

NOVOTEL

No es posible ignorar que los hoteles hoy basan todas sus propuestas en estéticas temáticas y actividades de integración para el agrado de sus pasajeros y esto es una ventaja innegable frente a los espacios temporarios, caso Airbnb. Entonces, porque Airbnb es una amenaza para el negocio hotelero? O porque la mayoría de los hoteles basan su propuestas en hoteles temáticos o historiadados? Hoy en día Airbnb es como vivir en tu casa. Por lo contrario los hoteles son un lugar de tránsito a pesar de la renovada propuesta temática, todos ellos visten y desvisten según la moda sin una identidad clara. Esto explica una falta de IDENTIDAD.

Nuestra propuesta se resume en dos palabras IDENTIDAD & COMUNIDAD, ambas resueltas como parte del funcionamiento y entretenimiento del hotel. La identidad es una integración de conceptos que definen a un individuo o cosa, pero el hotel no debe tener una identidad definida más bien debe servir de envase. Un gran esqueleto donde cada pasajero pueda llenarlo con sus posesiones, así como en el hogar de cada uno. Un verdadero Tailored Offer.

La composición debe ser coherente a un sistema que le otorgue unidad. No concebimos la arquitectura interior como una sumatoria de elementos individuales (objetos decorativos, mobiliario, iluminación). Nuestra propuesta está definida por un grupo amplio de piezas que conforman un espacio en sí mismo. Esto permite múltiples posibles configuraciones para el uso en nuevos hoteles o en hoteles existentes a ser renovados.

Estas piezas dispuestas en conjunto conforman un organismo vivo, versátil y adaptable a cada "key spaces" del hotel, el cual conforma y organiza desde la iluminación hasta el equipamiento fijo y móvil del hotel. Además de su función organizativa tiene una simbólica: alojar a través de sus antiguas valijas los objetos personales de cada viajero que transitara por este hotel. De las antiguas valijas, sus estampillas que evidencian el paso por los estados y provincias, son parte de la identidad local plasmados en un wallpaper. Desde la comunicación visual hacemos hincapié en la identidad local colectiva de los ciudadanos a través de un gran videowall en el front desk. Además proponemos la presencia activa de la naturaleza más representativa de la flora local (ECO CONCEIVED). Todo ello reunido en un único sistema constructivo vinculante.

Es un vacío, como tal definido por una estética pura y simple. Estéril de esteticidad impuesta, aunque sin dudas sus líneas construyen un universo asociado a aquella modernidad del despojo del eclecticismo y lo ornamental, el status del individuo contemporáneo. Ese despojo es hoy llamado minimalismo, es decir la vida con lo mínimo y necesario. Algo verdaderamente atemporal. Lo mínimo nos llama a la reflexión a partir de concebir la vida en un consumo mínimo y medido, básico, sustentable.

El viajero contemporáneo sabe que en un carrión puede cargar todo lo que necesita. Creemos que hoy día, sin duda es más valioso una cámara de fotos, una laptop para escribir, un libro para leer o un cuaderno para dibujar que dos valijas llenas de prendas. Son estos elementos los que definen parte de nuestra identidad. El valor de lo emocional por sobre lo material.

Lo universal es la identidad. Aquel aspecto que nos definen.