

CARLOS HERNÁNDEZ- CARRILLO

ESTUDIO B76

Con casi cinco décadas de trayectoria, Estudio b76 se ha consolidado como uno de los referentes en arquitectura e interiorismo hotelero en España. Su trabajo se caracteriza por una visión que combina respeto por la memoria del lugar, sensibilidad hacia el entorno y una profunda vocación innovadora. Carlos Hernández-Carrillo, arquitecto e interiorista del estudio, comparte cómo entienden la narrativa detrás de cada proyecto, el papel decisivo del interiorismo en la experiencia del huésped y los retos que plantea el futuro de la hotelería.



^ Foto: Carlos Hernández-Carrillo

^ Foto: Interiorismo para habitaciones y recepción Hotel NH Collection Palacio de Tepa Madrid.



Foto: Hotel Pestana CR7 Gran Vía Madrid.

En la última década, lo que se ha producido es la consolidación del concepto boutique urbano, que en Madrid tuvo su primer exponente en nuestro, muy querido, HOTEL & LOUNGE ONLY YOU de la calle Barquillo y que, rápidamente, se extendió en la capital y poco a poco por otras capitales de España. Pero también, ha sido esta década espacio fértil para la experimentación de nuevas formas hoteleras en las que el concepto de servicios hoteleros se ha contagiado al espacio residencial privado y donde, a su vez, el espacio residencial y de trabajo ha permeado en los hoteles. En la próxima década veremos cómo los promotores y arquitectos convierten esto en realidades tangibles cada vez más frecuentes.

Desde su experiencia, ¿qué papel juega el interiorismo en la percepción global que tiene el huésped de un hotel?

Ha sido también en esta década en la que el interiorismo hotelero ha pasado de ser un complemento, que en las prioridades presupuestarias de los hoteles ocupaba uno de los

¿Cómo definiría la filosofía de trabajo de estudio b76 y cómo se traduce en los proyectos hoteleros que desarrollan?

Compromiso con nuestros clientes, diálogo para entender sus necesidades y dedicación para resolverlas, aprovechando nuestros casi 50 años de experiencia creando arquitectura, interiorismo y concepto hotelero.

¿Cómo ha cambiado la forma de diseñar hoteles en la última década? ¿Qué ha aprendido en ese camino?

La perspectiva respecto de la evolución hotelera de estudio b76 no es de una década, sino de cinco, prácticamente equivalente a la historia del desarrollo hotelero de España.

Hemos conocido y sido protagonistas de su nacimiento y evolución hasta nuestras fechas incluso conocemos su futuro ya que, en nuestros tableros, tenemos varias piezas del mismo.

Foto: Arquitectura interior, equipamiento y obra del Restaurante Hotel Vincci Soma Madrid.



✓ Foto: Centro de Convenciones Hotel NH Collection Eurobuilding Madrid.



✓ Foto: Hotel Ocean Drive Plaza de Isabel II Madrid.



✓ Foto: Gastrobar del Hotel Vincci Vía 66 Madrid.



DEVOLVER ESA VITALIDAD PERDIDA

últimos puestos, a convertirse en eje fundamental en las decisiones inversoras, entendiendo que el interiorismo es la piel que ve y toca el cliente y que, para las percepciones sensitivas de este, es la forma de captar el concepto hotelero que el promotor busca y que permite diferenciar su producto del de la competencia.

¿Qué elementos considera esenciales para que un hotel destaque desde el punto de vista arquitectónico e interiorista?

Desde estudio b76 siempre hemos buscado para los hoteles de nuestros clientes un alma que los personalice y convierta en únicos.

En la mayor parte de nuestros proyectos, partimos de edificios existentes cuyos usos anteriores, habitualmente, nada tuvieron que ver con el hotelero. Todos ellos ya tienen un alma, muchas veces dormida o moribunda, nuestra labor es casi sanitaria, tratamos de devolverles esa vitalidad perdida, tratamos de que nuevamente participen en la ciudad que los vió nacer.

Tal es el caso del PESTANA PLAZA MAYOR de Madrid o el nuevo hotel que estamos proyectando en la antigua sede de la Unión y el Fénix de Sevilla.

¿Cómo influye el entorno, la ciudad, el barrio, el paisaje..., en el diseño interior de un hotel?

La narrativa es elemento fundamental en la personalización e individualización del proyecto hotelero. Desde nuestra perspectiva esta narrativa debe ser culta y profunda. Desde el conocimiento de la historia del edificio y el entorno urbano en el que se ubica, sin olvidar la filosofía corporativa de la empresa que lo sustenta.

A veces el secreto está en los arquitectos o ingenieros que diseñaron el edificio originalmente, otras, está en la personalidad de la ciudad en la que se ubica, otras veces en el entorno urbano inmediato o en la tipología edificatoria, sus espacios, los materiales con los que está construido...

