemento cuenta una historia: desde el suelo personalizado de Pardo Stone Design, al friso de azulejos cerámicos esmaltados y cocidos a 1.060 grados de Cevica; o el mural creado con panel de revestimiento textil 3D de la firma

Arte (resistente al fuego).

Un ambiente más cosmopolita se consigue fusionando elementos clásicos y contemporáneos tan distintos como el metal, la piedra, la madera y los textiles con propiedades acústicas de la firma KA Internacional en colaboración con el interiorista Erico Navazo (Espacio Strohm Tekla).

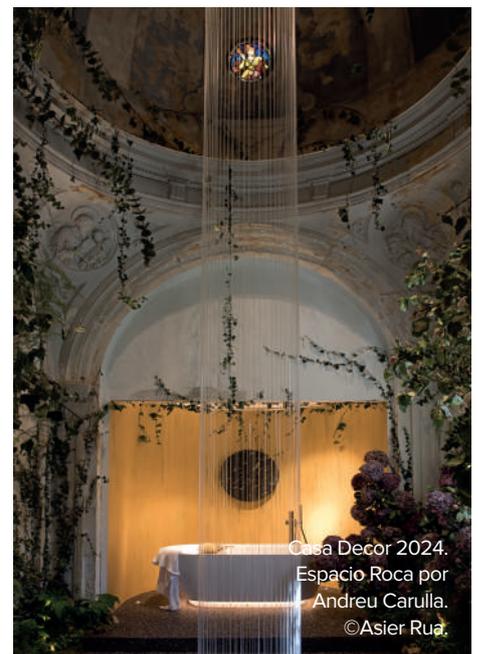
Más femenino y luminoso, el Espacio Jacob Delafon por Dorotea Estudio fusiona diferentes estilos y conceptos decorativos: naturaleza, moda o arte clásico (mármol Travertino de Museum Surfaces) y andalusí (cerámica Cevica). También una estética retro o moderna presentes en los sanitarios de Jacob Delafon.

Herederás la piedra

Utilizar materia prima de calidad es una condición indispensable para participar en esta exposición nacional. Y en 2024, con permiso de la madera, del metal y del vidrio, es la piedra natural quien acapara el protagonismo. Además de por su belleza y versatilidad, destaca como un material sostenible gracias a sus propiedades de dureza y durabilidad, reutilización, aislamiento térmico y acústico.

<< Se imponen colores más dramáticos, como el verde botella, el azul océano o el gris topo. Incluso el negro se deja ver en lugares tan poco habituales como la cocina >>

Las tipologías de espacios interiores de esta edición fueron un compendio de creatividad e imaginación, en ocasiones de difícil definición. No obstante, las cocinas y cuartos de baño continuaron siendo protagonistas de la Exposición.





Casa Decor 2024. Espacio Línea 3 Cocinas por Steven Littlehales. ©Amador Toril.

Las cocinas admiten nuevos elementos para integrar desde rincones de lectura, a salones acogedores.

Así, diferentes versiones y colores de mármol, granito, cuarcita, ónix o caliza cubren suelos, paredes, mobiliario de cocina y dan forma a ambientes sibaritas (Espacio Mármoles Sol por Fran Cassinello de Mandalay Interiorismo) utilizando piedras blancas luminosas con matices grises y beige que aportan textura y carácter.

Una apuesta más arriesgada es la del estudio Dosalcubo (Espacio Dosalcubo), que lleva la piedra natural a otra dimensión literalmente hablando, colgando del techo una estructura de piedra texturizada. Además de una tendencia estética, este recurso se engloba en la tendencia del diseño biofílico, al integrar en la arquitectura interior un material noble y natural como es la piedra.

La marca alicantina Levantina The Stone Company (que inundó de cuarcita natural el Espacio Auditorio por Sandra Antón), abre las puertas a diferentes versiones de su piedra sinterizada Techlam®, una piedra artificial de gran calidad fabricada con alta tecnología (utilizado en el baño del Espacio RQH Studio).

Casa Decor demostró que sigue ganando peso la tendencia de unir encimeras y frentes de cocina con piedra natural, como proponen la firma italiana Sixty Pro, o la propuesta rosa del Espacio Delamora por Vonna (esta última

de ónix azul) que se decantan por la piedra de la marca leonesa Cupa Stone.

Siguiendo con las tendencias, no puede faltar la piedra natural de gran formato, una propuesta de Xtone (marca de Porcelanosa), para vestir paredes enteras o crear mobiliario de gran tamaño (Espacio Geberit por Miguel Muñoz). Y para concluir este apartado, hay que citar dos marcas que se estrenaron en Casa Decor. Una, la empresa alicantina Pardo Stone Design, que propone personalizar suelos de mármol, como el de la cocina del Espacio Arrital. Y otra, la valenciana Gómez Grau que ofrece la versión más versátil de la piedra en su propio Espacio diseñado por Archeha by Mr Leco, de la última edición Casa Decor.

Los colores que más pintan

La aparente neutralidad de la piedra contrasta con la subjetividad del color Pantone 2024, conocido como 'Peach Fuzz' y que se podría encasillar entre el rosa y el naranja, o definir como un melocotón suave. Pero independientemente de cómo se perciba, este color crea ambientes acogedores que invitan a la calma como en el Espacio Natuzzi de Miriam Alía, la cocina Delamora, o el Espacio Formica por Wanna.

La predilección por crear ambientes →

serenos, impone la elección de tonos con matices terrosos, beige o grisáceos en contraste con blancos naturales. Mientras que las versiones más lujosas y sofisticadas muestran predilección por los verdes intensos, en contraste con tonos metalizados. Esta combinación ofrece ambientes palaciegos y dramáticos como el baño recreado en el espacio de Blanca Rosa Gutiérrez. Pero también es utilizado para fundir paredes y mobiliario con elementos naturales, una tendencia patente en la cocina-invernadero del Espacio VG Living por Virginia Gasch.

Profusión de materiales

Algunas estancias de Casa Decor plantean auténticos retos decorativos que siempre llaman la atención de los asistentes por el potente contraste de formas, texturas, patrones y materiales, tal y como ocurrió en el Espacio RQH Studio: un aparente caos visual donde se mezclan los grises de los sanitarios Roca, con los tonos arcilla de la pintura Rock 0.5 de Eco-clay (de propiedades ignífugas, transpirable y anti-moho); además de proponer mobiliario de líneas puras junto con piezas arquitectónicas curvas que se solapan visualmente creando originales efectos visuales.

Con un diseño más fresco y contemporáneo, el Espacio Impar recrea otro juego de texturas desde el techo hasta el suelo, utilizando una solución novedosa, el sistema KioPanel® de la firma Kyodeco: plantillas troqueladas y muy ligeras, fabricadas con papel y cartón reciclado que se pegan sobre cualquier superficie creando patrones de formas o relieves. Además, se pueden pintar para recrear cualquier atmósfera deseada.

Otros materiales novedosos, que ya son tendencia, son los de la firma artesanal Harmony: revestimientos cerámicos blancos con volumen (serie Log White by Alt Design) para vestir las paredes; y suelos de la serie Glint que integran colores refrescantes en un patrón anárquico que, sin embargo, no resulta desordenado.

Y, por supuesto, la Formica, el producto estrella del Espacio recreado por estudio Wana, con diferentes acabados y una estética algo brutalista, suavizada por la combinación de líneas sencillas y el uso de colores grises y rosas. El laminado de alta presión Formica es un producto ecológico fabricado a partir de hojas de papel, y cuyos restos o desperdicios



Casa Decor 2024. Espacio Geberit por Miguel Muñoz. ©Nacho Urbesalazar.

<< En esta edición de Casa Decor se expusieron más de 600 materiales y productos distribuidos en los 46 espacios >>

se emplean para fabricar superficies innovadoras como la gama Fénix (suave, resistente al calor y antihuellas). Y para crear contraste hay varias opciones, como la integración de laminados metálicos Homapal (de aluminio natural con acabado espejo), una tendencia que demandarán aquellos clientes que buscan una estética sencilla, pero no simple.

En esta edición participaron 126 empresas, un 47% extranjeras.



ESPACIOS CONCEPTUALES

Innovar, impulsar nuevos sectores, jugar con materiales y técnicas, crear conciencia... Repasamos las nuevas propuestas que a buen seguro ya han tocado la fibra creativa de los profesionales del hábitat.

1 Espacio Neolith por Summumstudio (J. M^o Gimeno y Andrés Navarro).

Concepto: Espacio inmersivo para crear experiencias y conciencia medioambiental. Estructura hueca forrada de espejos, rodeada de agua el empleo de piedras sinterizadas (creadas de forma artificial, pero con aspecto natural).

Propuesta: Estructuras que se mimetizan con el entorno.

2 Espacio Nagami por Fran Cisneros.

Concepto: Infinitas posibilidades con la impresión 3D y el aprovechamiento de plásticos reciclados.

Propuestas: Lámpara chandelier neoclásica y solar. Paneles (PETG) fabricados con materiales reciclados y técnicas de alta gama. Y paredes con impresiones de plástico.

3 Espacio Mira Madrid por Personalk, temática "Oasis Marino"

Concepto: Espacio expositivo.

Propuesta: Un espacio que integra elementos visuales y sonoros para generar nuevas experiencias.

4 Espacio Universidad CEU San Pablo.

Concepto: Instalación que cambia constantemente con la luz y el clima, representando el cambio continuo.

Propuesta: Galería de metacrilato rojo.

Casa Decor 2024. Espacio Neolith por SummumStudio. ©Nacho Uribesalazar.



Casa Decor 2024. Espacio Nagami por Equipo Nagami. ©Amador Toril.



Casa Decor 2024. Espacio U. CEU San Pablo. ©Lupe Clemente.

Para finalizar este repaso a las propuestas de interiorismo presentadas en la última edición de Casa Decor, y que tendrán más demanda en los próximos meses, hay que poner en valor el proyecto presentado por los estudiantes del Máster de la Universidad de Diseño, Innovación y Tecnología en el Espacio Udit: una reinterpretación de la artesanía y morfologías clásicas, con un punto de vista contemporáneo, y la aplicación de técnicas modernas en materiales y elementos decorativos tradicionales para honrar el pasado, proteger el futuro y poner al ser humano como centro de los proyectos presentes. Toda una declaración de intenciones de la próxima generación de interioristas españoles. #

PROYECTOS



CLAUDINA RELAT STUDIO DISEÑA “CASA ECO” EN EL EMPORDÀ

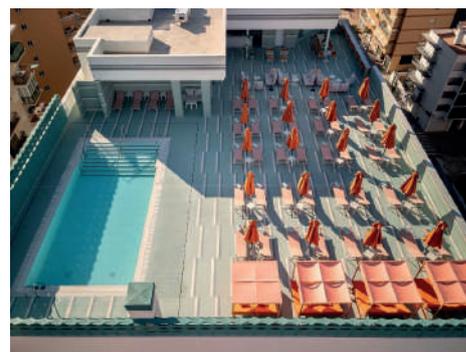


Partiendo de un presupuesto ajustado, las claves del proyecto son la construcción de una vivienda altamente sostenible y eficiente, que prioriza al máximo el confort y la calidad del aire interior, todo ello mientras mantiene unos niveles de consumo energético extraordinariamente bajos, avalados con la máxima calificación energética, A+. La casa ha sido diseñada utilizando materiales ecológicos y con un especial enfoque en la eficiencia energética. Cada detalle ha sido pensado para minimizar el impacto ambiental. Se ha optimizado el programa funcional para aprovechar al máximo cada metro cuadrado. La casa incluye tres habitaciones dobles y una suite principal, dos baños completos, un estudio, espacio de almacenamiento, un lavadero, una cocina, un comedor-sala de estar y un garaje, todo en una superficie construida de solo 187 m². Esta optimización ha permitido cerrar el proyecto con un presupuesto muy ajustado. La casa se ha diseñado desde el principio para que sea una casa de construcción con materiales ecológicos y eficiencia energética. Tiene un certificado A+ y verificado por el ICAEN. Se ha optimizado el programa funcional; tres habitaciones dobles y una suite, dos baños completos, estudio, gran espacio de almacenamiento, lavadero, cocina, comedor y sala de estar y garaje, con solo 187 m² construidos. Esto ha permitido cerrar el proyecto con un presupuesto muy ajustado.

Estudio: Claudina Relat Studio

www.claudinarelatt.com

659 316 659



ILMIODESING REVITALIZA EL “HOTEL ÁNGELA” DE FUENGIROLA

El estudio de interiorismo Ilmiodesign, dirigido por Andrea Spada y Michele Corbani, han llevado a cabo la espectacular remodelación del Hotel Ángela, perteneciente a la cadena hotelera ML Hoteles. El edificio, ubicado en el centro de Fuengirola, provincia de Málaga, frente a una de las mejores playas de la Costa del Sol, ha experimentado una increíble metamorfosis que, con una visión totalmente contemporánea, envuelve al visitante en una cautivadora atmósfera gracias al exquisito tratamiento del color y al cuidado diseño. Cada detalle del interiorismo, realizado por el estudio con profusión de elementos diseñados totalmente a medida, se ha trabajado con esmero. De la actuación destaca el diseño de una maravillosa cascada cerámica vertical, que acentúa y subraya la altura del lobby potenciando la majestuosidad del espacio. Las distintas zonas de restauración del hotel evocan cierta esencia sofisticada, a través de estampados geométricos, mosaicos de estilo mediterráneo y mobiliario contemporáneo con tintes nostálgicos. La iluminación en estos espacios juega un papel importante dentro del programa, por lo que gran parte de las luminarias han sido especialmente diseñadas por el estudio en exclusiva para el proyecto; un trabajo que ha supuesto la revitalización de uno de los hoteles más emblemáticos de la provincia.

ILMIODESIGN

ILMIODESIGN: Michele Corbani & Andrea Spada

www.ilmio.design.es

estudio@ilmio.design.es



CASA CON VISTAS EN PEDRALBES, UN PROYECTO DE PIA CAPDEVILA INTERIORISMO



Se trata de una vivienda unifamiliar de 700m², distribuida en cuatro plantas, en la que conviven varios estilos visibles en los detalles constructivos y decorativos. La remodelación y rehabilitación se ha centrado en una actualización total del look general, reorganizando los espacios y actualizando las instalaciones con el reto de aprovechar al máximo los materiales nobles y originales de la vivienda. A la hora de reorganizar los nuevos

espacios en las diferentes plantas, los de más uso diario se ubicaron en la planta baja, que comunica con el jardín y la piscina, y en la planta principal. En la planta sótano se encuentra el garaje, la bodega y varias estancias de almacenaje. En la planta baja, con salida a nivel del jardín y la piscina, está la zona de servicio, el gimnasio, la habitación de juegos y una sala de cine. En la planta principal se han ubicado el salón-comedor, la cocina y un dormitorio de invitados, y en la primera planta los tres dormitorios en suite. Se ha unificado todo el pavimento con un parqué flotante de roble, ya que originalmente estaba muy compartimentada, y cada espacio lucía un suelo distinto que, tras la reorganización de espacios, no fue posible unificar estéticamente. Para contrarrestar las líneas clásicas de la chimenea y la librería, tanto el sofá como las mesas y pufs auxiliares se han escogido en formas orgánicas y con texturas cálidas.

Estudio: Pia Capdevila Interiorismo - www.piacapdevila.com

930 094 193





TOUZA ARQUITECTOS DISEÑA LA CAJA RURAL DE ASTURIAS EN MADRID

La Caja Rural de Asturias viene a Madrid a un local excepcionalmente ubicado en el Paseo de la Castellana. Su equipo directivo solicitó de Touza Arquitectos, un diseño moderno, diferenciador y de carácter;

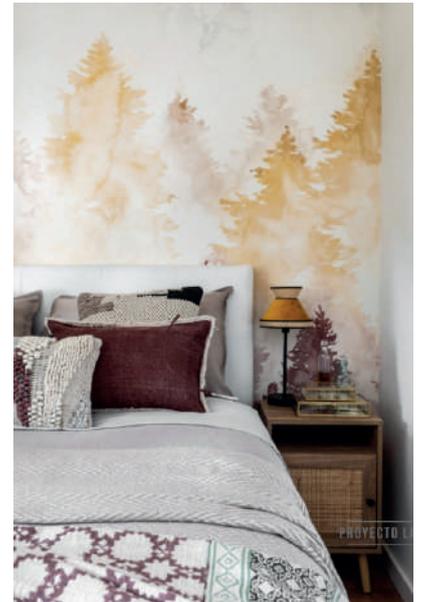
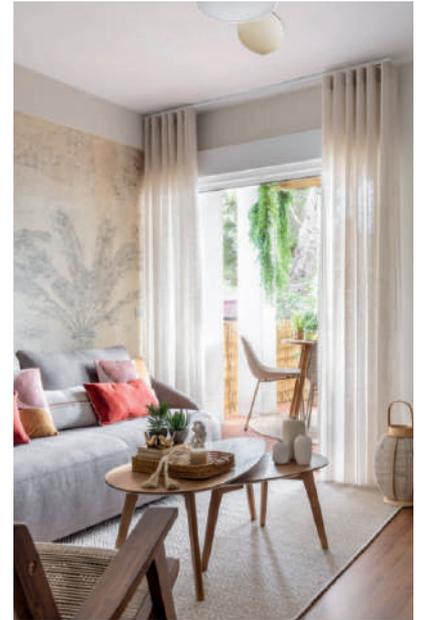
TOUZA
ARQUITECTOS

algo diferente a las entidades bancarias, capaz de atraer la mirada sorpresiva del visitante y al mismo tiempo con la calidez necesaria para efectuar el trabajo diario de una oficina. La respuesta es un proyecto notablemente distinto, a como hasta la fecha venían concibiéndose las agencias de banco, y el éxito sin duda es que se ha convertido en imagen de marca de un grupo bancario que pretende crecer con fuerza, no solo en su Asturias original si no sobre todo en la capital de España, como dinamizadora del mundo financiero y especialmente orientado hacia el mundo rural. El estudio Touza Arquitectos entiende que la arquitectura comprende un todo, y que exterior e interior no son elementos ajenos o separables; por eso, desde el inicio de su trayectoria dio continuidad a sus proyectos arquitectónicos con un cuidado diseño de los interiores, como en este caso ocurre con el proyecto de la Caja Rural de Asturias en Madrid. El Departamento de Interiorismo, que integra un equipo de interioristas y decoradores dirigido por Luis Pardina, ha cobrado gran relevancia en los últimos años, prueba de ello son su abultado porfolio de proyectos de interiorismo en diferentes disciplinas.

