## habitat

**CREA TU ENTORNO** 

Bienes Raíces
CÓMO COMPRAR
EN EE.UU.

JOSÉ DE YTURBE

Arquitectura con sentido espiritual

**CUERNAVACA,** sigue rentable

CASAS INTELIGENTES
Más allá de la ciencia ficción

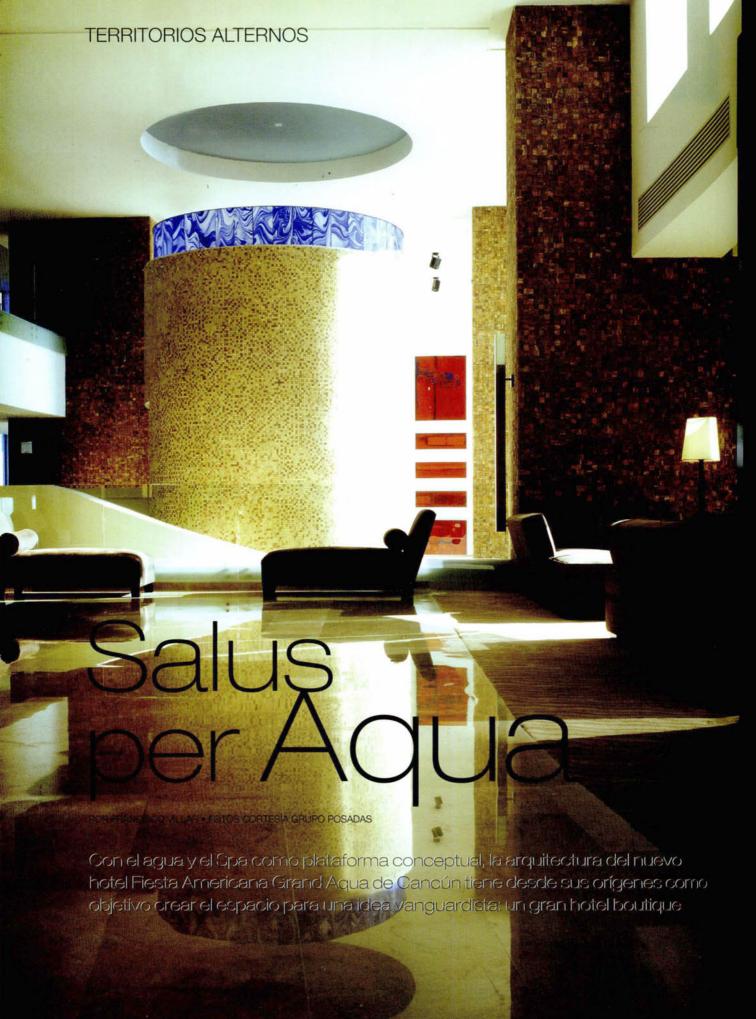
y el rescate urbano

El sur de la ciudad grandes opciones para invertir

Abril Mayo 2005 • \$35.00



www.mundoejecutivo.com.mx



obre el nuevo Fiesta Americana Grand Agua de Cancún se ha dicho que supone un parteaguas en el devenir de la industria hotelera nacional. Grupo Posadas desarrolló un concepto que lleva los atributos de establecimientos boutique como los que prosperan en Italia o Estados Unidos a la hotelería de gran escala, con una apuesta fuerte por la arquitectura mexicana como catalizador de experiencias sensuales y memorables.

El agua, todo lo que implica y evoca, fue el centro conceptual de toda la arquitectura, en un proyecto que hablaba con un lenguaje particular desde su concepción, refirió en entrevista para Habitat el arquitecto mexicano Francisco Hanhausen. cuvo despacho estuvo al frente del diseño de interiores, restaurantes y albercas.

"Se trataba de hacer un hotel contemporáneo en México que estuviera a la altura de cualquiera de los mejores del mundo. El concepto Aqua marcó la pauta, con la idea del agua como tema central del concepto y las siglas SPA en mente: salus per aqua."

A decir de Hanhausen, quien ha trabajado para más de 70 clientes en proyectos residenciales y comerciales a lo largo de 18 años, había que remitir al visitante al agua, siempre y en todo rincón. La vista del mar desde los cuartos y desde la recepción misma, las albercas, el arte en los pasillos -sea fotografía submarina u óleos dedicados a las gotas o a las olas-, el colorido del Caribe dentro de la torre que levantó Grupo Estudio Arauitectos.

"La idea es dar a los sentidos todo lo que evoca ese ambiente de un Spa desde la entrada al hotel. No sólo es



"Se trataba de hacer un hotel contemporáneo en México que estuviera a la altura de cualquiera de los mejores del mundo. El concepto Aqua marcó la pauta, con la idea de que todo girara alrededor del tema del agua". Francisco Hanhausen.



## TERRITORIOS ALTERNOS



La idea es dar a los sentidos todo lo que evoca ese ambiente de un Spa desde la entrada al hotel. No sólo es lo que ves, sino también lo que tocas o hueles, esa sensación de relajación con un acento contemporáneo, donde todo invita al agua.



lo que ves, sino también lo que tocas o hueles, esa sensación de relajación con un acento contemporáneo."

El hotel supuso casi tres años de trabajo para la firma de Hanhausen, que comenzó a proyectar desde el arranque de las obras. El diseño caminó con libertad a partir de las directrices del concepto motriz. Había que pensar particularmente en adultos jóvenes de alrededor de 40 años; nuevamente una atención de hotel boutique en un establecimiento con 371 habitaciones y 17 salones para eventos.

"El concepto es atractivo para gente de todas las edades, pero este público entiende y aprecia especialmente toda esta atmósfera de un lujo relajado que se refleja en los materiales que usamos y en un diseño que yo llamaría sencillo, con líneas muy puras, todo muy tranquilo para la vista. No se trata de explotar una moda, sino de reflejar un estilo de vida actual", dice Hanhausen.

"Para nosotros, que nos vemos como un despacho de diseño predominantemente clásico, fue una incursión en algo más moderno. Cuidamos mucho que no fuera minimalista –palabra que no me gusta para nada– ni agresivo; más bien, buscamos una calidez contemporánea y perdurable."

"Un lujo relajado que se refleja en los materiales que usamos y en un diseño que llamaría sencillo, con líneas muy puras, todo muy tranquilo para la vista". Francisco Hanhausen.