

# PROYECTO CONTRACT

REVISTA DE INTERIORISMO PARA INSTALACIONES COMERCIALES, HOSTELERÍA Y OFICINAS

**casaviva**

Número 200 Precio España: 7,50 €  
www.proyectocontract.es

DENYS & VON AREND 118 STUDIO VIRUTA LAB ISERN SERRA ERBALUNGA MIS MAS MLKT ILMIODESIGN  
NÚMERO 26 LÁZARO ESTUDIO ICHI STATION LA MANSO DOSSIER PAVIMENTOS Y REVESTIMIENTOS



EDICIÓN Nº 200  
LOS RETOS DEL  
CONTRACT



# Los retos del contract

¿Cuáles son los retos más importantes que se plantean al contract? ¿Cómo incorpora vuestro estudio la sostenibilidad a los proyectos? ¿Qué debe tener un espacio de hospitality o retail para atraer y retener a las personas? Tres simples cuestiones que nos sirven para tomar el pulso a la profesión de diseñador de interiores y saber cuáles son sus principales preocupaciones. Este trabajo especial nos acerca al sentir de diez estudios de interiorismo de nuestro país, escogidos entre los muchos que están trabajando e impulsando la dinámica situando el diseño español en el primer nivel.

TEXTOS: LIDIA JUDICI.  
FOTOGRAFÍAS: ARCHIVO PC.

# Jordi Bertrán, Pedro Ferruz

## 118 Studio

Sorprende la juventud de este equipo cuando se compara con la obra realizada y el nivel de compromiso y calidad alcanzado. Aseguran que los espacios, igual que la gastronomía o los sabores, han de contar cosas, crear sensaciones y producir experiencias y, para ello, utilizan una metodología de trabajo eminentemente conceptual y única para cada cliente.

FOTOGRAFÍA RETRATO: THE LIKE AGENCY.





Restaurante El Chalet Suizo.  
Fotografía: Quesos de Suiza.

### ¿Cuáles son los retos más importantes que se plantean al diseño de interiores contract?

En el diseño de interiores vemos la necesidad de ir desarrollando desde el corazón del proyecto e ir construyendo por pasos de una manera integral, considerando cada una de esas capas igual de importantes que su centro para así llegar a un resultado holístico. Hablamos del corazón como los objetivos principales del proyecto, de donde nace, entendemos bien el contexto y necesidades, así llegamos a cumplir con la funcionalidad, nuestra primera capa en el desarrollo de un proyecto.

Esta funcionalidad no está completa sin cumplir con otro aspecto fundamental; la estética. Puede sonar como un tema muy subjetivo, pero si se estudia bien a la persona a la que se va a dirigir un diseño, podemos crear algo que le sea suficientemente atractivo y así cubrir esta segunda capa.

### ¿Cómo incorpora vuestro estudio la sostenibilidad a los

### proyectos?

Al diseñar, nosotros trabajamos para configurar espacios sostenibles a la vez que ergonómicos, consultamos con especialistas y marcas para dar la mejor solución en ambos aspectos. Por ejemplo, analizamos las necesidades lumínicas de una oficina y estudiamos el sistema más eficiente a implantar según la luz natural con la que disponemos o los horarios de uso.

Como prescriptores trabajamos con firmas que se han esforzado mucho en generar productos resistentes, de larga vida útil y en general con bajo impacto ambiental. Constantemente nos reunimos con ellos y nos mantienen informados de sus avances en este campo y así nuestros proyectos cada vez son más sostenibles.

### ¿Qué debe tener un espacio de hospitality o retail para atraer y retener a las personas?

Mucho se habla de crear experiencias para volver más atractivo un espacio, sin embargo, nuestra intención no es sólo atraerlas, sino también retenerlas. Lo primero que debemos hacer es entender bien al usuario, no diseñar sólo cualquier tipo de lugar que sea espectacular y que le pueda otorgar mucho a varias personas, pero no siempre a las que nos estamos dirigiendo.

Estudiar bien al usuario y luego, el ver más allá. Claro que el primer paso es ver cómo nos visualizan, seguido de la vivencia dentro del espacio, pero muchas veces se nos olvida lo que pasará después. Queremos crear espacios memorables y que perduren en un plano mental, aunque incluso podemos considerar en el plano físico o digital. Es la atención por los detalles lo que nos ayudará a conservar y cuidar de los usuarios.

Los espacios, además, tienen que ser fotogénicos porque la experiencia empieza y termina en Internet, todo el mundo busca antes de decidirse entre todas las opciones disponibles. No sólo las opiniones son importantes, las imágenes del establecimiento, hotel o restaurante deben de ser atractivas para, además, ayudar a crear contenido para las redes sociales de todos los que se pasen.



Centro de Orientación Juvenil Barcelona Activa.  
Fotografía: Kioto Studio.

118 STUDIO. [www.118studio.es](http://www.118studio.es).