Estudio: Touza Arquitectos - www.touza.com

915 559 055





“LA CASA DEL PANTANO” -DE SAN JUAN-, UN PROYECTO DE ALBERTO TORRES

AT
ALBERTO TORRES
ESTUDIO DE INTERIORISMO

Los 58 m² del apartamento han sido todo un reto para el interiorista. “Mi principal objetivo ha sido asegurarme de que cada metro cuadrado cuente”, explica Torres. Para lograrlo, se ha diseñado un espacio abierto que combina sala, comedor y cocina, buscando no solo facilitar la socialización entre los huéspedes, sino también crear una sensación de

amplitud y libertad, algo que seguro que aprecian los futuros inquilinos. También se ha conectado el espacio interior con el exterior. La terraza, amueblada y decorada con plantas artificiales, ofrece un lugar adicional para relajarse y disfrutar, lo que mejora significativamente la experiencia del huésped. La decoración se ha inspirado en el entorno natural, con una paleta de colores suaves y materiales naturales con muebles y acabados cómodos y, teniendo en cuenta el perfil del usuario, se ha incorporado un almacenamiento específico para equipos acuáticos y mucho almacenamiento adicional. Además, se han añadido toques decorativos, como papeles pintados únicos y muebles elegidos con mimo, para darle un carácter distintivo y atractivo a esta vivienda junto al Pantano de San Juan.

Estudio de Interiorismo Alberto Torres - www.portobellostreet.es

913 513 928



“PROYECTO BRUC” O UNA REDISTRIBUCIÓN DE ESPACIOS DE TINDA’S PROJECT

En la reforma integral de este luminoso piso, en la primera planta de un edificio familiar en Barcelona, se ha llevado a cabo una redistribución integral de los espacios y se ha transformado el antiguo patio en un jardín con piscina, todo ello actualizado con un interiorismo contemporáneo, elegante y atemporal. En toda la vivienda se ha empleado el mismo pavimento de parquet sintético, excepto en los baños, y se han abierto al máximo todos los espacios. El salón, antes en una ubicación sin conexión con la gran terraza, se ha trasladado al centro de la vivienda con acceso directo al nuevo jardín, funcionando como distribuidor general hacia todos los espacios de la casa. Esta modificación ha permitido una mejor distribución de la luz natural en todos los espacios, excepto en los dos baños. La elección del blanco en las paredes de la vivienda, combinado con papel pintado en los baños y en una de las paredes del dormitorio, contribuye a la sensación de luminosidad y amplitud. El proyecto de iluminación se ha diseñado cuidadosamente para marcar ambientes y atmósferas, utilizando tanto la luz natural como varios tipos de luz artificial estratégicamente ubicada en la vivienda.

TINDA'S PROJECT

Estudio: Tinda's Project - www.tindas.es

937 721 934

“CALAF” UNA REFORMA INTEGRAL CON ANTIGÜEDADES DE LUZIO STUDIO

El objetivo del estudio ha sido adaptar la vivienda para una amante de las antigüedades, con una extensa colección de piezas, para las que se ha buscado una adaptación y actualización a la nueva vivienda, al mismo tiempo que la combinación de estas con una decoración fresca y contemporánea. Las peticiones decorativas del cliente incluían la creación de ambientes teatrales a través de la iluminación, siguiendo el característico estilo de Luzio, agregar detalles industriales, toques de color y crear un rincón con chimenea; “la clienta nos pidió recuperar y utilizar varios elementos y piezas antiguas dándoles una nueva vida y un nuevo uso, como la mesa auxiliar de uno de los sofás, para la que tuvo la idea de crearla a partir de una copa antigua y un sobrante de mármol recuperado” -comentan desde el estudio-. En cuanto a la iluminación, se han seleccionado focos cuadrados discretos, algunos individuales y otros en conjuntos para poder personalizar al máximo la iluminación en cada uno de los espacios. Además, se ha utilizado iluminación indirecta en molduras y estanterías. Las lámparas e iluminación de apoyo se han destinado a resaltar rincones, obras de arte y mobiliario. El color se ha incorporado a través de tonos cálidos como el caldera, en el comedor y la sala de estar, combinados con beige y piedra para equilibrar el ambiente. Para el suelo de toda la vivienda, incluida la cocina y los cuartos de baño, se ha escogido un parquet laminado sintético con efecto roble tostado natural, que incluye nudos para conseguir un aspecto más realista. Se ha conseguido, de esta manera, actualizar esta vivienda con una decoración que, a la vez de ser contemporánea, resulta fresca.

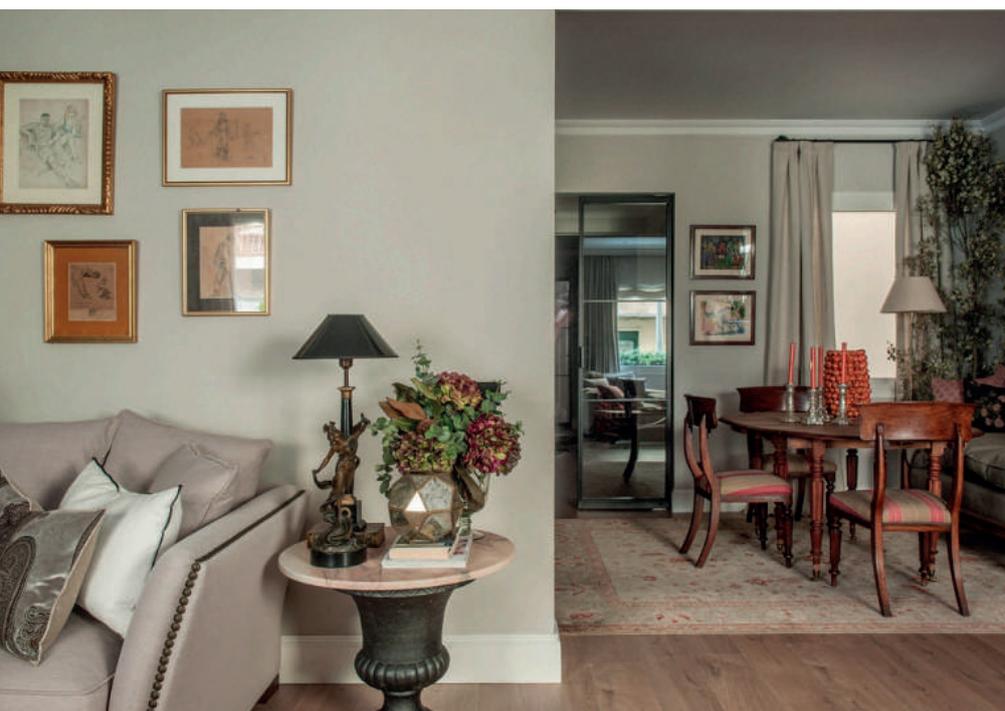
LUZIO



Estudio: Luzio Studio

www.luzio.es

671 433 359



ferroli

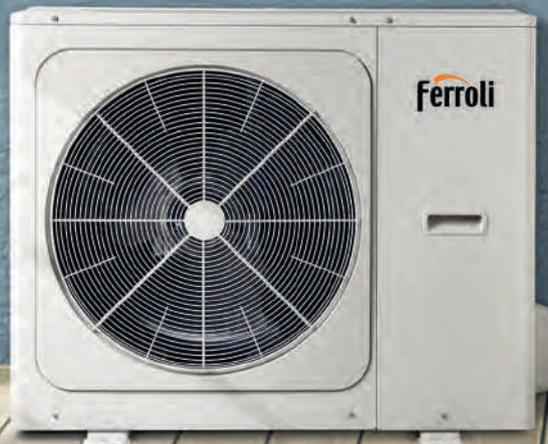
#SOLUCIÓNDEAEROTERMIA360

Todas las herramientas y servicios

a disposición de tus proyectos



Ahorros
de hasta un
80%
en la factura
energética



**CALCULADORA
DE AEROTERMIA
FERROLI**
dimensiona tu proyecto



**GUÍA DE
INSTALACIÓN**
todo lo necesario paso a paso



**SERVICIO DE
ACOMPANAMIENTO**
para ayudarte a resolver
cualquier duda



**SERVICIO DE
FINANCIACIÓN**
hasta 50.000 € en particulares.
Hasta 250.000 € en comunidades
de vecinos



ferroli.com



Fotografía: Aiezu Ediciones S.L.

Raquel Chamorro en su Espacio Xaza Outdoor «Elegancia en el exterior durante todo el año», que obtuvo el Premio del Público en la edición Casa Decor 2024.

RAQUEL CHAMORRO

INNOVACIÓN, BELLEZA Y BIENESTAR

La interiorista Raquel Chamorro lleva más de 25 años firmando diseños singulares, únicos y siempre diferentes, desde una simple estancia hasta una vivienda con jardín o un complejo turístico. Un éxito motivado por el deseo personal de “crear magia, llegar a donde otros no pueden y conseguir la aceptación e ilusión absoluta de mis clientes”.

El saber hacer, un gusto exquisito y su capacidad natural para empatizar han convertido a Raquel Chamorro en una interiorista predilecta para los clientes más prestigiosos dentro y fuera de España. Para ella, el interiorismo es una profesión rigurosa, vocacional y multidisciplinar que exige una formación constante, y el empleo de lo mejor de lo mejor, ya sean elementos clásicos o innovadores. Todo con un único fin: potenciar la belleza, el bienestar y la seguridad de cada espacio. El resultado final son proyectos atemporales y únicos, que materializan los sueños de quienes le dan su confianza, como ella misma cuenta en esta entrevista para Diseñando, Interiorismo y Decoración.

Raquel, usted lleva más de 25 años en el mundo del interiorismo. ¿Cómo describiría su evolución profesional durante este tiempo? ¿Qué diferencia destacaría de los primeros proyectos respecto a los actuales?

Mi evolución profesional viene mediada por los diferentes estudios realizados: cinco años de Arte, otros de Anticuariado; mucho tiempo inmersa en subastas de arte asesorando y comprando para clientes; cursos de pintura artística (imitación de mármol, ónix, estuco...) para poder dirigirlo después; así como estudio de artes menores (vidrio, alfombras, domótica y otros), y de ciencias de la educación 3 años para dar clases y ponencias.

Esto ha supuesto una evolución muy importante, sin llegar a ser una ruptura; introducir las obras de arte en todos los proyectos, sobre todo



Fotografía: Estudio Raquel Chamorro

escultura y pintura, la realización de los espacios son más ligeros, menos pesados en su concepción, tienen más magia, están mejor resueltos y como consecuencia de todo ese bagaje cultural soy más ecléctica, tanto en las mezclas de materiales como del estilo, empastando ambos de forma casi innata.

A pesar de todo, la impronta tanto en los de la primera época, posteriores y los actuales, está presente, se reconocen como míos o eso es lo que me dicen. Además, cobra importancia la empatía desarrollada estos años con los clientes y las casas de autor. Los encargos son ‘trajes a medida’.

Los proyectos de interiorismo también han evolucionado muchísimo por diferentes factores: innovación constante, avances tecnológicos, la globalización, conceptos como la sostenibilidad o la biofilia, e incluso cambios sociales y de estilo de vida. ¿Cómo lo ha vivido usted? ¿Ha sido una evolución positiva o un reto constante? Cuéntenos, por favor.

La evolución tecnológica, social y la sostenibilidad son retos constantes, y son imprescindibles a la hora de diseñar una vivienda o cualquier otro espacio. En concreto, la domótica es tan importante a la hora de diseñar, junto con la iluminación, que no se puede concebir una vivienda o un conjunto de ambientes →

<< Cobra importancia la empatía desarrollada estos años con los clientes y las casas de autor. Los encargos son trajes a medida >>



sin ella. Para mí, Lutron -compañía especializada en sistemas de iluminación- es la clave para realizar todas las escenografías necesarias a lo largo de tu vida, sea invierno o verano; para un momento intimista o una fiesta. Es calidad de vida y confort, abrir todo de forma automática, llenar la bañera, encender la chimenea, tener todo a mano... Simplemente bienestar.

En cuanto a los cambios sociales transcurridos en este siglo han afectado de modo definitivo al diseño. Hay más gente que vive sola, lo que implica casas más pequeñas y necesidades más concretas: muebles con más de una función, casas menos abigarradas, en realidad casas-estudio, y gamas cromáticas más claras, puesto que se busca la luz.

La necesidad de teletrabajar ha supuesto un cambio en la dinámica de las empresas: ya no es algo puntual, sino que forma parte de los contratos, sean dos días a la semana o sea el mes completo, dependiendo de la actividad de la empresa. Esto se traduce, no solo en tener una pequeña mesa en el dormitorio a modo de estudio, sino que la habitación destinada a los invitados se sustituye con verdaderos despachos con toda la tecnología necesaria para trabajar desde allí. De hecho, hemos comenzado a llamarles “habitaciones multifunción”.

Por otra parte, se sale menos y se recibe más en casa hasta más tarde, los ambientes cambian: las mesas co-

medor, por ejemplo, al igual que otras consolas, se abren de modo que se puedan preparar bufets casuales o cenas formales de más comensales, lo que implica un comedor independiente del salón. También está la isla de la cocina, donde se realizan cenas en entornos familiares sin necesidad de utilizar el comedor.

Además de todo esto, cobran importancia las casas en el exterior de las ciudades porque la naturaleza se vuelve algo imprescindible para el ser humano; siempre lo ha sido, pero ahora si no se tiene, se crean espacios bioclimáticos dentro de la vivienda conectando interior con exterior a través de invernaderos, jardines joya,



Según Raquel Chamorro, en la actualidad cobran importancia los espacios bioclimáticos dentro de las viviendas, especialmente en las ciudades. Despacho para teletrabajar con patio inglés.

con chaise longue en el dormitorio..., así como patios ingleses.

Creo que todo esto ha supuesto una canalización de cada uno de los recursos enfocando el diseño de forma inteligente, incrementando la necesidad de ofrecer el máximo bienestar y de cumplir todos los objetivos de los clientes, aumentándolos en muchos ámbitos. Esto es así también en las empresas: despachos, restaurantes, centros de estética, tiendas... Todos han vivido este cambio de una u otra manera, y su briefing es diferente.

Otro hecho relevante en la última década ha sido el incremento de medios de comunicación especializados, canales

<< Es importante que la imagen de todo lo que creas y diseñas tenga conexión con lo que tú proyectas a nivel personal >>

de televisión temáticos (por cierto, usted tuvo su propio programa) y redes sociales que han despertado el interés por el interiorismo y la decoración. ¿Este acceso a la información y su mayor divulgación facilita su trabajo, lo dificulta o favorece la demanda de sus servicios?

El haber tenido un programa de televisión de diseño ha hecho que muchos espectadores optaran por esta profesión creativa. Pero en los medios solo se ve la parte bella, interesante, impactante, no refleja el trabajo que conlleva la creación de un diseño; el coordinar tantos especialistas y una cantidad enorme de materiales nuevos, sostenibles, que crece cada día y por los que hay que estar constantemente informándose de la evolución en todas las áreas, ya que esta es una profesión vocacional multidisciplinar. Pero sí, es cierto que al verme los telespectadores aumentó la demanda de mis trabajos.

Por otro lado, hay tanta información en redes, prensa offline y online, radio y otros medios que potencia el deseo del usuario a leer y experimentar por sí mismo, sin pedir ayuda a profesionales. Como la oferta es tan contradictoria, se hace más complejo definir cada ambiente. No consiste en poner todo lo que gusta, si no en diseñar “la caja”, lo que los envuelve, incluyendo la iluminación de forma exquisita y práctica, y por último la decoración de muebles, tejidos y atrezzo que en realidad es la última fase. Tanta información a veces es negativa: no educa, solo quieren una foto o un estilo que ven en una revista que quizá no es lo más adecuado para su casa.

Cuando nos llaman con sus propias ideas obtenidas de lo que han leído, saben apreciar mejor qué es lo que desean, reconociendo que no pueden aventurarse solos a realizar un proyecto, la obra y decoración final. Es un arma de doble filo. Personalmente, me gusta que estén informados lo máximo posible. Después ya se les enseñará

todo un mundo de posibilidades, re-vestimientos e iluminación, entre otras, que harán que abran su mundo y opten a más belleza y bienestar.

En la actualidad, el diseño español está experimentando una gran proyección internacional. Usted misma ha firmado proyectos en Cuba, Bogotá e incluso Qatar. ¿A qué factores cree que se debe este interés y cómo contribuye Raquel Chamorro a esta buena imagen del interiorismo español?

El deseo de rodearse de cosas bellas que definan tu personalidad traspasando las fronteras... Cuando realizas trabajos públicos, por ejemplo, una bodega con fin enoturístico, lo visita gente de países de todo el mundo; ellos preguntan y anotan quien ha diseñado y decorado los espacios. Con una clínica de estética famosa, de por sí, pasa lo mismo. Realicé también el auditorio para jóvenes prodigios en León, Eutherpe; esto supuso la promoción de pianistas y clases de los mejores maestros, así como una asociación abierta a cualquier público deseoso de escuchar y descubrir arte.

Los concursos como el realizado para el Palacio de Qatar, las 9 ediciones de Casa Decor, en la de 2024 ganadora del primer premio por votación del público, son miles de personas, empresarios, inversores, promotores y demás que, en un momento u otro, te siguen o te llaman para realizar lo que necesiten. Las conferencias, desde Interihotel, a proyectos con éxito en otros muchos medios, a clases magistrales para los escenógrafos que llevan a la vida tus conocimientos y experiencias es una forma más de expandir el estilo, el nombre y, por tanto, mi estudio.

Los tres años que participé en Mille-sime, una feria ‘VIP’ exclusiva en el sector de gastronomía y hostelería, supuso una coctelería, una champagnería y un afterwork. Me llamaron tanto empresarios como gente particular para hacer sus casas. Las entrevistas que me →

publicáis, así como mis trabajos son un medio más que trascienden continentes o países... Es igual de sencillo o complicado según se mire, realizar un proyecto dentro o fuera de tu país.

Que el interiorismo es clave tanto para tu entorno personal en tu casa como para una empresa que proyecta una imagen óptima de éxito es obvio. Nadie cuestiona este hecho. El diseño, el marketing con todo lo que ello conlleva, nos ayuda a tener una vida mejor, más feliz, rendir más y las empresas a expandirse, como por ejemplo los hoteles. Nuestro entorno nos aporta equilibrio, bienestar y tranquilidad.

