



Foto: Vayoil Textil

Textil en el hotel

Esencial en el diseño

Actualmente, la ropa empleada en los hoteles, tales como lencería de cama, mantelería, cortinas, ropa de baño..., implican, por su habitual uso, una serie de condiciones especiales tanto de fabricación como de tratamiento, la cual no está reñida con la búsqueda de un diseño que identifique al establecimiento, haciendo sentir al huésped como en casa. En este aspecto, las cadenas hoteleras se vuelcan hacia la ropa de calidad y resistente a gran cantidad de lavados, que implica agresivos procesos químicos.

Hoy en día, los fabricantes textiles disponen de un alto grado de tecnificación para conseguir materiales que se adapten lo máximo posible a las necesidades del hotel.

Para cualquier establecimiento, la ropa supone una cantidad importante de dinero invertido en su compra a la que se añade después otra, no menos considerable, gastada en su cuidado, mantenimiento y reposición. Por

este motivo, todo lo relacionado con la ropa debe ser estudiado con criterios económicos, además de los de calidad.

Igualmente, el mercado hotelero está en permanente cambio, lo que obliga a cada establecimiento o cadena a adecuarse a las nuevas tendencias de diseño.

Por ello, en estos momentos existen multitud de líneas de investigación

enfocadas al textil, ya que al encontrarse, la gran mayoría, en contacto directo con la piel han de ser confortables, pues el usuario final valora muy positivamente que una toalla, además de secar, tenga un tacto agradable, o que la ropa de cama (sábanas y bajera o mantas), además de abrigar, sean agradables y faciliten el descanso. Así como, en lo referente a la decoración es de vital importancia un diseño y fabricación adecuado.

De este modo, de entre todas las líneas de investigación textil, destaca el desarrollo de productos que mejoren la salud y que sea aplicable a todos los tejidos utilizables en hoteles, tanto en aplicaciones referidas a la higiene, como a materiales textiles que aporten propiedades beneficiosas para la salud humana, gracias a la incorporación de principios beneficiosos.

“Creo que cada vez se está teniendo más en cuenta y valorando este apartado porque su buena elección es fundamental para conseguir el bienestar del cliente, que es el fin último que buscan nuestros

usuarios”, destaca Luis Esteve, Gerente de Vayoil Textil.

De esta manera, Félix Martí, Director General de Resuinsa, asegura que se ha convertido en uno de los elementos más importantes que diferencian a un establecimiento de otro. “Un director de hotel sabe que los textiles aportan un valor añadido por su diseño y calidad. En función del que se elija se crea un ambiente u otro: de lujo, urbano, elegante, bucólico, sofisticado, etc.” Además, añade que “son conscientes de que una correcta selección de los artículos ayuda a que la habitación tenga un estilo inigualable y a eso favorece la disposición de los artículos”.

En este sentido, “los textiles dan la imagen que se quiere transmitir al cliente, es como cuando nos vestimos nosotros. Por ello, el responsable junto con el decorador y arquitecto definen qué ‘vestido’ hay que poner al hotel”, describe Antonio Barrigón, Contract Area Manager del Grupo Lamadrid. De alguna manera, “es una carta de presentación del hotel de cara al cliente. Equivocarse en este tema suele traer consecuencias negativas, con pérdidas de clientes”, determina Raúl Martínez, Director de Operaciones, de Laboratorios Vinfer.

Asimismo, es muy importante tener en cuenta, en el momento de elegir un tipo de textil, a nivel de mantenimiento: “que sea muy lavable, resistente y, por supuesto, el papel de la gobernanta o jefes de mantenimiento, los cuales son imprescindibles”, analiza Beatriz Gancedo, Directora Departamento de Comunicación y Marketing de Gancedo. Por ello, “los establecimientos de categoría hacen un esfuerzo considerable en la elección, siempre teniendo en cuenta los costos”, establece Huseyin Topcu, Gerente de la Delegación RH Hotel Supply España.

Por ello, desde Vayoil Textil aseguran que llevan años colaborando con las gobernantas de los hoteles, que son las que trabajan directamente con el producto y saben valorar la importancia que tienen, ya que son las personas que saben cuánto dura una prenda, qué grado de bienestar ofrece y qué imagen aporta a los diferentes espacios de la habitación.



Foto: Resuinsa

Por ejemplo, desde Resuinsa destacan que un aspecto que tienen en cuenta es cómo se colocan las almohadas en la cama, “hay establecimientos que llegan a colocar hasta 10 y 12 unidades. Para disponerlas a conciencia y de forma conjuntada, almohadas, cojines y cuadrantes van por parejas y según las mismas formas y, normalmente, de más grande a más pequeño, aunque puede haber variaciones de tamaño en mitad de la composición”.