Huimos de los estereotipos, del gesto superficial o temático. el alma es profunda.



Conecta con viajeros de todo el mundo

El 66 % de los clientes* busca el logo antes de pagar.¹ Más de 378 millones de tarjetas operan con nuestra red.² Muestra estos logos y abre las puertas a clientes de cualquier parte del mundo.

**Para más información o para solicitar tus
pegatinas gratuitas, escanea este código:**



Contacta con tu proveedor de pagos para asegurarte de que puedes aceptar Discover® Network y Diners Club International®.

*Clientes con tarjetas de Discover® Global Network residentes en Brasil, Corea del Sur, Croacia, Ecuador, Estados Unidos, India, Israel, Japón y Singapur que hayan viajado al extranjero en los últimos 36 meses.

1. Estudio realizado por C+R Research a 1356 clientes Discover, noviembre de 2023, por encargo de DFS Services LLC.

2. El total de tarjetas incluye tarjetas activas de Discover Network, DCI y redes asociadas. Datos facilitados por los miembros de la red y publicados por RBR Data Services en 2024.



CADA HOTEL DEBE TENER UN ALMA QUE LO HAGA ÚNICO Y LO CONECTE CON SU ENTORNO

¿Qué rol tiene la iluminación, la elección de materiales o la distribución de espacios en la funcionalidad y el confort de un hotel?

Una vez encontrada el alma del proyecto, este debe cumplir las funciones encomendadas con una sabia y cómoda distribución que no olvide las preexistencias de valor del inmueble en su caso, iluminación y materiales irán en paralelo al concepto y aportarán a los sentidos del cliente, vista, tacto, olor, las texturas y colores que conformarán la personalidad del hotel en el que se van a hospedar, un hotel único que no olvidarán, ni confundirán, con ningún otro.

¿Cómo se logra innovar en interiorismo hotelero sin caer en modas pasajeras?

El propio concepto de “moda” ya implica una limitación temporal pero, sin duda, con la profundidad conceptual de la que he hablado anteriormente, empleando para ello la cultura y

la historia, el concepto “moda” trasciende, y si bien siempre habrá elementos prescindibles, la esencia permanecerá en el tiempo y acabará formando parte de la cultura e historia del inmueble y de su entorno urbano, convirtiéndose, a su vez, en material sólido para una futura transformación en manos de un nuevo arquitecto o diseñador sensible.

¿Qué importancia tiene la sostenibilidad en sus proyectos, especialmente en contextos de rehabilitación hotelera?

La sostenibilidad, al contrario de lo que nos creemos, es un concepto tan antiguo como las cavernas, ¿qué hay más sostenible y de sentido común que la arquitectura vernácula? El entendimiento del entorno y la integración del producto hotelero en el mismo es clave para la sostenibilidad del proyecto y de la ciudad en la que se inserta.

Por lo demás, la tecnología, sabiamente empleada hará el resto en lo que a consumos y emisiones se refiere. La indus-

tria hotelera a este respecto es modélica por la propia cuenta que le trae, la propia cuenta de explotación.

¿Qué opina sobre la tendencia de rehabilitar edificios históricos para convertirlos en hoteles? ¿Cuál es el mayor reto y la mayor recompensa de este tipo de proyectos?

En muchos casos la capacidad de un edificio a soportar diferentes usos a lo largo de la historia es lo que le permite sobrevivir al paso del tiempo, renovarse o morir.

Rehabilitar edificios históricos para adaptarlos al uso hotelero es, en muchos casos, la única vía para garantizar su sostenibilidad, pero en estos casos hay que ser conscientes de que no se puede imponer a edificio una tipología o concepto hotelero, el propio edificio nos va a pedir cuál es el que le convierte y el promotor y arquitecto deberán tener la suficiente cintura para adaptarse, igual que un traje debe tener las hechuras del cuerpo que va a vestir.

Mirando hacia el futuro, ¿cómo cree que evolucionará el diseño de hoteles en los próximos años?

Desde estudio b76 creemos firmemente que el diseño y la promoción hotelera evoluciona de forma expansiva en el te-

rritorio, poco a poco, ocupada en la España vaciada llena de historia, cultura, gastronomía y entornos naturales maravillosos. Del mismo modo, se fundirán los espacios hoteleros con los residenciales de trabajo y sanitarios para dar respuesta a necesidades latentes en nuestra sociedad.

✓ Foto: Hotel Pestana Plaza Mayor Madrid.



^ Foto: Hard Rock Hotel Ibiza.



Fabricando desde 1988



COLECCIÓN
PINO AUTOCLAVE

www.conva.es / conva@conva.es / 93 587 38 90