Es importante que la imagen de todo lo que creas y diseñas tenga conexión con lo que tú proyectas a nivel personal: ser cercana, abierta, muy transparente, explicar todo de la mejor forma posible, ayudando y encauzando a tu cliente; no imponer nunca, solo enseñar y corregir errores de base ofreciendo otras opciones. Cuidarte de modo que seas agradable a cualquier tipo de público, todo eso

supongo ha sido clave en mi trayectoria profesional.

Adoro todo lo español y no me corto al integrarlo con “el público de otros países”. Estoy orgullosa de mi país y de lo que podemos ofrecer al mundo.

En cuanto a sus proyectos, ¿qué elementos prioriza y por qué?, ¿el uso del espacio, la calidad de los materiales, crear ambientes lujosos, ofrecer novedades, regresar a la artesanía, introducir la tecnología...?

El primer paso es estudiar bien los espacios, sus ubicaciones, a quién y para qué van destinados y completar el briefing; estudiar la orientación en cuanto a la luz natural con la que contamos, y las características intrínsecas que no pueden modificarse (techos bajos y bajantes por ejemplo); conocer todo lo que te ofrece

un espacio para diseñar “la caja”. Hay diseñadores que empiezan a elegir los muebles desde un principio, pero para mí hay una gran diferencia entre “decorar” y “diseñar”. Lo segundo lo abarca todo y va mucho más allá de amueblar, poner las telas y elegir un color; todo esto es obvio, pero es una segunda fase.

Lo primero es estudiar dónde va la luz y de qué tipo va a ser, delimitar los ambientes y sacar el máximo partido a cada metro cuadrado.

Trabajo los techos tanto como las paredes, son los grandes olvidados, y sin embargo son muy importantes aportando calidez, belleza y originalidad. Una vez que suelos, paredes y techos están ‘vestidos’, me centro en la decoración exterior, en los elementos que pueden cambiarse de

<< Adoro todo lo español y no me corto al integrarlo con ‘el público de otros países’. Estoy orgullosa de mi país y de lo que podemos ofrecer al mundo >>



El proyecto “Loft Bussines Centre Loewe” refleja la maestría de Chamorro para fusionar materiales y estilos eclécticos, creando estancias elegantes y atemporales.

lugar con el tiempo, o los que se hacen a medida.

Los materiales deben ser de gran calidad, nobles, priorizando al máximo los que se quedarán para toda la vida sobre los que son de “mera tendencia”; estos últimos el cliente los desea para una empresa que cada 5 años “lava la cara”. Se pueden colocar siempre que sea fácil su sustitución. Hay que pensar siempre en el cliente potencial y si es inversor o es el cliente final, ya conocido, entonces, adaptamos el diseño a su personalidad y forma de vida.

Por otro lado, el resultado siempre es elegante, con un “lujo contenido” controlado, sin perder el buen gusto y la exquisitez. Hay gente que aún cree que lo más caro es lujo, y no es cierto en absoluto. Se debe realizar un proyecto brillante, estudiando todos los aspectos, si no, no lograremos el resultado óptimo.

Ofrecer novedades es esencial, abrirles un nuevo mundo que aún no conocen porque no cuentan con todos los recursos que tiene el estudio. Incluir artesanía es algo bellissimo por sí mismo, pero siempre bien seleccionada y empastada con el resto. En cambio, incluir la tecnología no crea ninguna duda; se debe utilizar las nuevas tecnologías en aras de conseguir un mayor confort y bienestar, que te facilite la vida estés donde estés.

Hasta la fecha, ¿cuál es el proyecto que puede considerar como el más importante o ambicioso? ¿Y por qué?

No sabría decir cuál es el más impresionante o importante, todos me gustan mucho. Hay quienes te dirían que alguna promoción de viviendas espectacular, otros una villa u hotel, pero realizar un pajar convertido en una casa de campo exquisita fue un reto; y diseñar por dentro un palacio en hormigón sin tabiquería, solo con un punto de luz y agua también lo fue. La escuela de artes gráficas y decorativas, que realice hace años, fue una revolución por ser la primera que solamente utilizó ordenadores para la enseñanza y aprendizaje, sin papel, ni bolígrafo, ni pizarras en ninguno de los tres edificios.

El caso de la bodega Finca Loranque fue especialmente duro porque me encontré con una serie de naves vacías



Restaurante VIP (molino) de Finca Loranque

que habían sido para animales y agricultura, así como un molino. El briefing que me pidieron fue hacer un restaurante y una zona para la venta de vinos. Lo que realicé fue proyecto muchísimo más complejo que tiene zona de parking, de venta de vino, también de cóctel..., un salón inmenso tanto para bodas, comuniones y grandes eventos como para conferencias y reuniones (puesto que está dividido en 3 zonas independientes con los baños correspondientes)... El molino lo convertí en el restaurante vip, con sus baños y acceso directo a la cocina; en realidad es un destino enoturístico organizado para gente y grupos de todos los países, aparte de la propia zona de barricas, los viñedos y la casa señorial existente.

¿Nos puede contar en qué proyecto/s está ahora inmersa en la actualidad, o a punto de finalizar este verano (y de paso que podamos citar como novedad en nuestra publicación)?

En estos momentos estamos terminando diferentes casas, algunas con jardín, y estamos desarrollando una promoción de viviendas con exterior en las que se hace proyecto de obra, dirección y decoración. A la vez, una villa de lujo y un edificio de 900 metros con azotea y exterior fuera de España.

Seguimos pendientes de licencia para una promoción de viviendas con fines turísticos ya diseñada.

También tenemos un terreno en el que estamos diseñando una maravillosa casa de dos plantas y un exterior para disfrutar tanto en verano como en invierno, y hay muchos más proyectos que estamos desarrollando.

Por último, ¿cuál es el granito de arena que aporta Raquel Chamorro al mundo del interiorismo y la decoración? Aquello por lo que le gustaría ser recordada.

Creo que crear magia, llegar donde otros no pueden, conseguir la aceptación e ilusión absoluta de mis clientes que siempre me llaman o escriben para decirme “es lo que deseábamos, soñábamos con ello, pero no sabíamos llevarlo a cabo. Realmente sentimos que lo hemos hecho nosotros porque nos define, aunque lo hayas hecho tú. Estamos enamorados de nuestra casa”.

Utilizar los materiales de manera diferente a los demás profesionales, que transmitan paz, armonía, belleza, comodidad, seguridad..., que prefieran recibir en lugar de salir porque sienten que su casa es la mejor con diferencia. Que nunca queden obsoletos y que cuando visite 20 años después una casa, siga siendo actual y exquisita. Por supuesto, que recuerden el proceso con total felicidad y que me tengan presente también por ser una buena persona que está ahí para lo que necesiten. Mis mejores amigos han sido antes clientes. #

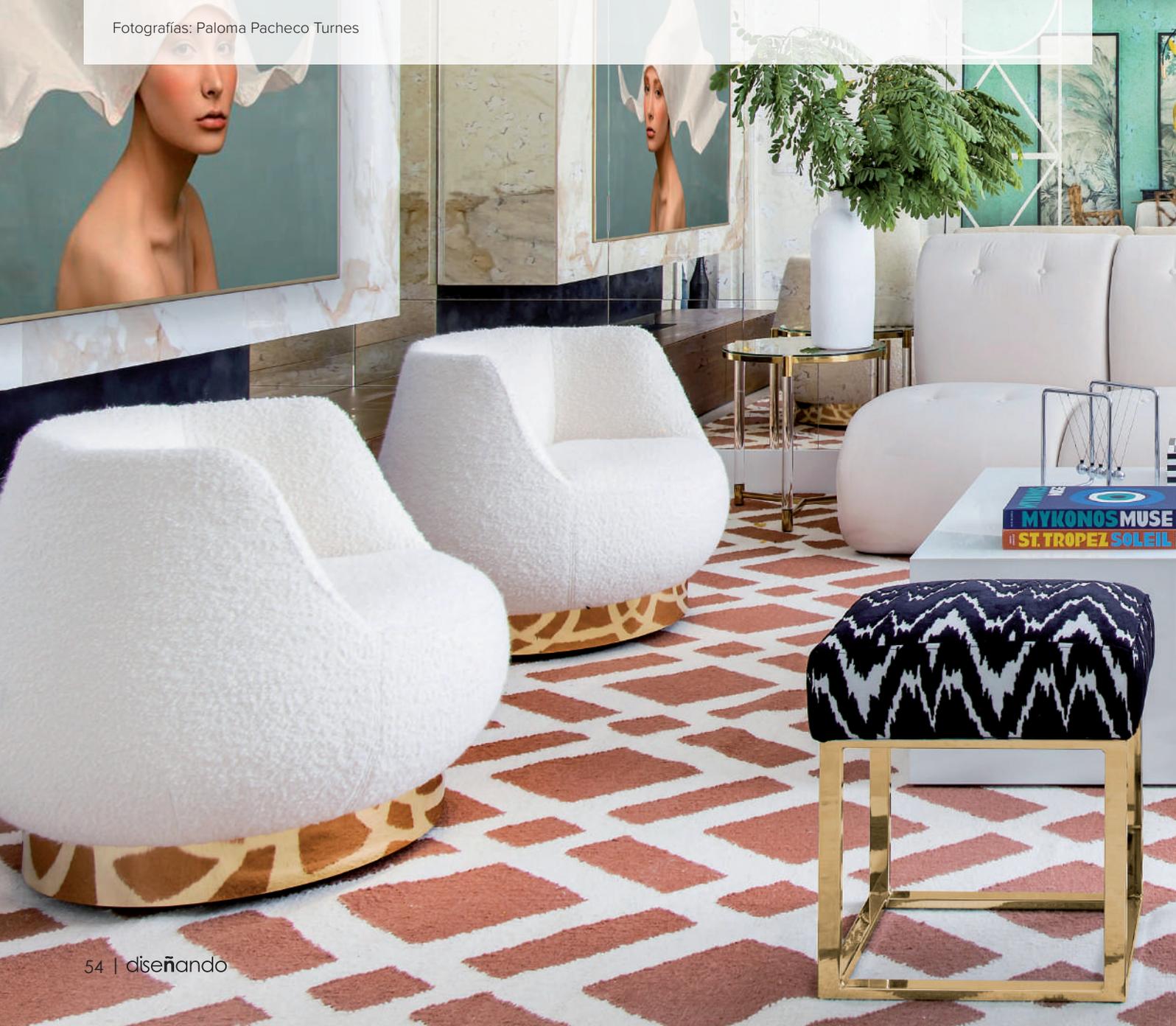
VIVIENDA UNIFAMILIAR

ESTUDIO SARA TORRIJOS

SENSACIONES ESPACIALES PARA UN TRAJE A MEDIDA

El Estudio Sara Torrijos aborda la reforma de esta vivienda unifamiliar en tiempo record -tan solo un mes de ejecución- para llenarla de color, elegancia y fuerza. Y lo hace acometiendo el proyecto de interiorismo, en primer lugar, dotando a la vivienda de una nueva piel; para luego, en una segunda etapa, llevar a cabo su interiorismo cuidando los detalles, tanto de su diseño como de la elección de cada mueble y pieza decorativa que lo compone, llegando a conformar este llamativo resultado: un interiorismo, envuelto de luz, donde las texturas, volúmenes y formas geométricas marcan un carácter definido, fresco y elegante.

Fotografías: Paloma Pacheco Turnes





Sara Torrijos.

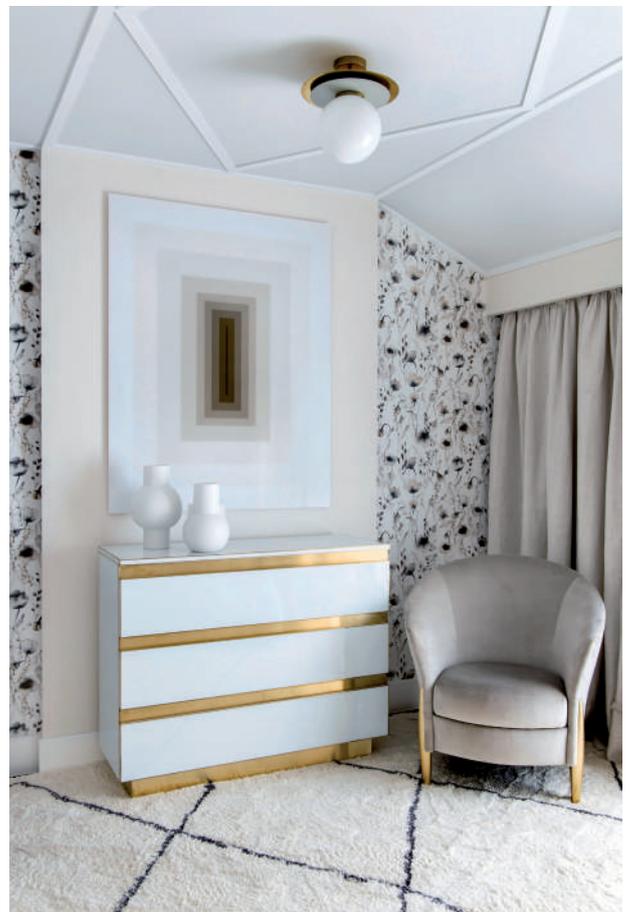


Ubicado en una zona residencial de lujo de la localidad madrileña, Boadilla del Monte, este chalet adosado de obra nueva, con 280 m² de superficie distribuidos en tres plantas, se ha sometido al interiorismo, decoración y amueblamiento integral por parte del equipo del Estudio Sara Torrijos.

A partir de una envolvente blanca, vacía y carente de personalidad y sin modificar su distribución original, los interioristas del estudio llevaron a cabo la reforma, dotando a la vivienda de una nueva piel, para luego decorarla con exquisitez. *“Sus propietarios querían convertir la casa en hogar, por ello nuestra labor fue identificar aquello que les representaba y conseguir confeccionar un traje a medida”*, comenta la arquitecta y fundadora del estudio de interiorismo, Sara Torrijos.

Las sensaciones, fruto de las emociones que provoca el color, las texturas y las formas de su arquitectura, definen el proyecto de esta vivienda, como asegura su autora: *“...las dosis de color y geometrías rítmicas y contrastadas aportan una energía positiva y alegre que se buscaron en el proyecto de interiorismo desde el inicio”*. Consecuencia

Unas celosías metálicas pintadas en blanco diferencian la zona de comedor y de salón.



El objetivo de la intervención en la zona de día era conseguir espacios familiares en los que apeteciera pasar el tiempo.

Sobre la bañera una muestra más del amor por el arte de los propietarios, con una obra donde unas bailarinas entrelazan sus manos.

de este minucioso trabajo es una vivienda que fluye en un ambiente alegre, acogedor y sofisticado, con toques vivos de color; pero siempre conservando la practicidad de un uso cotidiano. Mediante distintos recursos -como molduras para dar profundidad, espejos para agrandar las estancias o celosías para delimitarlas- la casa es un hogar con fuerte carácter y personalidad, pero muy funcional y cómoda.

Afrontar este proyecto, considerando la coyuntura medioambiental, en cuanto a la

<< Es un espacio que respira frescura y elegancia al mismo tiempo, dos conceptos que definen perfectamente la identidad de nuestros diseños >>



sostenibilidad, el ahorro energético y el reciclaje, fue un factor que pudo condicionar su creatividad; pero, como afirma la arquitecta, “... siempre tenemos en cuenta que todos nuestros proveedores tengan las certificaciones de sostenibilidad y proyectamos intentando generar el menor impacto de producción. Por eso se utilizaron materiales naturales como la madera y se recurrió a pinturas ecológicas”, para crear espacios apetecibles”.

El objetivo de la intervención en la zona de día era conseguir espacios familiares en los que apeteciera pasar tiempo. Se han incluido diferentes elementos textiles, como cortinas de suelo a techo y alfombras de formas geométricas, que dotan de calidez a las estancias. Se ha recurrido a una paleta de color de tonalidades cálidas, complementada con notas de color en amarillo y verde. También se ha optado por contrastes blanco y negro, para generar ritmo y movimiento; “... los propietarios delegaron en nosotras absolutamente todo. Sí, partimos de la premisa en que querían un espacio fresco y cómodo, con colores vivos y alegres, pero la elección de colores, composición y amueblamiento corrió de nuestra parte. Por eso consideramos que es un espacio que respira frescura y elegancia al mismo tiempo, dos conceptos que definen perfectamente la identidad de nuestros diseños”.

Unas celosías metálicas pintadas en blanco, diseñadas por el equipo del estudio, diferencian la zona de comedor y de salón; la cocina es independiente y tiene acceso desde el comedor. Para potenciar la división entre comedor y salón, el techo se ha vestido, por un lado, con una falsa viga entre ambos espacios y, por otro, con las líneas volumétricas de las molduras que subrayan cada zona. La estancia irradia luminosidad y sus dimensiones parecen casi infinitas, gracias a una pared íntegramente revestida con espejos, y a los grandes ventanales. En el salón, las formas envolventes de dos sillones y un sofá en forma de “L” contribuyen al relax y al diálogo. Todos descansan sobre una gran alfombra en un patrón de formas geométricas de color tierra y blanco. En el comedor, cobra fuerza escénica el tríptico enmarcado de papel pintado, que sobre la pared pintada en verde focaliza y realza la perspectiva. “Destacan la zona de estar y comedor -afirma Sara Torrijos- con formas y colores muy rompedores, así como el dormitorio principal, que aun con tonos más relajantes sigue los mismos principios de →

[Proyecto] Vivienda unifamiliar

geometría que en la zona de día. De esta manera proyectamos bajo la misma premisa pero variando la paleta de color”.

En cuanto a la zona de descanso el Estudio Sara Torrijos ha utilizado una paleta cromática de tonos neutros, y materiales ligeros, como papeles pintados y otros textiles. En el dormitorio principal, la pared del cabecero combina un papel pintado liso en un tono beige con un papel pintado con flores. En el centro, un espejo con un marco dorado redondo, comprado en un anticuario. Las mesitas de noche y la cómoda, en blanco y dorado, diseñadas a medida por el Estudio Sara Torrijos, añaden una nota distinguida. A los pies de la cama, la banqueta tapizada en gris remata el conjunto. El baño de la suite armoniza con esta paleta cromática. Sobre la bañera, una muestra más del amor por el arte de los propietarios, con una obra donde unas bailarinas entrelazan sus manos.