Igualmente, añaden que se pueden combinar distintas texturas de los elementos e, incluso, cuadrantes y cojines con dibujos de formas geométricas diferentes, pero siempre siguiendo un sentido del equilibrio. “Una buena iluminación también resulta imprescindible, ya que puede recrear una atmósfera cálida y confortable para el huésped. Aunque hay tantas combinaciones como posibilidades ofrecen, siguen un denominador común,

Foto: Grupo Lamadrid



TEXTIL Y SALUD

Actualmente, un aspecto que se está teniendo muy en cuenta en los distintos establecimientos hoteleros, es la salud de los huéspedes, intentando evitar, lo máximo posible las posibles alergias que proporcionen ciertos productos que se usan en los textiles. “Le damos una importancia mayúscula porque son productos en contacto directo con el cliente, por eso llevamos años investigando en este sentido. Acabamos de lanzar una línea de productos anti ácaros e hipo alérgicos destinado a hoteles y colectividades. Un proyecto que responde a la demanda de sus clientes, tantos hoteles como colectividades, entre los que se encuentran hospitales, centros de día, centros de mayores que necesitan incorporar este tipo de productos...”, enuncia Luis Esteve, Gerente de Vayoil Textil.

En este sentido, para evitar posibles incomodidades “los tejidos se fabrican con fibras naturales y artificiales, todas ellas aptas para el consumo. Los tejidos ignífugos por ejemplo se fabrican con trevira, que es una fibra que hace que la llama se autoconsume y no se propague el fuego. En España es obligatorio utilizar tejidos ignífugos en todos los paramentos verticales: cortinas, tapizados de pared, cabeceros...”, detalla Beatriz Gancedo, Directora del Departamento de Comunicación y Marketing de Gancedo.

Además, desde Vayoil añaden que los ácaros de polvo doméstico son el alergólogo más común de los países desarrollados. Y es la primera causa de alergia en personas. “Al constante estornudo y lagrimeo que provocan, en algunas ocasiones pueden desencadenar asma y eczema. Por lo que se utiliza un nuevo tratamiento que ayuda a

disminuir los sistemas y reacciones alérgicas en personas en contacto con estos productos”.

En este sentido, “el tratamiento se basa en aceite naturales extraídos de plantas como el limón, la lavanda o el eucalipto, que forma el Gerniol una sustancia activa que tiene un excelente resultado sobre los ácaros del polvo. Se trata además, de un tratamiento ecológico, registrado en Oeko Tex 100, certificado que también posee Vayoil textil y que garantiza la ecología y ausencia de productos nocivos para la salud en sus prendas. El tratamiento está totalmente libre de micro capsulas químicas y no contiene ni pesticidas tradicionales, ni disolventes químicos. Es además un producto biodegradable que mantiene sus propiedades después de muchos lavados”, describe Luis Esteve. Del mismo modo, Félix Martí, Director General de Resuinsa, asegura que todos sus productos cumplen con los parámetros de los artículos en contacto directo con la piel y aquellas estipulaciones más estrictas que son los requisitos humano-ecológicos reflejados en el Certificado universal Oeko-Tex Standard 100, “siendo imprescindible para obtener esta certificación que todos los componentes de un artículo cumplan, sin excepción, los criterios exigidos de calidad. Se trata de un sistema de análisis y certificación independiente para productos textiles en todas las etapas del proceso de fabricación”.

En definitiva, “cada vez se cuidan más estos aspectos, en lencería se usa cada vez más ropa de cama con tratamientos antibacterianos y sobre todo anti chinches”, concluye Antonio Barrigón, Contract Area Manager de Grupo Lamadrid.

ayudan a vestir una cama y van de la mano con el resto de la decoración”, determina Félix Martí.

Entorno, decoración, eficiencia...

Siguiendo con esta tónica, se puede observar que en cualquier hotel que se

precie cada detalle tiene importancia. “Nada debe dejarse al azar, desde el interiorismo de las estancias, pasando por el servicio de habitaciones, el color que adorne las estancias y también la combinación de colores y dibujos de la lencería hotelera”, determina Luis Esteve (Vayoil Textil). Y, añaden que la lencería

hotelera, en general, juega un papel fundamental porque tienen un contacto directo con la piel del huésped y es un producto determinante para que se sienta a gusto y recibir la sensación de confort, de limpieza, de bienestar, en definitiva, para que quieran repetir esa experiencia.

