



**“Queremos demostrar
que los objetos
cotidianos también
pueden tener diseño,
calidad y propósito”**

Funcionalidad, orden visual y sostenibilidad marcan la evolución del baño contemporáneo. Brabantia traslada esta tendencia a colecciones que convierten los objetos cotidianos en piezas integradas dentro de la estética y el bienestar del hogar.

Lejos de concebirse exclusivamente como una estancia práctica, el baño se ha convertido en un espacio íntimo vinculado al bienestar, al autocuidado y a la búsqueda de equilibrio cotidiano. Así lo defiende **Yara Casero Terry**, Marketing Manager de Brabantia Spain, quien asegura que *“el baño ha cambiado profundamente en los últimos años”* y que *“ha dejado de entenderse únicamente como una estancia funcional para convertirse en un espacio íntimo de pausa, cuidado personal y bienestar”*. Esta transformación ha modificado también la forma en que se diseñan y perciben los accesorios de baño. Elementos tradicionalmente discretos, como cubos, escobillas, dispensadores o portarrollos, adquieren ahora un papel protagonista dentro de la estética del hogar. *“El consumidor ya no busca accesorios de baño que simplemente cumplan una función; quiere productos que también formen parte del estilo de la estancia y contribuyan a crear un ambiente más cuidado”*.

Desde Brabantia sostienen que esta evolución responde a una nueva manera de vivir el hogar. *“Hoy el consumidor busca productos que no solo resuelvan una necesidad, sino que también se integren en su estilo de vida, aporten orden, armonía y perduren en el tiempo”*, apunta la Marketing Manager. La compañía, fundada en 1919, ha construido su crecimiento precisamente sobre esa combinación entre diseño funcional, durabilidad y sostenibilidad. *“La clave ha sido evolucionar con coherencia: innovar en materiales, formatos, colores y soluciones, pero siempre desde la utilidad real”*.

El orden visual se ha convertido en uno de los grandes valores asociados al bienestar doméstico. Según Yara Casero Terry, *“un espacio despejado, coherente y bien organizado transmite de inmediato una sensación de limpieza, calma y control”*. Por el contrario, considera que *“cuando hay demasiados objetos a la vista o accesorios que no dialogan entre sí, el baño puede percibirse como un espacio más caótico y menos agradable”*.

Entender el baño como un espacio de confort

En respuesta a esta tendencia, Brabantia ha desarrollado colecciones como *MindSet* y *ReNew*, orientadas a crear baños más serenos y organizados. Sobre *MindSet*, Yara Casero Terry apunta que la intención era *“trasladar al baño una sensación de calma y sofisticación discreta”*. Inspirada en la estética *spa*, la colección apuesta por acabados minerales y tonos neutros como *Mineral Infinity Grey* o *Mineral Fresh White*, capaces de

integrarse con naturalidad en distintos estilos decorativos.

“La colección está pensada para crear un conjunto coordinado, funcional y armónico, donde cada pieza responde a una necesidad concreta, pero todas comparten un mismo lenguaje estético”, añade. La línea incluye dispensadores de jabón, vasos para cepillos, portarrollos o mayordomos de aseo concebidos para mantener el orden sin renunciar al diseño.

En paralelo, *ReNew* nace de la necesidad de desarrollar soluciones prácticas para baños contemporáneos. *“Detectamos que muchas personas buscaban soluciones sencillas para mantener el baño ordenado, limpio y agradable sin complicaciones”*, afirma la responsable de marketing. La colección incorpora accesorios destinados a optimizar el espacio y facilitar el mantenimiento cotidiano mediante piezas funcionales y fáciles de integrar visualmente.

Los objetos cotidianos también influyen en el bienestar doméstico

Las demandas del consumidor también continúan evolucionando. *“Muchos baños no son especialmente grandes, por lo que se buscan soluciones compactas, multifuncionales y bien pensadas”*, señala. Entre las categorías con mayor crecimiento destacan precisamente los pequeños cubos de residuos o las soluciones relacionadas con la higiene cotidiana.

De cara al futuro, Brabantia imagina un baño cada vez más integrado en la idea global de bienestar doméstico. *“Será una estancia más sensorial, ordenada y personalizada, donde la funcionalidad seguirá siendo esencial, pero se expresará a través de diseños más cuidados, materiales responsables y colores que transmitan calma”*, concluye Yara Casero Terry.

La compañía mantiene así una idea clara sobre el papel del diseño en el hogar contemporáneo. *“Queremos seguir demostrando que los objetos cotidianos también pueden tener diseño, calidad y propósito”*. Porque, como resume la Marketing Manager, *“un cubo, un portarrollos, una escobilla o un dispensador pueden parecer detalles pequeños, pero cuando están bien pensados contribuyen a que el hogar sea más cómodo, más ordenado y más agradable de vivir”*. ■



Yara Casero Terry

“La clave ha sido evolucionar con coherencia: innovar en materiales, formatos, colores y soluciones, pero siempre desde la utilidad real”