El Estudio Sara Torrijos ha logrado, con esta vivienda, crear atmósferas confortables y elegantes, gracias a un estudiado diseño interior que se adapta a la personalidad y necesidades de sus propietarios. Destacan en este proyecto los espejos, la iluminación, los grandes ventanales... parece que todo es luz; *“...la iluminación natural de la casa, con los grandes ventanales, era un punto de partida a favor que quisimos potenciar con cortinas ligeras y de tonos claros”.*

“Además, pensamos una gran pared de espejo en la zona de estar. Cuando estás allí no tienes claro dónde empieza y termina cada espacio, y eso ayuda a que la sensación espacial se multiplique de una manera espectacular”. Y es que, como de alguna manera se refleja en su trabajo, la formación de Sara Torrijos, siendo licenciada en Arquitectura -por la Escuela Técnica Superior de Arquitectura de la Universidad Politécnica de Madrid- aporta ventajas fehacientes en su ejercicio como interiorista.

“Siempre tuve claro que lo mío eran los interiores, pero quise llegar al máximo de la formación para poder aportar una visión arquitectónica superior a todos los proyectos de interiorismo. Esto me ayuda a proponer distribuciones y generar espacios sorprendentes que siempre son la base fundamental para un interiorismo óptimo”, concluye la arquitecta Sara Torrijos. #



Las mesitas de noche y la cómoda, en blanco y dorado, diseñadas a medida por el Estudio Sara Torrijos, añaden una nota más distinguida.

El objetivo de la intervención en la zona de día era conseguir espacios familiares en los que apeteciera pasar tiempo.



PLADUR®

Placa Pladur® WAB

TECHOS SEMI-INTEMPERIE Y ALTA HUMEDAD

Los sistemas Pladur® **WAB** ofrecen soluciones especializadas que han sido **diseñadas para resistir ambientes de alta humedad, corrosión y presión de viento** gracias a sus múltiples ventajas.



**ALTA RESISTENCIA
A LA HUMEDAD**



**ALTA RESISTENCIA
MECÁNICA**



**SISTEMAS FÁCILES
DE INSTALAR**



CERTIFICADO





DISEÑO Y EQUIPAMIENTO DE BAÑO

UN ESPACIO DE CONFORT, EXCLUSIVO Y SOSTENIBLE

Con el paso de los años, y lejos ya de su pragmatismo, el baño ha pasado de ser una sala funcional de elementos rudimentarios, y más bien toscos, a ocupar un lugar preferente en la vivienda; un espacio en donde el diseño, la innovación y la sostenibilidad se hacen dueños del estilo, convirtiendo a esta sala, tradicionalmente discreta y reservada a la higiene personal, en una estancia agradable en donde los inodoros inteligentes -Smart Toilet-, los platos de ducha, las mamparas, la innovación en grifería, los lavabos y los muebles cobran un protagonismo especial, haciéndola confortable y -quizá lo más importante- dotándola de la personalidad necesaria que reclaman sus usuarios; porque éstos, como ocurre con el resto de habitáculos que disfrutan en el hogar, también quieren identificarse con su lugar más íntimo.



Hoy en día, cuando se desea planificar una reforma de baño, o simplemente plantearse su diseño en una nueva edificación, se requiere de una serie de claves conceptuales y criterios a considerar para adaptarse a las necesidades y perfil de quien dará uso de él. Diseñadores de interiores y arquitectos no son ajenos a esta coyuntura y, sensibles a la demanda de sus clientes, cada vez más críticos y escrupulosos, se esfuerzan por estar al día en cuanto a innovación y tendencias, dedicándole al diseño del baño y su proyección arquitectónica un mayor número de recursos humanos y materiales.

En este primer número de la revista “Diseñando, Interiorismo y Decoración” hemos querido hacernos partícipes de esta inquietud colectiva, por ello nos hemos puesto en contacto con los principales fabricantes para profundizar en la materia, solicitándoles su opinión frente a cuestiones concretas que les planteamos; de esta manera, recogiendo sus valoraciones como expertos, redescubrimos un lugar en el que se respira el diseño y la sostenibilidad.

I+D+i. Diseño, innovación, sostenibilidad y medioambiente

La tendencia del sector, en su apuesta por el diseño, la innovación, la sostenibilidad y el medioambiente, ha provocado en los fabricantes una constante inversión en I+D+i, lo que le ha llevado a desarrollar unos productos cada vez más sofisticados y eficientes. Qué duda cabe que ese avance en cualidades y diseño es el que está impulsando el crecimiento de un sector especialmente dinámico, en el que “cada día se apuesta más por encontrar la excelencia en innovación y sostenibilidad...”, afirma Miguel Flor Bertomeu -Responsable de Marketing y Comunicación de NOKEN PORCELANOSA BATHROOMS-, quien añade, “...desde nuestra compañía trabajamos para conseguir griferías de diseño que buscan nuevas formas de ergonomía y nuevos sistemas de ahorro de agua y energía. En el campo de los sanitarios también apostamos por los nuevos inodoros electrónicos que ofrecen un mayor confort al usuario, manteniendo siempre un perfil ecológico y sostenible”.

No ajenos a la coyuntura del mercado, Ignasi Nuet -Director de Marketing y Comunicación de GENE BRE-, nos comenta que “... con la situación macroeconómica y de crisis

medioambiental es muy importante ofrecer soluciones que aporten mejoras en el ahorro de agua y en sostenibilidad. Desde GENE BRE trabajamos en todos los aspectos que potencien la sostenibilidad, por eso nuestra línea de grifería sanitaria combina los últimos avances tecnológicos con los diseños más actuales para crear espacios exclusivos, funcionales y modernos; y dispone de diferentes sistemas tecnológicos -cuatro en total- para ahorrar agua y energía...”. Estas innovaciones tecnológicas del fabricante, especialista en válvulas y accesorios para control de fluidos, se traduce en avances como un “...sistema economizador de agua, basado en la limitación de caudal del grifo que, a su vez, también ayuda a ahorrar energía...; otro, basado en la apertura de la maneta del grifo en dos posiciones; una primera posición, con un ahorro del 50% de agua; y, una segunda posición, a pleno caudal...; un tercer sistema, fundamentado en la apertura siempre en agua fría, lo que se traduce en un gran ahorro energético, al evitar que las calderas, calentadores o termos eléctricos entren en funcionamiento indebidamente... Y, por último, un sistema de seguridad para grifería mezcladora termostática que limita a 38º el caudal de agua caliente y asegura el corte del agua para evitar quemaduras en caso de fallo del suministro de agua fría”.

Esta constancia en la inversión en I+D+i, para incorporar innovación en el diseño de productos para el baño, es fehaciente en GEBERIT IBERIA, como nos comenta Alfredo Cabezas -Director de Marketing y Comunicación de la compañía-, quien alegando al histórico de su empresa afirma: “Creamos la primera cisterna de plástico en 1952, la cisterna empotrada en 1964, el sistema de descarga interrumpible en 1984, las soluciones de inodoro con bidé integrado en 1978, etc. Recientemente, hemos reducido el consumo de agua en la descarga del inodoro a tan solo dos litros para la media descarga... Esto, sólo por citar algunos ejemplos de nuestros hitos en la integración de la innovación en nuestros productos”; algo que en la actualidad la multinacional continúa desarrollando en pro de la sostenibilidad y de optimizar sus productos, como afrontar los nuevos retos de internet, “en este sentido, cada vez más productos



Foto: Proyecto Pedralbes
Pia Capdevilla Interiorismo

Las innovaciones tecnológicas, en el equipamiento de baño, ya son habituales tanto en espacios públicos como privados.

<< El sector tiene que centrarse en mejorar la eficiencia energética de los proyectos >>



GEBERIT se activan con sensores de detección de usuario o pueden activarse desde el smartphone, con solo descargarse nuestras App gratuitas. Este es el caso, por ejemplo, de nuestra amplia gama de inodoros bidé, que se pueden configurar y operar fácilmente desde la App Geberit Home”.

A igual, considerando la exigencia cada vez mayor de un consumidor sensible a los temas de sostenibilidad y medioambiente, añade Alfredo Cabezas, “el sector tiene que centrarse en mejorar la eficiencia energética de los proyectos, y optar por los productos de firmas que trabajan para reducir su huella ecológica y el impacto medioambiental de sus soluciones. **GEBERIT** es pionera en este sentido. Llevamos desde 2007 desarrollando todos nuestros productos según el principio del ecodiseño. El objetivo para todos nuestros nuevos productos es que sean mejores que sus predecesores desde un punto de vista ecológico. Esto lo logramos teniendo →



Foto: Geberit.



Foto: Genebre.

El uso de diferentes materiales, en la decoración del baño, es cada día más patente.

en cuenta todo el ciclo vital de nuestros productos, desde su producción hasta su uso y posterior reciclaje”.

Por su parte Sergio Zabala -Director de Marketing de MEDICLINICS- comenta que, siendo fabricantes “...con más de 50 años de experiencia en el sector, a la vanguardia en

soluciones de equipamiento para baños colectivos, apostamos por la I+D+i; lo que nos lleva a desarrollar productos centrados en la calidad, la búsqueda de diseños exclusivos, la innovación y la seguridad... demostrando nuestra capacidad para ofrecer productos que reflejan los valores de la compañía: eficiencia energética, higiene total en cada secado, e incorporación de tecnología e innovación. Esto lo convierte en una opción segura para cualquier baño colectivo que busque sofisticación y eficiencia para sus usuarios”; una apuesta que se traduce en su secador de manos U-flow, recientemente galardonado con el IF Design Award 2024, “...reflejando nuestro compromiso con la innovación y el respeto al medio ambiente”, sentencia Zabala.

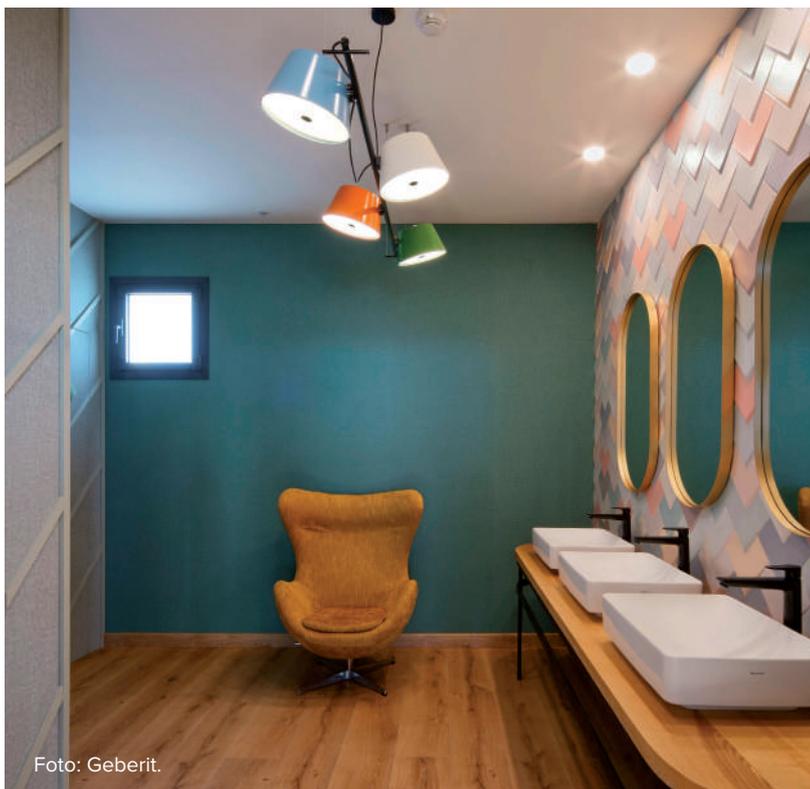


Foto: Geberit.

La compañía francesa DELABIE, especialista en grifería y equipamientos sanitarios para establecimientos públicos y colectividades, que exporta desde su centro de producción en Francia, y a través de sus 9 filiales -una en España-, a más de 90 países su gama de grifería y sanitarios de acero, nos transmite en palabras de Hélène Souvignet -Responsable de Marketing y Comunicación para España: “En DELABIE, la investigación y desarrollo permite ofrecer soluciones únicas potenciadas por las innovaciones y nuevas tecnologías desarrolladas internamente. Estas soluciones presentan ventajas que las convierten en un verdadero aliado para los espacios públicos. En primer lugar, el ahorro de agua y energía; →

DISEÑO 4 en 1

DELABIE

¡LA PERFECCIÓN Y UTILIDAD NUNCA
HAN SIDO TAN BUENAS JUNTAS!

Un espejo para admirarse, un dispensador de jabón, un grifo, un secamanos de aire pulsado... todo con sensores, para una higiene de ensueño.

Con su acabado negro mate y su sutil iluminación, el armario espejo DELABIE combina diseño, funcionalidad y una instalación ultrasencilla.

DELABIE, fabricante especializado en grifería, sistemas de descarga y aparatos sanitarios para Espacios Públicos, desarrolla todas sus gamas de productos, bajo los criterios de ahorro de agua, energía, diseño y ética.

Más información en delabie.es

30 AÑOS
GARANTÍA

50 AÑOS
REPARABILIDAD

nuestros productos permiten reducir el consumo de agua potable hasta un 90%. A esto, le podemos añadir el especial cuidado en el diseño, la eco-responsabilidad y la facilidad de instalación y mantenimiento”.

Otra compañía, con más de 100 años de experiencia en la fabricación de productos de baño en acero esmaltado, es KALDEWEI; su Country Manager para España y Portugal, Joel Velásquez, afirma: *“Para nosotros, la belleza del producto reside en los materiales de alta calidad en una forma perfecta. Para lograrlo, damos lo mejor de nosotros mismos cada día e impulsamos innovaciones sostenibles. Nuestro objetivo es convertirnos en una empresa familiar climáticamente neutra, para que podamos dejar un planeta en el que valga la pena vivir para las generaciones futuras. Creemos que el lujo y la sostenibilidad no son*

mutuamente excluyentes, sino que se complementan”; en este sentido, y en su apuesta por el lujo y la sostenibilidad, KALDEWEI trabaja en su proyecto LUXSTAINABILITY®, una firma comercial de su estrategia de I+D+i.

A su vez, Diego Suárez -Responsable de Marketing y Comunicación de SANYCESS-, empresa familiar que combina, en su fábrica de Castellón, las últimas tecnologías de producción con técnicas artesanas de trabajo, afirma: *“Nuestro enfoque en I+D+i se traduce en productos que incorporan avanzados sistemas de ahorro de agua y eficiencia de caudal, como griferías con tecnologías que reducen el consumo sin comprometer el rendimiento. También hemos implementado el sistema Cold Stop, que previene el uso innecesario de agua caliente, reduciendo el consumo energético. Además, estamos comprometidos con la sostenibilidad al minimizar el uso de packaging, utilizando materiales reciclables y reduciendo el exceso de embalaje”.* Pero es en el diseño donde esta empresa española parece apostar, *“...invertimos significativamente en materiales de alta calidad y en diseños que aseguren una larga vida útil de nuestros productos. Esto no sólo reduce la necesidad de reemplazos frecuentes, sino que también contribuye a la sostenibilidad al disminuir el desperdicio. Nuestra filosofía de diseño prioriza la durabilidad y la estética, garantizando que nuestros productos no sólo cumplan con las expectativas funcionales y medioambientales, sino que también sean visualmente atractivos y perduren en el tiempo”.*

Por su parte, Juan Ortíz Pajares -Gerente de IBERMAMPARA- nos señala que *“...en nuestra compañía hemos hecho una apuesta clara por el diseño y la innovación, ello nos ha llevado a crear productos innovadores exentos de perfilería que dejan apreciar la belleza del vidrio, con todos sus cantos vistos como fiel reflejo de un diseño audaz y siempre elegante, paralelamente hemos lanzado colecciones exentas de cerco superior”.* Y, por último, David Vázquez – Director Comercial Iberia de SALGAR-, firma especializada en la fabricación de muebles y accesorios de baño, con más de 75 años de experiencia, añade: *“... Actualmente, aunando el diseño con la sostenibilidad, cada vez más importante y siendo una prioridad desde nuestro departamento de calidad y producción, además de formar parte de nuestra cultura de empresa, disponemos de diferentes certificados de calidad, tanto a nivel nacional como internacional, -PEFC, ECOEMBES, FSC, entre otros-. Esta*



Foto: Ibermampara.



Colores y formas originales, en sanitarios y grifería, contribuyen a crear ambientes exclusivos.

Diseños audaces y elegantes armonizan con la sostenibilidad y el ahorro energético.



Foto: Casa en Pozuelo - Raquel Chamorro Estudio.



Foto: Noken.

empresa familiar, que produce el 100% de los muebles de baño en su fábrica de Zaragoza, y vende equipamiento del baño a más de 60 países de todo el mundo, en su apuesta por la sostenibilidad y el medioambiente nos transmite, en boca de David Vázquez, “...hemos desarrollado un plan de reducción del uso de plásticos, en nuestros embalajes, por materiales reciclables y energías limpias, reducción de emisiones y optimización de procesos”.

Amplitud o profundidad. Se impone la especialización

Qué duda cabe que, ante el crecimiento de la demanda, como consecuencia del aumento de proyectos residenciales, geriátricos, hoteleros y sanitarios, por un lado, y debido a los cambios en los hábitos de higiene, por otro lado -por ejemplo, como ocurre con el plato de ducha que adquiere un mayor protagonismo en detrimento de la bañera-, los fabricantes se esfuerzan en ampliar sus gamas de producto, abultando los catálogos con nuevas referencias; esta tendencia a ofrecer una gama más variada -amplitud-, en lugar de la especialización de las líneas →

El uso del mármol y los pavimentos de gres porcelánico son una constante en la prescripción de los proyectos.

de producto -profundidad-, es algo que pocas compañías defienden, sumándose la mayoría a la oferta especializada en gamas concretas. *“En NOKEN somos muy conscientes de este crecimiento -afirma Miguel Flor Bertomeu- y estamos trabajando día a día, para ser un referente del sector, enfocando todos nuestros esfuerzos para convertirnos en una empresa especializada en este tipo de producto. Intentamos escuchar a nuestro cliente y proponer aquellos productos que se adaptan a todas sus necesidades”.*

Una especialización a la que se suma GENEBRE, como nos indica Ignasi Nuet, *“...nuestra filosofía de empresa se basa en el concepto de modularidad, en el caso de nuestra oferta en grifería de ducha; con una gama relativamente pequeña de soluciones podemos generar diferentes tipos de combinaciones para adaptar el espacio de la manera más eficiente. Contamos con diferentes columnas, barras, brazos, rociadores, mangos de ducha, accesorios y complementos ideales para completar cualquier combinación que el cliente busque... También contamos con una extensa gama de monomandos empotrados con sus correspondientes cajas de instalación, que permiten múltiples combinaciones”.*

Lo mismo que ocurre con GEBERIT: *“Nosotros somos muy partidarios de apostar por la ‘profundidad’ -señala Alfredo Cabezas-, es decir, por trabajar el desarrollo del producto hasta conseguir que cada nueva versión sea mejor que la anterior, tanto en diseño ‘exterior’ como ‘interior’ (funcionalidad, innovación, eficiencia energética, respeto del medio ambiente, etc). Siguiendo esta apuesta por la ‘profundidad, GEBERIT ha conseguido la excelencia de uno de sus productos de referencia: las cisternas empotradas, por poner un ejemplo”.*

La apuesta de soluciones de calidad para el baño ha movido a MEDICLINICS, como asegura Sergio Zabala, hacia una mayor especialización: *“Nuestro catálogo se centra en la calidad en lugar de la cantidad. Desarrollamos productos innovadores y eficientes que se integran fácilmente en el baño. Además, contamos con una variedad de opciones en el campo de la accesibilidad, en colaboración con el especialista italiano Goman, referente europeo en equipamiento accesible para el baño. Ofrecemos una amplia gama de soluciones de alta calidad y certificaciones, brindando al usuario un entorno único,*



Foto: Vivienda Unifamiliar - Estudio Sara Torrijos.