La imagen que perciba un turista marcará, en un elevado porcentaje, su satisfacción. “Los recuerdos de su estancia quedarán grabados en su mente y estarán acompañados de olores y sabores, recibidos también durante su alojamiento. Este recuerdo inclinará su balanza de decisión para retornar al mismo hotel o recomendarlo a sus conocidos, por lo que es imprescindible cuidar todos los detalles, desde el servicio y atención que se ofrece a los huéspedes, hasta la decoración y el diseño de los textiles”, especifica Félix Martí (Resuinsa).

Además, su diseño siempre debe estar en sintonía con la imagen del hotel y con el estilo que se quiere transmitir. “Siguiendo esos parámetros se crea el producto teniendo, por supuesto, en

Foto: Vayoil Textil



“PARA UN HUÉSPED,
LA COMODIDAD DE SENTIRSE
MEJOR QUE EN CASA,
ES LO MÁXIMO QUE PUEDE
OFRECERTE UN HOTEL”

Porque llevamos más de 20 años hablando en tu mismo idioma, sabemos que aquellos hoteles que cuidan su lencería marcan la diferencia. Nosotros los llamamos **Hoteles con Alma**.



**HOTELES
CON ALMA**
www.vayoiltextil.es

cuenta la imagen corporativa del hotel y cómo se puede integrar en el producto textil, llegando a convertirse en una herramienta más en la estrategia de marketing del establecimiento, ya que le ayuda en su diferenciación frente a otros establecimientos”, precisa Luis Esteve. En este aspecto, Huseyin Topcu (RH Hotel Supply España) determina que se puede enfocar entre la modernidad y la rústica, al igual que en el diseño minimalista del edificio. En este sentido, “hay establecimientos que están renovando su decoración y arquitectura con reformas totales”.

Del mismo modo, Beatriz Gancedo (Gancedo) analiza, por ejemplo, algunos de los restaurantes que se están abriendo en este momento, donde se decantan por distintas tendencias como “la tropical (papeles pintados y telas de palmeras), la vintage (retorno a los clásicos), la Nórdica (tonos rosa claro, azul turquesa, gris...), en todos ellos el textil define el estilo”.

Con esta misma idea, Raúl Martínez (Laboratorios Vinfer), asegura que dependiendo del hotel y de la zona donde esté ubicado, puede influir más o menos a la hora de elegir, seleccionar, publicitar una marca de hotel, etc. “Por regla general, esta opción es más exclusiva en hoteles de categoría alta”.

A parte del diseño, estética, estilo, filosofía... “los tejidos deben tener unas características técnicas específicas de



Foto: Resuinsa

uso para cada elemento, éste es el primer paso que hay que tener en cuenta”, analiza Antonio Barrigón (Grupo Lamadrid). Por ejemplo, “para el tapizado de butacas, sofás, etc., el martindale de la tela, que es un test de resistencia, debe ser de al menos 25.000 ciclos. Para paramentos verticales como cortinas, visillos, entelados..., los textiles deben de ser ignífugos C1. Sobre estas bases técnicas, elegir diseños, colores, texturas..., que se ajusten al look del proyecto”, analizan desde el Grupo Lamadrid.

No obstante, cada espacio es un mundo. “La elección se compagina con la imagen

corporativa del establecimiento. En general, priman calidades donde el textil sufre más por el uso frecuente, como en los baños. Asimismo, al color blanco de preferencia sigue el color crema”, definen desde RH Hotel Supply España.

Por todo ello, al inicio de un proyecto normalmente suele haber un decorador y lo primero que se va a mirar es la estética del proyecto. “Los tejidos, papeles pintados, moquetas serán tema importante porque ayudan a definir el estilo. Siempre cuando hablamos de un proyecto contract se van a tener en cuenta las normativas de ignífugos, lavados, resistencia...”, describen desde Gancedo. Del mismo modo, desde Resuinsa precisan que para conseguir un proyecto adecuado es fundamental escoger bien los textiles que lo visten. “El factor principal debe ser una calidad exquisita en todas las prendas, ya que, independientemente de que sean destinados a habitación, baño o restauración, sufren lavados continuos y muy agresivos, y deben seguir proporcionando confort”. Asimismo, el otro valor que prima “es el diseño que se confiere a cada textil en función del establecimiento y que le ayudará a darle vida a su personalidad”.

Pero lo que sí es cierto es que los hoteleros quieren por un lado, diferenciarse del resto de hoteles transmitiendo al cliente experiencias únicas, pero además quieren un producto que garantice el confort, la

Foto: Grupo Lamadrid



Resuinsa: experiencia, proyección exterior y buen hacer

Con más de 40 años a sus espaldas, Resuinsa continúa su crecimiento y esforzándose día tras día por mejorar aspectos como la calidad y la atención al cliente. La compañía internacional, presente en 90 países de los cinco continentes, provee a los mejores hoteles y restaurantes del mundo. Para ello, además de la experiencia, hace falta una estrategia acorde con cada mercado y un buen trabajo en equipo. Por eso, se encuentra entre las cinco principales empresas del sector del hospitality a nivel internacional.



para realizar proyectos de desarrollo de nuevos productos. Estamos compitiendo al nivel de las grandes empresas del sector de Estados Unidos y con las de diseño italianas”.

