

“Los gustos de los consumidores están girando hacia a un baño cada vez más funcional”



En su evolución, el baño gira hacia la comodidad y la funcionalidad. No obstante, desde Royo Group, se recuerda que también se ha convertido en una estancia donde disfrutar de un rato de relax. Las últimas novedades presentadas por esta firma son las series Nature y Street.

En opinión de **Arquímedes Parra**, director de Marketing de Royo Group; la parte fundamental del baño es la zona del lavabo, “*dado que es de la que se hace un uso más habitual*”. El elemento central sería el conjunto formado por lavabo más el mueble y el espejo. Recuerda que las principales funciones del baño son, “*por supuesto, el aseo personal y la cosmética*”.

Eso sí, “*en los últimos años, ha evolucionado para convertirse en una estancia donde disfrutar de un rato de relax*”. Preguntado por los aspectos más importantes a la hora de llevar a cabo el diseño de un proyecto de baño, Parra responde que la funcionalidad es un valor esencial. “*El hecho de poder hacer un uso cómodo y adecuado de todos sus elementos es algo*

que debe primar a la hora de diseñar un proyecto de baño”, afirma.

Añade que, tras unos años donde la tendencia ha sido incorporar elementos que proporcionaran un extra de sensación de bienestar y cuidado, “*los gustos de los consumidores están girando hacia a un baño cada vez más funcional*”.

¿Un baño de diseño está al alcance de todos? Contesta que, cada vez más, es así. *“Uno de los efectos positivos que ha tenido la crisis para el consumidor es que todas las marcas hemos tenido que reinventar nuestra oferta de producto hacía unas colecciones de precio contenido, aunque sin perder por ello diseño ni funcionalidad”*, considera.

Respecto a la elección entre ducha o bañera, Parra explica que la tendencia actual nos lleva claramente hacia la ducha, que se ha impuesto a la bañera en la mente del consumidor a la hora de decidir sobre cómo equipar su baño, sobre todo por un concepto de funcionalidad y comodidad en el uso.

Cada vez más concienciada

“Vivimos en una sociedad cada vez más concienciada sobre los temas medioambientales y el baño no es ajeno a esta tendencia”, añade el director de Marketing de Royo Group. La búsqueda de nuevos materiales y procesos de fabricación medioambientalmente sostenibles es un buen ejemplo, de acuerdo con sus palabras, de la manera en la que está entrando la ecología en el espacio baño.

¿Considera que es todavía un gesto? *“No. Puede que hace unos años lo fuese, pero, hoy en día, es algo que se está consolidando e interiorizándose tanto en los consumidores como en las empresas fabricantes de equipamientos para el baño”*, reflexiona. Así, *“el concepto ecológico deja de ser una moda y pasa a ser un valor del producto que tus clientes exigen”*. Por tanto, a la hora de diseñar, según Parra, hay que tener en cuenta que el cliente va a exigir que se cumpla con el medio ambiente. *“Y más tratándose del ámbito del baño, donde el agua es el mayor protagonista”*, indica.

La crisis económica en el diseño del baño ha afectado en el sentido de que *“se tiende a formas sencillas y menos recargadas, con diseños más racionales, dando cada vez más importancia a la funcionalidad”*.

Con todo, la exigencia más inmediata por parte de los consumidores actualmente a la hora de reformar un baño es el precio. *“Es una exigencia fundamental”*. *“Una vez definido el precio, entrarían la funcionalidad y un diseño moderno y actual”*, completa Parra.

“El minimalismo no está tan presente como antes, aunque la simplicidad de

Unos 15 años en la compañía

Arquímedes Parra, de 43 años, es licenciado en Gestión Comercial y Marketing por ESIC. Lleva 15 años en la compañía. Fue Product Manager desde el año 2010 hasta 2015, cuando asumió la dirección del departamento de Marketing de Royo Group. La misión de esta empresa es facilitar al cliente soluciones novedosas, funcionales y asequibles que contribuyan a su bienestar personal en el entorno del baño. Su historia alcanza sus 40 años con dos nuevos retos en el horizonte: la innovación y el liderazgo europeo. En esta dirección de futuro, sus profesionales siguen desarrollando nuevos proyectos, algunos de los cuales ya son realidad como su centro de I+D+i, un espacio de excelencia dedicado al diseño y a la ingeniería, impulsado por el talento y la creatividad de su equipo.

formas y la intención de expresar el máximo con lo mínimo es un lenguaje que sigue vigente”, subraya Parra. El estilo que predomina en el espacio del baño, dice, es el moderno y funcional, urbano y actual. Por otro lado, los materiales más innovadores utilizados y que marcan más tendencia en él son el Solid Surface, nuevas interpretaciones del material cerámico y las actuales resinas acrílicas. Las últimas novedades presentadas por Royo Group son las series Nature

y Street. Nature es una colección con estilo contemporáneo, inspirada en el estilo campestre pero con un toque actual. La acompañan los nuevos lavabos Mirage, en acabado granito. Street es una colección moderna y urbana de fondo reducido con lavabo exclusivo y de ancho 50 para dar la mayor funcionalidad a los pequeños espacios de baño. Está disponible en versión de puertas y en versión de cajones para satisfacer todas las necesidades. ■

“El poder hacer un uso cómodo de todos sus elementos es algo que debe primar al diseñar un proyecto de baño”

Arquímedes Parra