Foto: Kaldewei.

Se imponen los diseños minimalistas, creando espacios diáfanos y de fácil acceso.

equilibrado y, sobre todo, confortable, convirtiendo el baño en uno de los lugares más acogedores del hogar. La higiene es uno de nuestros principales enfoques, pero también añadimos cualidades como el diseño y la innovación". Esta empresa familiar, de capital español, especializada en la fabricación y venta de secadores de manos y accesorios de baño para colectividades, aporta "...soluciones que priorizan la calidad y responden a las necesidades del usuario; alternativas que hacen del baño un lugar higiénico y seguro, permitiendo al usuario sentirse en un entorno exclusivo", añade Zabala.

En la especialización de gamas incide también DELABIE. La fabricante y comercializadora

de equipamientos sanitarios para espacios públicos, nos apunta -en palabras de Hélène Souvignet- "...nos esforzamos en proponer una diversidad de productos que puedan responder a todas las diferentes necesidades de estos espacios (destino, usuarios etc.). Nuestra capacidad de innovación nos ha permitido lanzar 250 novedades en los últimos 5 años. Estas soluciones, desarrolladas con funcionalidades innovadoras, un diseño sofisticado y gamas especializadas que se adaptan a todos los presupuestos, nos permiten dirigirnos a nuevos mercados y satisfacer a nuevos clientes. Estos nuevos productos son regularmente premiados (Red Dot Award, German Design Award, etc.), lo que refuerza la reputación de nuestra marca en Europa".



Foto: Mediclinics.

Por su parte, Joel Velásquez comenta al respecto: "Las bañeras aún tienen su espacio y demanda, pero es verdad que la tendencia actual es a colocar platos de ducha, tanto en modelos fabricados como de obra alicatados; para ambos requerimientos con una amplia gama de modelos con distintos diseños, medidas, acabados y segmentos de precio". El Country manager de KALDEWEI destaca la campaña de publicidad llevada a cabo con el músico y fotógrafo Bryan Adams, con una coreografía de precisión y elegancia, que escenifica el nuevo plato de ducha presentado por la compañía.

En otro orden de cosas la compañía SANYCCES, especializada en el diseño de →



Foto: Sanycces.

sus productos, defiende una postura distinta: *“En nuestro caso, apostamos por la amplitud, ofreciendo soluciones de diseño que permitan abordar proyectos globales y coherentes. Creemos que es fundamental poder dar respuesta a una multitud de situaciones, desde el ámbito residencial hasta el contract, con una misma línea de producto que pueda tener diferentes configuraciones. Esto no solo permite una mayor flexibilidad y versatilidad en los proyectos, sino que también racionaliza el impacto productivo y logístico, lo cual es una forma de sostenibilidad en sí misma...”*, comenta Diego Suárez, quien puntualiza, *“...sin embargo, para otras empresas que tienen un enfoque mayor en cuestiones específicas, como la accesibilidad, la estrategia de producto puede ser distinta, centrada más en la especialización. En nuestro caso, la clave está en cómo podemos ofrecer soluciones integrales que se adapten a diferentes necesidades y contextos, optimizando al mismo tiempo los procesos de producción y distribución”*.

En contraste con la opinión anterior, Juan Ortiz Pajares, de IBERMAMPARA, comenta: *“El cambio de bañera por plato es una consecuencia de los cambios que se producen en la sociedad, al aumentar la esperanza de vida, unida también a los cambios en los hábitos de higiene que requiere una sociedad más avanzada. Los fabricantes de mamparas hemos ido adaptando nuestros*

productos a la nueva realidad de una sociedad que evoluciona, adquiriendo productos con diseño y alta calidad, profundizando en líneas de producto que satisfagan las nuevas expectativas de un mercado cambiante y en constante evolución, hoy día las mamparas de ducha abarcan el 80% de nuestra producción frente al 20% de bañera”.

Opinión a la que se suma David Vázquez, de SALGAR: *“Estoy convencido que, tanto en el presente como en el futuro, es y será muy importante la especialización en cada línea de producto que trabajes; y más en el caso de un fabricante como SALGAR, donde todos nuestros productos se diseñan, desarrollan y fabrican al 100% en nuestras instalaciones de Zaragoza. Solamente, con la especialización e I+D+i, seremos capaces de seguir aportando soluciones y crear nuevas tendencias que aporten valor añadido, tanto al mercado como a nuestros clientes”*.

Valores para el prescriptor

La abundante oferta del sector de equipamiento de baño obliga a los fabricantes a buscar elementos y/o soluciones que distingan sus productos del resto de propuestas. →

Interioristas y arquitectos abordan proyectos, aportando soluciones de diseño, con una grifería de última generación.

Foto: Sanycces.



NUEVO

■ GEBERIT

UN BÁSICO AL ALCANCE DE TODOS

GEBERIT AQUACLEAN. EL INODORO BIDÉ.

**KNOW
HOW
INSTALLED**



El nuevo estándar en el baño: Geberit AquaClean Alba combina un diseño atemporal, materiales y acabados de primera clase y la funcionalidad de bidé en un inodoro de alta calidad, a un precio muy atractivo. El inodoro bidé al alcance de todos los baños. Más información en www.geberit.es/aquaclean-alba.



TECNOLOGÍA
DE DUCHA
WHIRLSPRAY



TECNOLOGÍA
DE DESCARGA
TURBOFLUSH



MANDO A
DISTANCIA



FUNCIÓN
QUICKRELEASE

Decoradores de interiores y arquitectos seleccionan esta oferta con escrúpulo y, conscientes de la importancia que hoy en día tienen para sus clientes este espacio -tanto público como de vivienda-, no reparan en contrastar la extensa gama disponible en la búsqueda de la mejor solución decorativa y funcional que resuelva su proyecto satisfactoriamente.

Al respecto, Miguel Flor Bertomeu, afirma: *“Como empresa especializada en equipamientos de baño, en NOKEN PORCELANOSA BATHROOMS aportamos una gran variedad de productos para el baño, pero no solo eso, también podemos ofrecer dentro de esos productos, una gran variedad de todos ellos. En griferías para baño, contamos con una gran variedad de acabados para encajar en cualquier tipo de ambiente, desde el cromado básico que no pasa de moda, al cobre cepillado o negro mate para los más atrevidos o que buscan algo diferente a la hora de equipar su cuarto de baño. En cuestión de acabados y colores para el baño, aportamos una gran variedad también en sanitarios, lavabos, bañeras y secatoallas”.*

En su apuesta por crear espacios exclusivos y funcionales, desde GENE BRE señalan: *“...controlamos todos los procesos de creación, dando respuesta a las necesidades particulares de cada mercado: desde el concepto inicial y el diseño del producto, hasta su producción y comercialización, combinando una gran capacidad de innovación y una clara respuesta al mercado global... Nuestro valor diferencial se basa en nuestra filosofía de trabajo: I+D+i, técnicas avanzadas de fabricación, disponibilidad de stock, servicio de entrega inmediata, precios competitivos, un cuidado servicio al cliente y un énfasis en la responsabilidad medioambiental”;* puntualiza Ignasi Nuet, para añadir a continuación: *“...garantizamos que todas las referencias de nuestras líneas de grifería -doméstica y pública- estén diseñadas y fabricadas según los estándares europeos de calidad, como la UNE-EN 19703, ofreciendo al consumidor funcionalidad, durabilidad y seguridad”.*

“Apostar por GEBERIT -sentencia Alfredo Cabezas, esgrimiendo la calidad, durabilidad y fiabilidad de sus productos- es apostar por unas soluciones de confianza. Nuestras soluciones ofrecen valor añadido y el máximo confort al usuario en el baño gracias a una estética a la última, con un diseño y unos acabados impecables. Incorporan lo último

en innovación tecnológica para conseguir su correcto funcionamiento a lo largo de los años y ofrecen un diseño optimizado hidráulicamente que permite el ahorro de agua y el respeto del medio ambiente. Y todo ello con unas garantías a largo plazo que aseguran décadas de vida útil del producto y un servicio al cliente que marca la pauta y no tiene comparación en el sector. Prescribir los productos GEBERIT asegura el éxito de cualquier proyecto de baño tanto a nivel estético como funcional y de mantenimiento, durante muchísimos años”.

Tampoco se queda corto Sergio Zabala, al destacarnos los argumentos distintivos que MEDICLINICS propone al prescriptor: *“Calidad, diseño, exclusividad, innovación y fiabilidad son el resultado de más de 50 años conociendo las necesidades del usuario y ofreciendo soluciones que convierten el baño colectivo en una extensión de su espacio personal. La línea de secadores de manos de última generación combina de manera perfecta eficiencia, higiene y diseño moderno, esenciales para proyectos de decoración y reformas que buscan funcionalidad y estética...”,* comenta el Director de Marketing de la compañía, para referirse a continuación a una propuesta concreta, *“...con un diseño compacto y eficiente, el modelo U-flow se destaca por su fácil instalación y tecnología avanzada, lo que lo convierte en una opción ideal para diseñadores que buscan soluciones prácticas y elegantes para baños públicos, ya sean de pequeño o gran tamaño. Además, el enfoque de MEDICLINICS en la eficiencia y la higiene asegura que estos productos cumplan con los más altos estándares, convirtiéndolos en una elección confiable y atractiva para cualquier proyecto”.*

En este sentido, la Responsable de Marketing y Comunicación de DELABIE, aprovecha para decir que *“...las griferías DELABIE se caracterizan por el ahorro de agua, superando incluso los mejores niveles de las ecoetiquetas internacionales... En términos de higiene, nuestra empresa ofrece soluciones únicas que cumplen los requisitos de las autoridades locales más sensibles en cuanto al control de la proliferación bacteriana, como los hospitales. Además, los diferentes grifos están pensados para proteger a los usuarios contra el riesgo de quemaduras. Las soluciones DELABIE también son adecuadas para niños y personas con movilidad reducida y cumplen los requisitos de accesibilidad de*



La iluminación interactúa con los materiales, contribuyendo a generar sensaciones agradables.



Foto: Proyecto Vinchy - Denys & von Arend.

Recubrimientos antideslizantes, morteros especiales y pavimentos continuos, armonizan con sanitarios, duchas y bañeras.

los edificios públicos... nuestros productos están especialmente adaptados para un uso intensivo. Por ejemplo, se someten a pruebas de rendimiento con condiciones extremas en fábrica. Para ahorrar tiempo de instalación, los ajustes se simplifican al máximo y las piezas de recambio están normalizadas para facilitar el mantenimiento... Finalmente, la sostenibilidad es uno de los pilares de la estrategia de DELABIE. Tenemos en cuenta el impacto medioambiental desde la fase de diseño y producción de un producto hasta su distribución y utilización”, concluye H el ene Souvignet.

La propuesta de KALDEWEI al prescriptor -interioristas y arquitectos- se fundamenta en el material, como nos dice su Country Manager, quien destaca que “...el acero esmaltado KALDEWEI es único en su género, extremadamente resistente, duradero y sostenible. La fórmula para nuestro material, así como para nuestra técnica de fabricación, la desarrollamos con la experiencia que hemos venido adquiriendo durante décadas. De ese modo, logramos innovaciones pioneras, como recubrimientos especialmente antideslizantes y nuevas e increíbles variantes cromáticas: mate o con brillo, en color o en blanco, con forma de bañera o de plato de ducha. Nuestro acero esmaltado dura toda la vida”, asegura Joel Velásquez, haciendo hincapié en los 30 años de garantía que la compa a ofrece a sus clientes.

El responsable de marketing de SANYCCES, esgrime una propuesta que va más allá de la estética al afirma que “...nuestros productos aportan una combinación única de diseño, funcionalidad y sostenibilidad. Para los diseñadores, esto significa poder trabajar con elementos que no solo cumplen con las expectativas est ticas, sino que también ofrecen ventajas prácticas y ecológicas. Por ejemplo, nuestras bañeras y platos de ducha se fabrican con materiales de alta calidad que aseguran durabilidad y facilidad de mantenimiento. Además, creamos colecciones de autor que son amplias, incluyendo desde un ‘fondo de armario’ hasta versiones con más ‘carisma’. El prescriptor puede elegir entre una variedad de acabados, configuraciones y colores, lo que permite que nuestras colecciones funcionen como herramientas creativas para el diseñador. Esta flexibilidad no solo facilita la adaptación a diferentes estilos y proyectos, sino que también potencia la creatividad y personalización en cada obra, garantizando soluciones únicas y funcionales”, destaca Diego Suárez.

La oferta de IBERMAMPARA, según su director, se centra en el diseño exclusivo: “Aportamos diseño y gama de producto, con soluciones capaces de adaptarse a todas las exigencias arquitectónicas que se presentan en el mercado, adaptándonos al espacio disponible y al gusto personal del cliente; el 90% de nuestra fabricación es producto a →



Foto: Delabie.

medida y de gama media”, concluye Juan Ortiz Pajares. Una oferta que se hace extensible a la fabricante SALGAR: “Aportamos diseño, calidad, gama completa de producto con el cual, ofrecemos soluciones para cada proyecto, además del asesoramiento necesario en cada momento a través de nuestro equipo comercial. Pudiendo, además, crear sus propios diseños, ambientados en un espacio de baño, en nuestro nuevo configurador 3D a través de nuestra web”, afirma David Vázquez desde su Dirección Comercial.

Edificación residencial, rehabilitación y reforma

El nicho de mercado más prometedor se encuentra en la rehabilitación y la reforma, aunque la edificación residencial continuará aportando un oxígeno necesario para el sector de equipamiento de baño, según las fuentes consultadas. Al igual, proyectos hoteleros, hospitalarios y geriátricos, entre otros

<< Creemos que habrá un crecimiento de la edificación residencial y la rehabilitación >>

espacios públicos, suponen la baza en la que un buen número de fabricantes depositan su confianza; al margen de la industrialización -viviendas modulares-. Interioristas y arquitectos abren su abanico de opciones, absorbiendo trabajos dispares que implican el uso de innovación, por lo que dan cabida a aquellos fabricantes que, apostando por la tecnología, cuidan el diseño, la sostenibilidad y el medioambiente en el desarrollo de sus productos.

“Desde NOKEN PORCELANOSA BATHROOMS -afirma Miguel Flor Bertomeu- creemos que habrá un crecimiento de la edificación residencial y la rehabilitación. Podríamos decir, que nuestro nicho se enfoca ahí y en la construcción modular, un mercado que está en

Duchas y mamparas se integran en espacios más accesibles y funcionales, mientras que la bañera pierde protagonismo.



auge (Monobath de Butech). Cada vez más gente opta por este tipo de viviendas modulares, donde la optimización de los tiempos y abaratamiento de la mano de obra, representan un ahorro importante a la hora de planificar una edificación. Pero siempre, sin dejar de lado el resto de campos como la reforma y sobre todo proyectos hoteleros, donde podemos decir, que contamos con grandes firmas hoteleras que confían en nosotros para equipar sus proyectos por todo el mundo". Una apuesta que también realiza GENEBRE, al contar con una amplia gama de producto que cubre las necesidades de la parte residencial, de la rehabilitación y la reforma, según Ignasi Nuet, quien añade: "...pero desde la pandemia también hemos potenciado toda la línea de soluciones para espacios públicos para todo tipo de instalaciones, entre las que destacan las gamas de grifería electrónica y de grifería temporizada".

Más desarrollada es la respuesta de Alfredo Cabezas, quien señala que "...aunque el segmento de la reforma y la rehabilitación ha aumentado de manera notable en los últimos años, todavía le queda mucho margen de desarrollo, ya que el parque de viviendas nacional tiene más de 50 años de antigüedad según muestran ciertos datos estadísticos. Yo creo que la media está incluso por encima de esta cifra", se atreve a pronosticar el Director

de Marketing y Comunicación de GEBERIT, para referirse a continuación a las apuestas más destacadas de su compañía; "...respecto a nuestros productos, en concreto las cisternas empotradas, en el sector contract es un producto ya establecido y de uso muy frecuente en la mayoría de los proyectos. Además, el crecimiento es sostenido y podríamos decir que ya es la solución predominante en este segmento. Por lo que respecta al sector doméstico, en cambio, se encuentra en fase de introducción. Se trata de un producto cada vez más demandado y en continuo crecimiento -cada vez son más los usuarios que optan por este producto en los baños de sus viviendas- pero todavía tiene mucho recorrido por delante, hasta que acabe por desbancar a las soluciones tradicionales con cisternas vistas... De todas formas, su paso de la fase de introducción a la de desarrollo es inminente. De hecho, en estos momentos, un baño con cisterna empotrada e inodoro suspendido forma parte del ideal de baño de quien quiere iniciar una reforma, es la tendencia en las imágenes que se pueden ver en las redes, revistas especializadas, etc. A pesar de esto, en la práctica muchos usuarios no se atreven a pasarse a la empotrada por desconocimiento y falta de confianza en lo nuevo. Podemos afirmar que se está a un paso de conseguir el cambio de 'vista' por 'empotrada' de manera masiva, también en el sector residencial... →

El baño se va convirtiendo en un espacio de convivencia más en el hogar, en donde interviene la decoración.



Foto: Salgar.

Para productos como los inodoros bidé, por ejemplo, también los hospitales y los geriátricos se van a convertir en un importante nicho de mercado. Estos productos permiten que las personas mayores o con problemas de movilidad sean autónomos en su higiene íntima diaria. Con el envejecimiento de la población disparado en nuestro país, está claro que establecimientos como los geriátricos y los hospitales van a ayudar al crecimiento de la demanda de inodoros bidé”, se extiende en su interesante valoración el ejecutivo de la compañía GEBERIT.

Otra instructiva opinión la aporta el Director de Marketing de MEDICLINICS, al afirmar que “...la creciente conciencia sobre la importancia de la higiene en espacios públicos, debido a la pandemia de COVID-19, ha aumentado la demanda de productos con tecnología touchless y filtros antibacterianos -momento que aprovecha Sergio Zabala para incidir en las soluciones que aporta su empresa... Nuestro secamanos U-flow, que incorpora estas características, ofrece una solución eficiente, segura e innovadora para estos entornos, sin sacrificar un diseño elegante y exclusivo... MEDICLINICS ofrece soluciones de calidad premium para aquellos que buscan fiabilidad, diseño e innovación en sus baños

colectivos. Atendemos a una variedad de emplazamientos, incluyendo aeropuertos, centros comerciales, proyectos hoteleros, hospitalarios y geriátricos, proporcionando soluciones de garantía que perduran en el tiempo, se integran perfectamente en el entorno y son de sencillo mantenimiento”.

Por su parte, Hélène Souvignet comenta: “Al ser fabricante especialista en grifería y equipamiento sanitario para espacios públicos, DELABIE desarrolla cinco gamas de productos que se adaptan perfectamente tanto a los proyectos nuevos, como de los de rehabilitación o de reforma de los establecimientos que reciben público: grifería para espacios públicos, hospitales, accesorios de higiene y accesibilidad, aparatos de acero inoxidable y cocinas profesionales. Por esto mismo, todos estos sectores tienen igual importancia para nuestra marca”. A la que suma la apreciación de Joel Velásquez, de KALDEWEI: “enfocamos nuestra propuesta principalmente a proyectos residenciales y hoteleros donde aparte del diseño y prestaciones requieran de productos duraderos, resistentes, fácil limpieza e higiene y en aquellos con criterios de sostenibilidad, tenemos un amplio catálogo con soluciones en distintos segmentos de precios”. →

Se aportan soluciones para las personas mayores o con problemas de movilidad, permitiendo que sean autónomas.

Foto: Genebre



KALDEWEI



**MEISTERSTÜCK
OYO DUO**

Made of sustainable steel enamel



Foto: Hotel kozmo GCA Archites

Una visión interesante nos la aporta desde SANYCCES Diego Suárez, asegurando que “... existen grandes oportunidades en nuevos modelos tanto en el sector residencial como en el contract. Por ejemplo, el coliving está creciendo exponencialmente en nuestro país y en Europa, ofreciendo espacios compartidos que requieren soluciones de diseño flexibles y funcionales. El senior living también está en auge, adaptándose a las necesidades de una población envejecida que busca comodidad y accesibilidad en entornos modernos. Y además, las residencias de estudiantes se están reformulando, demandando diseños innovadores que optimicen

el espacio y ofrezcan una experiencia de vida enriquecedora. Estos ámbitos son sumamente interesantes y representan oportunidades significativas... La capacidad de ofrecer productos que se adapten a estas nuevas formas de habitar y convivir es clave para capitalizar estas tendencias en expansión”, argumenta el Responsable de Marketing de SANYCCES.

Desde IBERMAMPARA nos llega la opinión de Juan Ortiz Pajares, también apostando por la vivienda, tanto la nueva como la de rehabilitación y reforma: “La edificación residencial, tras la crisis de 2007 y la pandemia, es un

Los proyectos hoteleros requieren, aparte de diseño, productos duraderos, resistentes y de fácil limpieza.

<< La tendencia en baños se encuentra en los diseños minimalistas y las instalaciones encastradas >>

nicho prometedor para productos estandarizados y de gama media. Nuestro producto, al tratarse de gama media alta y producto a medida, tiene buen maridaje con reforma y rehabilitación, que suele ser un sector más exigente en diseño y calidad; adaptándose al gusto personal del cliente, en cuanto a diseño y color de perfilería". Y, por último, como argumenta David Vázquez, de SALGAR, "para nuestra empresa es y seguirá siendo muy importante la reforma; y más en momentos de cierta inestabilidad económica, como ya ha sucedido anteriormente, donde el acceso a la una nueva vivienda puede ser más complicado, y parte de la población decide realizar una reforma parcial o total en su hogar. Aunque como empresa estemos presentes en otros nichos de mercado".

Sostenibilidad y medioambiente, una evolución perceptible

La evolución del sector en los próximos años puede parecer incierta, aunque exista una tendencia clara que nos vaya dando pistas, como

son el ahorro energético, la reducción de consumo, la domótica y la optimización de un espacio más funcional, accesible e inclusivo, entre otros factores; e, incluso, la integración de nuevos materiales, el reciclaje o la industrialización podrían afectar igualmente al curso futuro. Aun así, pronosticar el qué no deparará, siempre estará condicionado a factores variables e impredecibles, imponderables que van alterando las previsiones, como hemos aprendido en los últimos años. No obstante, lo que sí se ha observado, por parte de la mayoría de los profesionales que hemos consultado, es una opinión favorable hacia la sostenibilidad y el medioambiente.

"Evidentemente esto es algo difícil de prever -nos comenta desde NOKEN, Miguel Flor Bertomeu-, pero nos podemos hacer una idea. Si observamos un poco el mercado, podemos ver cómo cada vez más empresas apuestan por la tecnología sostenible; evolucionamos con la tecnología, pero simultáneamente vamos de la mano de la sostenibilidad. El futuro es sostenible, y desde NOKEN PORCELANOSA BATHROOMS apostamos por ello, enfocando →



Foto: Noken.

nuestros esfuerzos en lograr griferías más eficientes, con mayor ahorro de agua y de energía, buscando formas de reducir la huella de carbono en la fabricación. Nuestros esfuerzos van más allá del mero uso final del producto; también apostamos por la búsqueda de materiales más sostenibles para la fabricación, y adaptamos nuestra producción para lograr reducir al máximo los residuos y conseguir ser más eficientes día a día”, concluye el Responsable de Marketing.

GENEBRE, a través de Ignasi Nuet, su Director de Marketing y Comunicación, nos transmite que *“...las principales demandas de los consumidores se basan en todas aquellas soluciones que favorezcan la reducción del consumo de agua y energía, seguidas del confort, la funcionalidad y la fiabilidad del diseño. En la actualidad, la tendencia en baños se encuentra en los diseños minimalistas y las instalaciones encastradas. A corto plazo también se generalizará la domótica aplicada al baño, como en otros espacios de la vivienda”.*

A la opinión generalizada de sostenibilidad y ahorro se suma Alfredo Cabezas, Director de

Marketing y Comunicación de GEBERIT: *“En el momento actual, el ahorro energético y la reducción del consumo de agua están entre los principales retos del sector. A menudo no somos conscientes de que, cada vez que se hace uso del baño, se emplean elevados volúmenes de agua. De hecho, solo en una ducha rápida de cinco minutos se consumen alrededor de 100 litros. Igualmente, el simple gesto de ‘tirar de la cadena’ puede suponer un gasto de 9 litros en cada uso en los cuartos de baño no actualizados, de manera que hasta una quinta parte del consumo diario de agua se puede ir por el inodoro. La tecnología tiene que ponerse al servicio de la sostenibilidad promoviendo un cambio de paradigma hacia un baño caracterizado por su eficiencia en el consumo. Existen soluciones cada vez más eficientes, como las cisternas empotradas, que ya están reduciendo el volumen de descarga de la cisterna del inodoro a tan solo 2 litros, si se utiliza la media descarga. De hecho, empresas como GEBERIT han conseguido reducir el consumo de agua en el baño por persona y día en más del 80% desde 1952, gracias a la doble descarga del inodoro... Por otro lado, está la necesidad de innovar y*

La calidez de la madera rompe el concepto tradicional, armonizando con el resto de materiales y formas.



Foto: Kaldewei.



Foto: Delabie.

La economía circular, del uso de materiales reciclables, sensibiliza al prescriptor.

crear nuevos productos que respondan a las nuevas necesidades de los consumidores. En este sentido, la incorporación de las nuevas tecnologías, en el equipamiento del baño, constituye uno de los mayores retos a corto y medio plazo”.

Al igual, MEDICLINICS apela a la eficiencia, sostenibilidad y ahorro energético, como nos hace saber Sergio Zabala: *“Estamos seguros de que la evolución del sector se centrará en los ahorros energéticos, como el ahorro de agua y la optimización del espacio, haciéndolo accesible e inclusivo. Pero esto ya no es futuro, sino presente. MEDICLINICS, a la vanguardia en innovación, ofrece soluciones como las unidades de lavado y secado All in One, que permiten, en un espacio mínimo, disponer de la máxima higiene con una destacable eficiencia energética, sin perder de vista el diseño, ofreciendo espacios singulares y de sencilla usabilidad”.*

“Día a día, trabajamos para mejorar la eficiencia y ser parte de la solución. Nuestra

empresa está comprometida con el cambio, respondiendo a estas tendencias con productos que no solo son eficientes y sostenibles, sino también innovadores en términos de tecnología y diseño”, termina por comentarnos el Director de Marketing.

“Está claro que hay factores fundamentales como por ejemplo el ahorro de agua y energía, la ergonomía y la accesibilidad -comenta Héléne Souvignet-. Pero también hay que tener en cuenta que los usuarios quieren tener el mismo nivel de confort que en casa en los baños de los espacios públicos. Para satisfacer esta demanda, es imperativo integrar el diseño en la concepción de soluciones. Otro factor importante es la sostenibilidad de los productos. DELABIE propone productos de calidad, pensados para durar, con una garantía de 30 años y con piezas de recambio disponibles durante 50 años”.

Por su parte Joel Velásquez, de KALDEWEI, nos transmite que *“... consideramos que la tendencia es hacia productos fabricados de →*

Los usuarios quieren tener el mismo nivel de confort en el baño que en el resto del hogar.

forma sostenible, que sean duraderos y que al final de su vida útil puedan ser reciclados, para favorecer lo que se denomina economía circular”.

Al igual, SANYCCES se hace eco: *“La evolución del sector se dirige claramente hacia la sostenibilidad y la eficiencia. Las tendencias actuales indican una creciente importancia en la reducción de costes y el ahorro de recursos, como el agua; junto con la necesidad de crear espacios más funcionales, accesibles e inclusivos. La integración de nuevos materiales reciclables y la adopción de procesos de fabricación más sostenibles también están ganando terreno. Además, la industrialización y la digitalización de procesos son factores clave que están transformando la manera en que se diseñan y fabrican los productos del sector”*, afirma Diego Suárez.

Lo mismo ocurre desde IBERMAMPARA, como nos señala Juan Ortiz: *“No existe una definición única de la evolución del sector, sino más bien una combinación de hitos como reducción de costes por la globalización de la economía, optimización de espacios accesibles por la evolución de la esperanza de vida y también la utilización de nuevos materiales y su reciclaje, de tal manera que hagamos un mundo sostenible a lo largo del tiempo”.*

Finalizamos con el comentario que en esta línea realiza David Vázquez, Director Comercial de SALGAR: *“En nuestro sector, cada vez más es de vital importancia trabajar con materiales sostenibles, que sean reciclables; y ofrecer soluciones para el baño en espacios que cada vez son más reducidos, pero sin perder el confort y ofreciendo la máxima funcionalidad”.*

Dónde se encuentran los clientes

Las estrategias comerciales, unidas a las iniciativas de marketing y comunicación, llevan a las compañías a recurrir a diferentes formas de dar a conocer sus productos, en la búsqueda del cliente potencial que los compre o prescriba, entre otros: los estudios de diseño de interiores y decoración, los despachos de arquitectura, las constructoras y promotoras o la distribución organizada -almacenes de materiales y cadenas de tiendas de decoración-. Sin lugar a duda las ferias sectoriales, eventos y exposiciones, o la prensa profesional, son un buen recurso que considera el fabricante en su planning estratégico. Pero conozcamos de primera mano cuáles son estos clientes a los que se dirigen.

Desde NOKEN PORCELANOSA BATHROOMS nos hacen saber el importante valor que le dan al prescriptor interiorista y/o arquitecto: *“Nuestro producto está principalmente enfocado a estudios de arquitectura y diseños de interiores. Nuestros clientes buscan ese diseño que les aporte un extra para sus proyectos, con productos que sean avanzados tecnológicamente. Al igual, algunas de nuestras colecciones también están diseñadas por arquitectos como Sir Richard Rogers, Simone Micheli, Zaha Hadid, etc. Trabajamos con arquitectos, lo que nos permite conocer de primera mano las necesidades de nuestros clientes”.*

Sin embargo, para GENEVRE las inquietudes son distintas, como nos hacen saber por el perfil de su cliente potencial: *“... exportamos el*



Foto: Hotel Wellington
Touza Arquitectos.

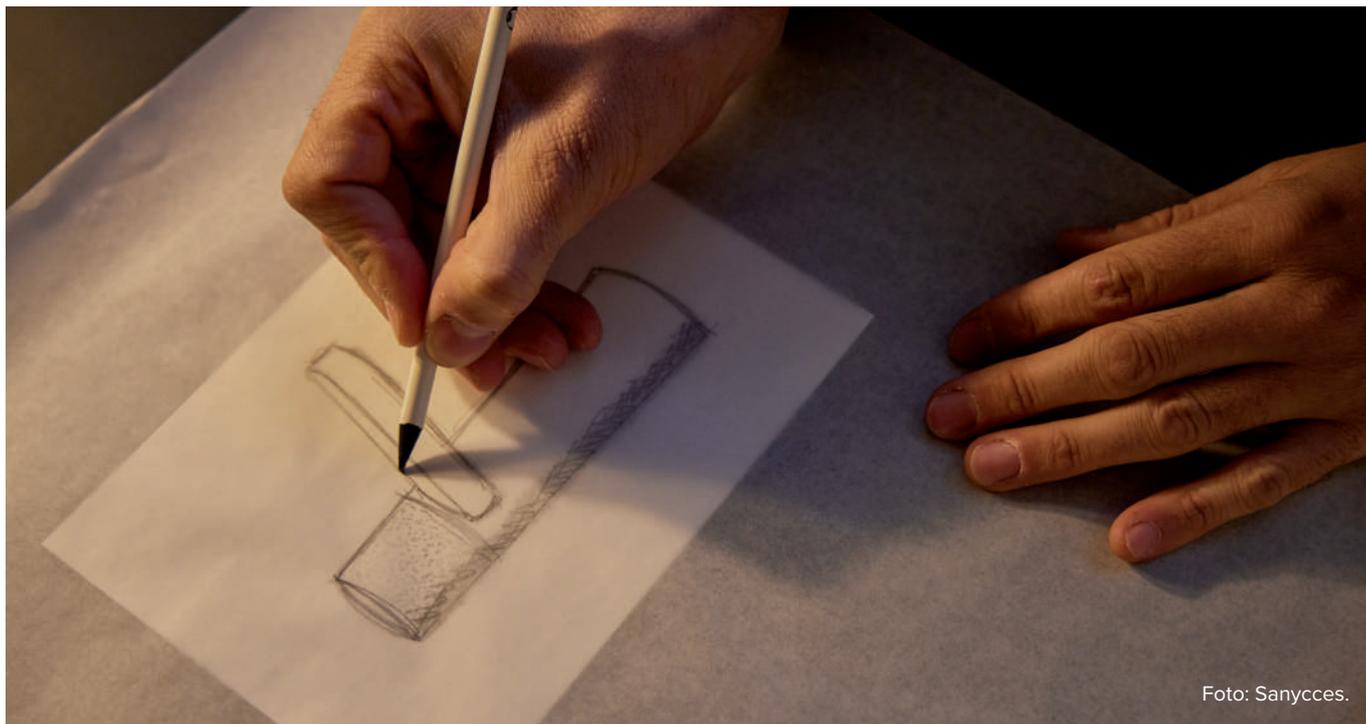


Foto: Sanycces.

<< Nuestros clientes buscan ese diseño que les aporte un extra para sus proyectos >>

Las formas sencillas y elegantes visten tecnologías complejas y eficientes.

70% de nuestra producción. Contamos con representación comercial en 22 países y exportamos a 140 países. Trabajamos siempre a través de distribuidores y almacenistas y, en función del país, tenemos un tipo de distribución u otro. En España también trabajamos mucho con los grupos de compra para ferreterías, gracias a ellos podemos dar una cobertura muy amplia a nuestra gama de productos”, concluye el directivo.

Algo que también ocurre con DELABIE: “La estrategia comercial de DELABIE se basa al 100% en los distribuidores y mayoristas. Nuestra empresa produce soluciones técnicas para profesionales y vendidas por profesionales, que pueden aportar asesoramiento, a veces imprescindible, a nuestros clientes. Nuestro equipo está disponible para cualquier persona que necesite ayuda para elegir el producto adecuado en función de sus necesidades y/o soporte técnico. También participamos en ferias y congresos: como el congreso de Ingeniería Hospitalaria en Sevilla del 23 al 25 de octubre de 2024”, comenta Hélène Souvignet, Responsable de Marketing y Comunicación.

La opinión de Alfredo Cabezas, de GEBERIT, nos descubre la diversidad que abarca su cliente potencial que está... “¡... en todas partes! No es broma. Nuestros clientes están allí donde existan profesionales del sector que quieran apostar por el trabajo bien hecho, de calidad, innovador, con un diseño bien pensado que ofrece una funcionalidad impecable, con productos duraderos, sostenibles, basados en el ecodiseño y la fiabilidad. Este es nuestro perfil de cliente y, por suerte, lo hallamos entre todos los agentes del sector”.

También se apunta a esta diversidad la valoración de Sergio Zabala, quien afirma que “el cliente de MEDICLINICS busca calidad, eficiencia energética, cuidado en el diseño e innovación, sin perder de vista la fiabilidad y la integración del producto en el entorno. Busca productos premium que se distingan del resto, con calidad certificada, durabilidad, excelentes acabados y la garantía de ser un producto excelente. Esto no lo decimos nosotros, sino un mercado que nos conoce desde hace más de 50 años y que nos premia con su confianza reiterada, tanto en el canal de distribución como en el de prescripción. No creemos que sea posible medir o sectorizar a nuestros clientes en un grupo específico; ellos se encuentran en ferias sectoriales, exposiciones, canales de distribución especializada, constructoras, →

instaladoras, estudios de arquitectura y diseño de interiores. Son personas que valoran la robustez, la higiene y el diseño innovador que MEDICLINICS ofrece en sus productos. Además, nuestro enfoque en la sostenibilidad y la eficiencia energética hace que nuestros productos sean atractivos para una amplia gama de proyectos y sectores, desde hoteles y hospitales hasta centros comerciales y oficinas”.

En la misma línea encontramos la estrategia comercial de KALDEWEI: “Todos los actores del sector conforman la cadena de valor con lo que el esfuerzo de los fabricantes es el de proponer soluciones en cada fase: prescripción con acciones enfocadas a arquitectos e interioristas, homologación de producto y acuerdos marco con constructoras e instaladoras, y la comercialización con los diferentes distribuidores”.

Pero es Diego Suárez, de SANYCCES, quien profundiza algo más: “Nuestros clientes se encuentran en una variedad de canales. Asistimos regularmente a ferias sectoriales y exposiciones para presentar nuestras novedades y establecer contactos. Y, por otra parte, trabajamos estrechamente con canales de distribución especializada y almacenistas para garantizar que nuestros productos lleguen a los lugares adecuados. Las constructoras e instaladoras son también clientes importantes, así como los estudios de arquitectura y diseño de interiores, que prescriben nuestros productos en sus proyectos”.

“Al mismo tiempo, están apareciendo nuevos actores en el mercado, como los bancos de materiales y soluciones especializados en contract, que operan en canales 100% digitales. Estos players están transformando la forma de acceder a los productos y representan una revolución en el sector. Estas plataformas digitales ofrecen una gran oportunidad para que nuestros productos lleguen a un público más amplio y especializado, facilitando la elección y adquisición de soluciones de alta calidad y diseño”.

Ortiz Pajares, de IBERMAMPARA, añade: “Nuestros clientes están centrados principalmente en canales de distribución especializada que aprecian más el diseño,

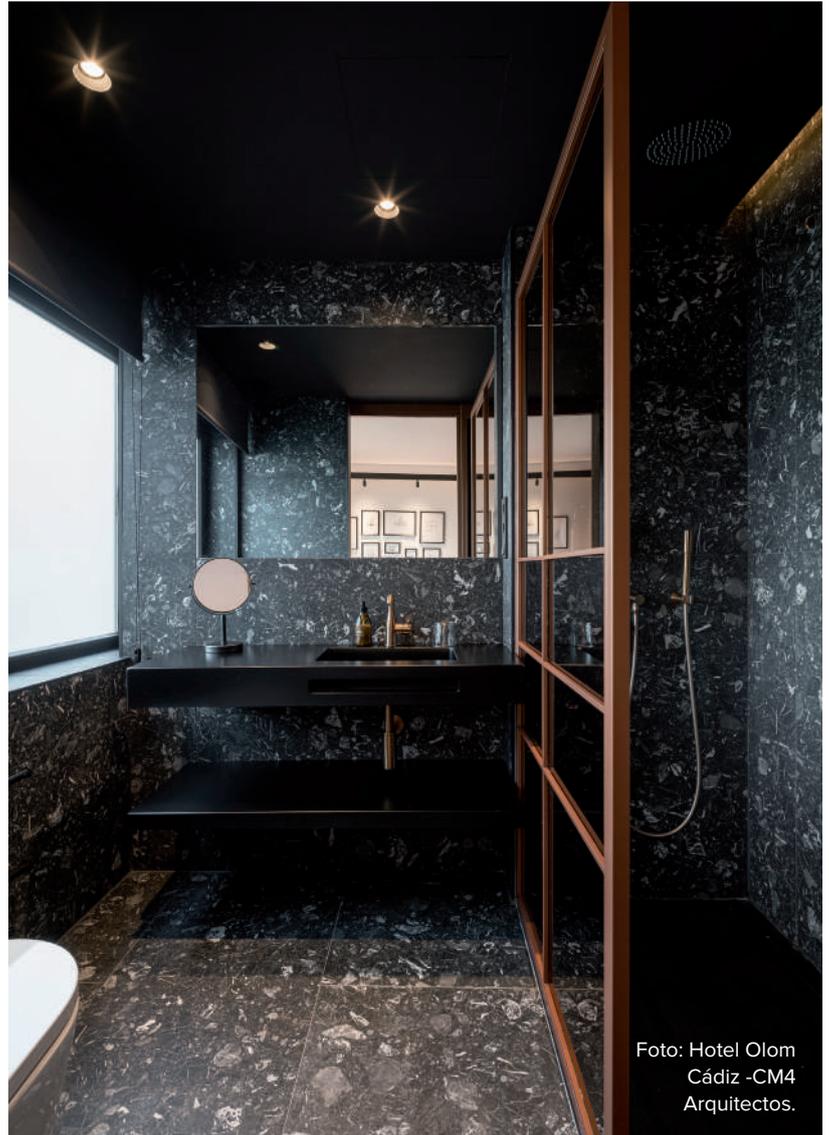


Foto: Hotel Olom
Cádiz -CM4
Arquitectos.

el servicio, la calidad de los detalles, etc. todo ello sin olvidar estudios de arquitectura y constructoras. Las exposiciones y ferias sectoriales han caído tras el proceso de la pandemia y el avance de los nuevos sistemas de comunicación electrónica, que hace fácil y cómoda la presentación del producto con costes bajos y sin desplazamientos”. La respuesta, por parte de la empresa SALGAR, alude igualmente a la distribución y el canal contract: “Participamos en las principales ferias del sector tanto a nivel nacional como internacional: Cevisama, Cersaie, Ideboain... Nuestro principal canal de venta se posiciona, en el canal de la distribución especializada, donde somos un referente desde hace más de 70 años. A la vez, desde nuestro departamento de canal contract, vamos ganando protagonismo en proyectos de diversa magnitud”. →

La amplia gama de productos disponibles, de diferentes fabricantes, abre un amplio abanico de posibilidades para interioristas y diseñadores.

GAMADecor



Descubre más



Porcelanosa Group
C/ de la Industria, 10
46100 Sagunto (Valencia)
Tel: +34 963 51 00 00
www.porcelanosa.com

PORCELANOSA Group

Novedades: el dinamismo del sector

Sin lugar a duda, son las novedades las que dinamizan cualquier sector, y más el que nos ocupa de equipamiento de baño, donde las industrias se esfuerzan por desarrollar productos innovadores en tecnología que sean, a su vez, consecuentes con el medioambiente y la sostenibilidad. Estas nuevas referencias abultan sus catálogos, ofreciendo al prescriptor una oferta más rica y variada. Pero conozcamos, a continuación, algunas de las más reseñables que los fabricantes nos han comentado.

La especialista en grifería GENE BRE, nos destaca *“...una estilosa línea de grifería para baño. La novedosa Serie Kloe, de diseño minimalista y figura estilizada, destaca por su elegancia y por una gran versatilidad. Una nueva serie que redefine el concepto de estilo con un diseño único y propio y que ofrece múltiples posibilidades, con cuatro acabados de alta calidad: Cromo, Black, Brushed Gold y Brushed Metal. Se compone de un monomando de lavabo con tres alturas diferentes, un monomando de lavabo empotrado y diferentes monomandos de ducha y de bidé. De nuestro catálogo de colectividades también destaca la Serie Klin, nuestra gama de grifos electrónicos con sensor para baño de la línea de colectividades. Una gama de grifería de diseño minimalista, disponible en tres alturas diferentes para cubrir distintas aplicaciones (lavabos planos, lavabos con cubeta, etc.). Los grifos están realizados en una sola pieza, sin juntas, con una longitud extra en el caño para que su uso sea más cómodo y el sensor está a la misma altura con respecto al caño en todas las versiones. Grifos dotados de un sistema de detección por infrarrojos, de programación de cierre automático tras 60 segundos de uso continuo y de un aireador economizador dinámico antivandálico y anti-cal de 3 litros/minuto, para limitar el consumo de agua a cualquier presión”*.

Desde el departamento de marketing de NOKEN PORCELANOSA BATHROOMS, nos comentan que están *“...trabajando para presentar novedades en el campo de la personalización de producto, con nuestra gama de producto Finish Studio; no podemos dar más información por el momento, pero estas novedades se podrán ver en la Feria Internacional de Arquitectura Global y Diseño Interior de 2025 que se celebrará en las instalaciones de Porcelanosa Grupo”*. Estaremos pendientes...

Sin embargo, es desde GEBERIT, donde nos desvelan sus lanzamientos, ya fehacientes: *“...no hará falta esperar a los próximos meses porque, de hecho, ya hemos lanzado el que va a ser el producto estrella de esta temporada. Se trata del nuevo inodoro bidé Geberit AquaClean Alba, la sencilla pero elegante incorporación a la gama AquaClean que constituye el modelo básico ideal para conseguir una perfecta higiene personal después de usar el baño. A pesar de estar pensado como un inodoro bidé básico, Geberit AquaClean Alba incorpora las principales funciones premium de la gama AquaClean, como la tecnología de ducha WhirlSpray o la descarga TurboFlush, a un precio muy asequible. Es un diseño de Christoph Behling para Geberit quien ha logrado conferir, a un inodoro bidé, el aspecto estilizado y elegante de un inodoro normal. De momento, ya ha ganado el prestigioso premio internacional de diseño Red Dot Award y todo el mundo se está enamorando de su diseño y sus prestaciones”*, detalla Alfredo Cabezas.

Por su parte, Sergio Zabala nos transmite las inquietudes de su empresa: *“En MEDICLINICS, somos una compañía en constante evolución que trabaja para hacer de los baños colectivos lugares higiénicos, accesibles, innovadores y singulares. Producimos con la idea de ofrecer soluciones de calidad para los usuarios más exigentes, y como resultado, presentamos constantemente nuevos artículos o mejoras en nuestros productos. Somos inconformistas y no dejamos de desarrollar nuevas soluciones en sintonía con las exigencias y tendencias del mercado. Mantenerse en contacto con nuestros canales de comunicación abiertos para interactuar con nuestros prescriptores y distribuidores es la manera más rápida y práctica de conocer las últimas novedades de la compañía. Si aún no están familiarizados con nuestras redes sociales, los invitamos a seguirnos para estar al día con lo último del sector”*.

Hélène Souvignet, nos pone al tanto de las iniciativas de su compañía internacional: *“Una de las últimas novedades DELABIE es la gama de armarios espejos, una fusión perfecta de estética y funcionalidad. Con un espejo, un dispensador de jabón, un grifo y un secamanos con detección automática, el armario espejo garantiza una higiene óptima. Su elegante acabado negro mate, su sutil iluminación y su facilidad de instalación hacen de este armario una opción ideal para cualquier proyecto de sanitarios, nuevos o de renovación. 4 en 1, 3 en*



Grises, blancos y negros, una apuesta segura para la creación de espacios con diseños innovadores y elegantes.



Foto: Delabie.

Las novedades constantes dinamizan un sector en permanente evolución.

<< Se ofrece un enfoque integral y cohesivo que combina funcionalidad y diseño >>

1 o módulos interiores para instalar detrás de un espejo en un mueble a medida: la gama responde a todas las necesidades”.

Más conciso es Joel Velásquez, de KALDEWEI, quien finaliza comentando “... estamos siempre innovando y trabajando en nuevas propuestas de bañeras, platos de ducha, lavabos y desagües de canaleta que presentaremos en la feria ISH-Frankfurt 2025”. Por lo que respecta a IBERMAMPARA: “Lanzamos un sistema de bisagra para puertas con apertura interior y exterior, engarzada a extremos de vidrio que conjugan diseño audaz, elegante y de belleza intemporal. Así mismo incorporamos un nuevo color de perfilería ‘oro rosa’ que comporta elegancia y modernidad al baño”; nos cuenta el Gerente de la empresa. Con referencia a SALGAR, nos dice David Vázquez que “...una vez más, aportaremos al mercado nuevas series de producto que estamos desarrollando (diseño, materiales, etc....) pero que desvelaremos y presentaremos, más adelante”.

Y, por último, conocemos la propuesta de SANYCCES, a través de su Responsable de Marketing y Comunicación, quien nos hace saber que: “Sí, recientemente en Milán presentamos dos de nuestras colecciones más ambiciosas. La primera Duna, firmada por Jorge Herrera, es una colección de bañeras y lavabos que también incluye una gran cantidad de complementos e incluso mobiliario. Esta colección propone una evolución en la forma de entender el cuarto de baño en la vivienda, ofreciendo un enfoque integral y cohesivo que combina funcionalidad y diseño. Por otro lado, lanzamos Dedal, una colección de grifería diseñada por José Manuel Ferrero, que destaca por su gran personalidad. En esta colección, hemos ampliado significativamente la cantidad de acabados metalizados disponibles, proporcionando a los diseñadores más opciones para personalizar y realzar sus proyectos. Ambas colecciones reflejan nuestro compromiso con la innovación y el diseño de alta calidad, ofreciendo nuevas herramientas creativas para los profesionales del interiorismo y la arquitectura”. #

NOVEDADES



PAPEL PINTADO VICHY ROSA, UNA PROPUESTA DE ALF & MABI

Actual y acogedora es la iniciativa que ofrece al mercado Alf & Mabi con su papel pintado Vichy rosa. Dibujado a mano, con elegantes rayas irregulares que se entrelazan formando el clásico estampado de cuadros, se alinea con la tendencia en la decoración de dormitorios infantiles. El color rosa palo ha sido cuidadosamente seleccionado para crear un entorno acogedor y neutro en la pared. Este diseño está pintado a mano, y los cuadros presentan un precioso efecto irregular acuarelado. Fabricado en papel TNT (tejido no tejido) 150 gr./m², es lavable con bayeta húmeda y jabón neutro.

ALF&MABI - www.alfmabi.com - 625 159 605

NUEVA COLECCIÓN KUERDA DE ALFOMBRAS KP

Inspirada en la autenticidad de las alfombras de esparto tradicionales, la colección Kuerda es una elección icónica que encarna la esencia de la artesanía y la innovación; una fusión de tradición y modernidad apta tanto para espacios interiores como exteriores. Sus medidas estándar cubren todas las necesidades, ofreciendo la solución que se adapta a cualquier espacio. Con un diseño que evoca la calidez y la autenticidad de las alfombras de esparto tradicionales, estas piezas son a la vez reversibles y originales, ofreciendo una gran versatilidad, representando tanto el tradicionalismo como la modernidad.

ALFOMBRAS KP
www.alfombraskp.com
902 11 11 29

CAJONERO ZÓCALO, UNA PROPUESTA DE SANTOS

El cajonero zócalo, un desarrollo exclusivo de la marca de mobiliario de cocina Santos, ha recibido el Premio al Mejor Diseño de Producto Integrado en los Premios de Interiorismo y Diseño Casa Decor 2024. En este artículo se recogen los principales factores que lo definen y convierten en un producto único, pensado para aprovechar al máximo la capacidad de los muebles de la cocina. Esta realidad, ante la progresiva reducción de la superficie media de las viviendas, contribuye a mejorar la creciente necesidad de espacio disponible en la cocina. El cajonero zócalo es un desarrollo surgido de la experiencia y enfoque activo de la marca para una solución orientada a obtener el máximo volumen neto utilizable por espacio total disponible.



El cajonero zócalo es un desarrollo surgido de la experiencia y enfoque activo de la marca para una solución orientada a obtener el máximo volumen neto utilizable por espacio total disponible.

SANTOS COCINA Y BAÑO, S.L. - www.santos.es
981 814 201





ARRITAL, MUEBLES DE HOGAR A MEDIDA FEELING HOME

Arrital diseña e interpreta el espacio abierto del día, más allá de la cocina, centrándose en la persona y su vida con muebles de hogar a medida y de almacenaje. Las nuevas funciones, el trabajo y las relaciones en un contexto híbrido, con la cocina como teatro de representación del diseño y las emociones en el hábitat dinámico. El estilo del día se convierte en un mood para compartir, para expresar la personalidad de la casa y de quien la vive. Feeling Home, y sus muebles de almacenamiento para el hogar, son un proyecto orgánico, personalizado y flexible, para transformar el espacio en calidad, bienestar y placer.

ARRITAL, S.P.A. - www.arrantal.es
912 305 979



REVESTIMIENTOS DECORATIVOS SLATPANEL DE GABARRÓ

Los nuevos paneles decorativos Slatpanel añaden calidez a la decoración interior, con tonalidades y patrones de diferentes estilos, y son una solución altamente demandada por los profesionales para proyectos de Interiorismo. La gama combina una calidad excepcional con estilo y funcionalidad y es reconocida por su capacidad para transformar cualquier ambiente. Se trata de una solución altamente demandada para proyectos de interior, ya que puede ser utilizada para revestimientos de paredes, techos, mobiliario, separación de ambientes y permite transformar fácilmente cualquier espacio. Una solución versátil para diseños únicos, tanto para la decoración del hogar como de espacios comerciales, del sector contract o de oficinas.

GABARRÓ HERMANOS, S.A.
www.gabarro.com
937 484 838

NUEVOS DISEÑOS DE TEJIDOS FRESCOS CALMA HOUSE

La marca especialista en textiles de diseño para el hogar y el Contract lanza una nueva serie de colchas, manteles y fundas de cojín, con el algodón como base, para crear artículos suaves y ligeros. Su nueva gama de artículos, elaborados con materiales naturales 100% algodón, absorben la humedad y expulsan el calor, como el lino, el yute, la muselina o el jacquard de seda o de satén. La firma cuenta, por un lado, con una amplia gama de fundas de cojín básicas en varios colores, tanto en lino como en algodón; y, si hablamos del dormitorio, cuentas con múltiples referencias de colchas en algodón con distintos gramajes, texturas y acabados..

CALMA HOUSE - www.calmahouse.com



[Novedades]

BLISS SOFÁS PROPONE SU MODELO DE DISEÑO KYRAN

Kyran es otro de los sofás de diseño, con corte perpendicular en la parte inferior de sus brazos, para incorporar patas metálicas que le otorgan de un estilo vanguardista, propuesto por Bliss Sofás. Cuenta con asiento relax motorizado, cabezal reclinable italiano y arcón en sus brazos. Además de chasis de pino macizo, asientos alta densidad, cargador USB de serie en brazo chaise, respaldos, riñoneras y brazos desenfundables, respaldos desenfundables, entre otras particularidades. Bliss Sofás es una empresa joven ubicada en Yecla, especialista y con una amplia experiencia en fabricación de sofás tapizados.

BLISS SOFÁS - www.blissofas.com
868 170 571



PREMIO RED DOT DESIGN AWARD 2024 PARA PRISMA DE RAMÓN SOLER

La nueva colección de griferías Prisma de ramonsoler® recibe un reconocimiento internacional al diseño y la innovación por sus monomandos de lavabo. Prisma obtiene por primera vez un reconocimiento a la alta calidad de su diseño en sus monomandos de lavabo: gana el premio Red Dot Design Award 2024. El premio Red Dot es un reconocido galardón, otorgado a la búsqueda del buen diseño y a la innovación. Prisma ha sido concebida con un diseño vanguardista que redefine la estética de cualquier espacio. Su diseño, de líneas limpias y formas geométricas, se entrelaza para crear piezas que no solo son visualmente impresionantes, sino que también resultan funcionales y ergonómicas, brindando una experiencia única a los usuarios. Además, su sistema exclusivo Quality Finish, es diez veces más resistente que el cromado certificado. Cabe destacar que Prisma lleva integrado un sistema de ahorro de agua, el cual limita el caudal a un máximo de 5 litros por minuto, en su compromiso firme con la sostenibilidad.

INDUSTRIAS RAMÓN SOLER, S.A.
www.rsrmonsoler.com - 933 738 001

MODYHOME TIENDA ONLINE PRESENTA BUFET UKIR

Bufet Ukir se trata de una producción artesanal con madera maciza de teca. Cuenta con 5 cajones con motivo tallados a mano e incluye otros detalles tallados a mano. Este es un producto único, por lo que puede presentar variaciones en la forma. No requiere montaje. ModyHome es una empresa con más de 40 años de experiencia en el sector de muebles de estilo rústico y colonial. En el 2022, decidieron dar un paso adelante y abrir su tienda en línea bajo el nombre ModyHome. Sus productos están disponibles en una amplia gama de países, incluyendo España, Francia, Portugal, Alemania, Italia, Suiza, Inglaterra, Luxemburgo, Mónaco, Bélgica y Austria.

MODYHOME
www.modyhome.com

930 173 934



GABARRÓ PRESENTA DASSO LA NUEVA TARIMA DE EXTERIOR

La nueva tarima de bambú sin aceitar de Dasso se caracteriza por su resistencia, durabilidad y una estética natural, permitiendo una personalización total con el acabado que mejor se adapte a las necesidades y preferencias del usuario. Al no estar tratada con aceites, la tarima conserva la apariencia y textura natural del bambú. Este tipo de tarima es ideal para aquellos que desean aplicar su propio acabado o tratamiento, ofreciendo una mayor flexibilidad y control sobre el aspecto final del suelo. La nueva tarima de bambú sin aceitar de Dasso ya está disponible.

GABARRÓ HNOS.

www.gabarro.com

937 484 838



MOBILIARIO SOSTENIBLE SUNSET Y CANNES DE GROSFILLEX

Una de las gamas de sillas más destacadas de Grosfillex es la Colección Cannes. Una silla de exterior atemporal y reciclable que ayuda a vestir cualquier terraza del sector hostelero. Resistente y duradera, silenciosa y ligera, la silla Cannes encarna la sencillez cotidiana para los profesionales de la restauración. Por otro lado la gama de tumbonas Sunset es una colección sostenible y responsable. Elegante y refinada. Está diseñada de manera específica para la hostelería y la restauración.

GROSFILLEX SAS - www.es.grosfillex.com

934 740 119



KALDEWEI PRESENTA SU CANALETA DE DUCHA FLOWLINE ZERO

Las nuevas canaletas de ducha de diseño no solo ofrecen una estética noble y un manejo sencillo a arquitectos y constructores, sino que garantizan una fácil limpieza y mantenimiento y son un elemento más de diseño estético en el baño. Está disponible en cinco acabados: acero inoxidable cepillado, champán, gris gunmetal, blanco mate y negro mate. Las diversas superficies y tonos de color no ponen límites al diseño.

KALDEWEI ESPAÑA S.L.

www.kaldewei.com

932 241 150

PROVEEDORES



SOLUCIONES GEBERIT PARA UN BAÑO SEGURO, ACCESIBLE Y SIN BARRERAS

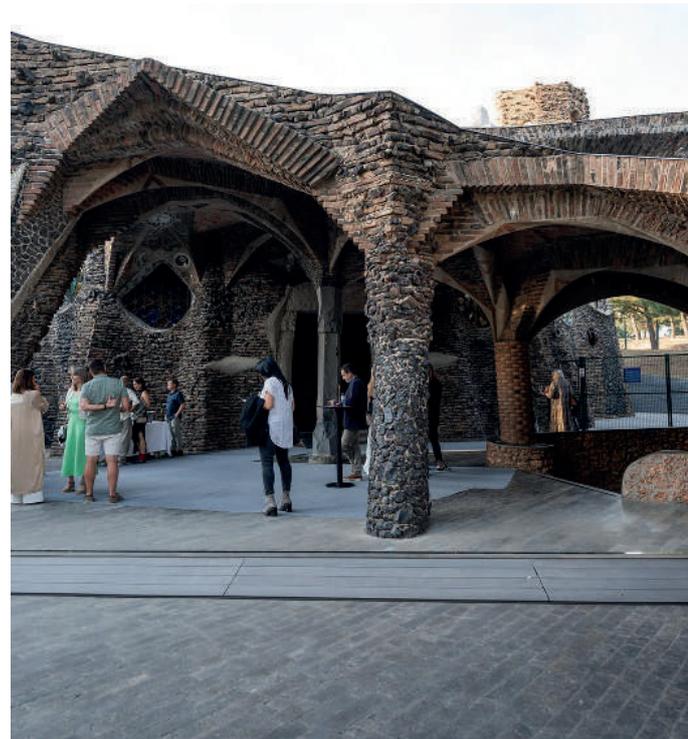
Geberit, especialista en porcelana sanitaria y tecnología para el baño, ofrece soluciones seguras, duraderas y de confianza que consiguen baños muy funcionales y sin barreras arquitectónicas: accesibilidad fácil y cómoda para todas las personas. En los baños adaptados, son habituales los lavabos grandes con sifón empotrado y amplias superficies de apoyo y los inodoros con gran proyección que facilitan el paso de la silla de rueda al WC, por ejemplo. A estos elementos, Geberit añade otras innovadoras opciones que facilitan la higiene y la movilidad. Tal es el caso de los 'smart toilets'. Con estas soluciones '2 en 1' la higiene íntima después de ir al baño se realiza sin necesidad de moverse del inodoro, activando la función de bidé mediante un práctico mando a distancia o, incluso, desde el propio smartphone. Así, las personas con movilidad reducida o las personas mayores obtienen un cambio sustancial en su cotidianidad. El inodoro bidé, les permite realizar sus rutinas de higiene por sí mismas, sin necesidad de la ayuda de familiares o cuidadores, ganando en autonomía y calidad de vida. Por otro lado, Geberit propone instalar cisternas empotradas. Estos elementos permiten colocar la taza del inodoro a más altura que la habitual, lo que resulta más cómodo cuando hay dificultad de movimiento. Las cisternas empotradas también resultan de gran utilidad para anclar las barras de apoyo con total seguridad en los laterales del WC ya que se pueden instalar en bastidores de montaje especialmente pensados para que su fijación sea fiable y segura.

GEBERIT, S.A.U.
www.geberit.es
900 23 24 25

25 ANIVERSARIO DE CLYSA, TIENDA DE COCINAS SANTOS DE BARCELONA

Clysa, tienda exclusiva de cocinas Santos en Barcelona, inició el pasado verano la celebración de su 25 aniversario con un evento muy especial: una cena con colaboradores y prescriptores en la emblemática Cripta Gaudí de la Colònia Güell. El acto incluyó una visita guiada por la Cripta Gaudí, un referente cultural e histórico y obra maestra de la arquitectura modernista, que ofrece una visión única de los inicios de la Sagrada Familia. Durante el evento Raquel García, interiorista, CEO & Co-Founder de Clysa, repasó la historia de la tienda, trasladando a los asistentes su agradecimiento por la confianza que siempre han depositado en el estudio. Además, aprovechó para revelar que están preparando un año repleto de celebraciones: «Queríamos dar el pistoletazo de salida a nuestras celebraciones de 25 aniversario con aquellas personas que han estado a nuestro lado y han depositado su confianza en nosotros. Este evento en la Cripta Gaudí es solo el inicio de un año lleno de sorpresas y celebraciones que iremos desvelando poco a poco».

CLYSA
www.clysa.com
934 742 737



COCINAS OPEN CONCEPT DE ARRITAL, UNA RESPUESTA IDEAL

Las cocinas de concepto abierto son la respuesta ideal, ya que permiten una integración fluida entre la cocina, el comedor y la sala de estar, creando ambientes sociales y funcionales que fomentan la interacción y el confort. La inspiración por estas innovadoras ideas permite diseñar y transformar los proyectos de cocina en el corazón del hogar moderno, ofreciendo soluciones de alta calidad que pueden llevar los diseños a otro nivel. La ubicación de la placa de cocina es crucial para el diseño de una cocina abierta, especialmente para optimizar la funcionalidad y la estética del espacio. Por ello se recomienda situar la placa en un área central que facilite la interacción y la circulación. Colocarla en una isla central puede ser una excelente opción, ya que permite a los usuarios cocinar mientras se mantienen conectados con el resto del área de estar y comedor. Esta decisión impactará en la distribución del espacio y la disposición de la campana extractora. Al decidirse entre una isla independiente o una península, es importante tener en cuenta el tamaño de la cocina del que partimos, así como el estilo que se desea infundir a este espacio.

ARRITAL S.P.A.
www.arrantal.es
 912 305 979



GANDÍA BLASCO ACERCA SUS COLECCIONES A LOS ESPACIOS INTERIORES

Los espacios arquitectónicos que rompen las barreras entre el interior y el exterior, tan característicos de la arquitectura moderna, impulsaron un nuevo modo de proyectar, con planteamientos más abiertos y conectados, así como visuales más vinculadas. Esta fluidez e hibridación entre espacios interiores y exteriores ha estado siempre presente tanto en la cultura como en la arquitectura mediterránea, habiendo adquirido otra dimensión tras haber sido revisitada por el movimiento moderno. Desde los años noventa, las propuestas de Gandía Blanco se han inspirado en este tipo de arquitectura, que tantos conceptos comparte con el estilo de vida mediterráneo. Un modo de habitar volcado en la conexión con el exterior, en el que, en los espacios intermedios, como porches y terrazas, pasamos casi todo el día.

GANDÍA BLASCO
www.gandiabrasco.com
 962 911 320



SAULEDA APOYA A EL EQUIPO DE VELA AMERICAN MAGIC DE LA 37ª COPA AMÉRICA

El fabricante de tejidos técnicos Sauleda ha diseñado una gran pérgola para cubrir la zona de invitados del equipo de vela estadounidense American Magic, durante la prestigiosa 37ª edición de la Copa América que se celebra en Barcelona hasta el 27 de octubre. Esta pérgola proporciona la protección perfecta del calor, el sol y la lluvia gracias al tejido Sauleda Trend en color blanco. Por su textura y diseño trenzado, este tejido técnico es especialmente interesante porque no deja pasar la luz y, de esta manera, evita el impacto de los rayos del sol y protege del calor. Por un lado, la pérgola logra un elevado confort térmico gracias al tejido Sauleda Trend, que llega a reducir la temperatura hasta un 10%. Por otro lado, el equipo de Sauleda ha diseñado una protección lateral especial, que proporciona un excelente contacto visual con el exterior y, a su vez, mantiene la terraza fresca y ventilada, protegida del calor y del sol directo. Está realizada con el tejido técnico Soltis 86 de Serge Ferrari, un material que logra el equilibrio perfecto.

SAULEDA
www.sauleda.com
912 305 979

ATMOSPHERE, UNA NUEVA GAMA DE PRODUCTOS NEOLITH

La empresa Neolith ofrece una gama de productos capaz de transformar los modelos de Neolith para renovar espacios con un soplo fresco de creatividad. Al igual que una brisa suave puede cambiar el aire de un lugar, esta nueva gama de modelos genera una innovación y versatilidad a través de sus texturas, colores y diseños únicos. Con Neolith, cada espacio se convierte en una oportunidad para innovar, sorprender y, sobre todo, para crear una atmósfera que refleje un espíritu fresco y moderno. Una de las principales novedades es la nueva textura digital que se incorpora en los modelos WhiteSands y Rapolano.

NEOLITH
www.neolith.com
964 652 233



PUJOL ILUMINACIÓN PRESENTA SU COLECCIÓN TIM EN LA FERIA HÁBITAT '24

En esta pasada Feria Hábitat de Valencia, Pujol Iluminación ha presentado su colección TIM, uno de sus principales atractivos durante el evento. Esta nueva gama se compone de dos piezas, cada una diseñada para ofrecer soluciones lumínicas versátiles y adaptables a una amplia variedad de espacios. El primer modelo de la colección, el PL-246, es una luminaria versátil que puede instalarse tanto en el techo como en la pared. Con un diámetro de 46 cm y un difusor de cristal opal TRIPLEX, esta pieza está disponible en dos opciones lumínicas. Por otro lado, el segundo modelo, el A-247, es un aplique elegante equipado con un difusor de PMA opal y un LED de 5,5W.

PUJOL ILUMINACIÓN
www.pujoliluminacion.com
936 857 880



PASSIVHAUS: SAINT-GOBAIN PLACO E ISOVER CON LA EFICIENCIA ENERGÉTICA

El estudio Bionm, especializado en proyectos a gran escala con estándar Passivhaus, ha confiado en las soluciones de Saint-Gobain Placo e Isover, fabricantes de placa de yeso laminado y soluciones en yeso, y de soluciones de aislamiento y climatización, respectivamente, para el desarrollo de este tipo de viviendas. El diseño y la ejecución de edificios Passivhaus se basa en cinco principios: un elevado aislamiento térmico, evitar al máximo los puentes térmicos, hermeticidad al paso del aire, altas prestaciones en los huecos y ventilación mecánica con recuperador de calor. Cabe destacar que este estándar, ha sido concebido en un principio para zonas climáticas más frías, como el centro de Europa. Además, para resolver la hermeticidad del aire y reducir el consumo energético de la vivienda, se ha empleado el yeso de proyección Placo Hermetic® de Placo®, una solución de altas prestaciones específicamente diseñada para aplicar en edificios de consumo energético casi nulo. Este yeso crea una capa continua que actúa como membrana hermética al paso del aire, proporcionando un alto rendimiento. Asimismo, se ha instalado la lámina Vario de Isover, una membrana inteligente de estanqueidad y control de humedades para resolver la barrera de vapor.

SAINT-GOBAIN PLACO IBÉRICA, S.A.
www.placo.es
913 972 000

FERIAS Y CONVOCATORIAS

2024

SEPTIEMBRE

11-14: INTERGIFT / IFEMA MADRID / Feria Internacional del regalo y la decoración.

25-27: THE DISTRICT / FIRA DE BARCELONA / Feria del sector inmobiliario.

25-27: THE DISTRICT SHOW & CONGRESS / FIRA DE BARCELONA / Evento profesional internacional de las transacciones inmobiliarias.

26-29: OPEN HOUSE MADRID / Festival Internacional de arquitectura.

30-3: HABITAT / FIRA DE VALENCIA / Feria Internacional del mueble, iluminación y decoración.

OCTUBRE

2-7: FERIA DE CONSTRUCCIÓN Y ARQUITECTURA / SEVILLA / Semana de la arquitectura.

3-6: FERIA DEL MUEBLE Y LA DECORACIÓN / IFEMA / Feria de Badajoz.

3-6: SWAB DE BARCELONA / FIRA DE BARCELONA / Arte independiente, plataforma experimental y lugar de encuentro para artistas y galerías emergentes.

16-17: EGURTEK / BILBAO / Foro de encuentro sobre arquitectura y construcción de madera.

16-17: EFINTEC / FIRA BARCELONA / Feria del sector de la instalación y la energía.

18-21: GUEXT / IFEMA MADRID / Salón Internacional de proveedores y servicios para el sector hospitality.

31-10: MARBELLA DESIGN & ART / MARBELLA / Feria de Interiorismo.

22-24: REBUILD REHABILITA / SEVILLA / Congreso Nacional de rehabilitación avanzada.

NOVIEMBRE

5-7: TOMORROW MOBILITY / FIRA DE BARCELONA / Soluciones innovadoras para la movilidad urbana.

5-7: SMART CITY EXPO WORLD CONGRESS / FIRA DE BARCELONA / Feria de ciudades inteligentes.

5-8: CONSTRUTEC / IFEMA MADRID / Feria de Materiales y Soluciones de Construcción.

5-8: ARCHISTONE / IFEMA MADRID / Salón Internacional para la Arquitectura en Piedra.

5-8: VETECO / IFEMA MADRID / Fachada y protección.

5-8: PISCIMAD / IFEMA FERIA / Piscina y Jardín.

5-8: SMART DOORS / IFEMA MADRID / Puertas, Automatismos y Seguridad.

13: MADERALIA / FIRA DE VALENCIA / Feria maquinaria y herramientas para el mueble, carpintería, interiorismo y proyectos.

19-21: INTERIHOTEL / IFEMA MADRID / Diseño para hoteles y restaurantes.

27-28: LOGISTIC & INDUSTRIAL BUILD / IFEMA MADRID / Propuesta de Easyfairs para 2024.

23-1: FERIAARTE / IFEMA MADRID / Feria de antigüedades y galerías de arte.

2025

FEBRERO

28: CEVISAMA / FIRA DE VALENCIA / Cerámica para Arquitectura, Equipamiento de Baño y Cocina, Piedra natural, Materias Primas, Esmaltes, Fritas y Maquinaria.

MARZO

20: ZACK WORLD OF FACADES / MADRID / Conferencias internacionales sobre diseño e ingeniería de fachadas.

25 -28: FERIA ANDALUZA / SEVILLA / Salón del hogar.

ABRIL

23-25: REBUILD / IFEMA MADRID / Foro de innovación, negocios y networking para empresas de materiales, soluciones y sistemas.

CASA DECOR / MADRID / ABRIL MAYO 2025 / Interiorismo, arquitectura, diseño y arte.



Ayúdanos a construir derechos

Desde 1992 construimos espacios inclusivos, equitativos, seguros y sostenibles, impulsando cambios, acompañando a las comunidades y a las personas en sus propios procesos de transformación, y tejiendo alianzas en nuestra labor central de justicia social y de construcción de derechos.

Descubre más en [asfes.org](https://www.asfes.org).

COLABORA / ASÓCIATE:



Arquitectura
Sin Fronteras

#ConstruimosDerechos

Discover our new series

GENEBRE

Kloe

Feel
the
water



WWW.GENEBRE.ES