Calidad

Asimismo, el control de calidad de los artículos se lleva a cabo no solo en los propios laboratorios, sino también junto con entidades de prestigio como el Instituto Tecnológico Textil (AITEK). “También trabajamos con el Centro de Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI), que certificó el correcto funcionamiento del sistema RDIF que implantamos en 2014, siendo pioneros en su aplicación en los textiles de hospitality para conocer la trazabilidad del producto y gestionar el stock”, apunta Martí.



Innovación

El sector del hospitality es cada vez más exigente y requiere de empresas que apuesten por la innovación y la investigación en los productos textiles y que estos hayan logrado la certificación pertinente. Recientemente, Resuinsa recibió el sello de PYME Innovadora emitido por el Ministerio de Economía y Competitividad, el cual reconoce que las compañías incluyen la innovación en sus estrategias de crecimiento y expansión.

Diseño

En este sentido, el diseño resulta fundamental para que el huésped se lleve consigo la impresión de haber vivido momentos únicos en un establecimiento. Elegancia, calidez, personalización y confort son las premisas bajo las cuales trabaja el servicio ‘Atelier’ de Resuinsa, que permite a los clientes disponer de los diseñadores e interioristas para desarrollar textiles que encajen con la identidad del hotel.



Además, Atelier ha confeccionado diseños de colecciones tan novedosas como Red and Blue Velvet, delicada y sofisticada, y Acqua, inspirada en los colores de la naturaleza, de playas azules y corales, que aportan frescura y suavidad.

41 millones en 2016

El trabajo bien hecho, con diseño, calidad, transparencia e innovación, ha conducido a Resuinsa a batir un nuevo récord de ventas el año pasado: 41 millones de euros, un 26% más que en 2015. Además, se ha incrementado el número de clientes, alcanzando los 7.000 en todo el mundo. “Todo esto nos anima a seguir siendo líderes y ofrecer el mejor producto a los clientes”, subraya Félix Martí.

Martín Berasategui

La expansión internacional, la experiencia, la calidad y la cercanía se ha plasmado en la elección del chef con ocho estrellas Michelin, Martín Berasategui, como embajador de Resuinsa en el mundo. Un “matrimonio” que comparte valores y aspiraciones para trasladar a los clientes la sensación de que vivan experiencias únicas con sus productos.



Foto: Gancedo

calidad, la satisfacción del huésped y a un precio competitivo y rentable. “La clave del modelo de rentabilidad de Vayoil es el compromiso de ofrecer el producto más rentable para el hotel; el de mayor calidad, duración y confortabilidad, siempre en relación a un precio que se adapte a su situación y tipología del hotel”, describe Luis Esteve.

Además, los textiles, al igual que el resto de la decoración, transmiten

unas sensaciones que permiten a los huéspedes y comensales conocer mucho más sobre el establecimiento. Por eso, “uno de los factores a tener en cuenta es que siga una coherencia con el resto de elementos. Además de tener una calidad excelente, los textiles deben de disponerse de tal manera que el confort y la elegancia se superpongan para lograr un ambiente acogedor, ofreciendo un plus de sofisticación y exclusividad: camas mullidas, esponjosas y envolventes

Foto: Barceló Hotels&Resorts



“Hay que tener en cuenta que el lujo en muchos hoteles va más allá de su estructura y se extiende a todos los niveles: servicio, decoración, diseño...”

toallas, mantelerías con detalles que den continuidad a la vajilla, complementos textiles como neceseres en el baño para guardar los amenities, etc.”, enumera Félix Martí.

Por otro lado, en lo referente a los precios, estos también suelen mandar y en función del presupuesto se eligen las telas.

En definitiva, “hay que tener en cuenta que el lujo en muchos hoteles va más allá de su estructura y se extiende a todos los niveles: servicio, decoración, diseño... El lujo es toda una experiencia que a todos nos gusta disfrutar”, concluyen desde Resuinsa.

Diferentes textiles

Los distintos textiles que se utilizan en un establecimiento hotelero, se tienden que agrupar según sea su utilización dentro del establecimiento, ya que en el hotel se pueden encontrar tipos de ropa tan diferentes entre sí como pueden ser los uniformes de restaurante y las sábanas.

Además, en el hotel se cuida, de una manera especial, la ropa que el cliente va a disfrutar de manera directa a lo largo de su estancia, como son las sábanas de la cama o las servilletas de la mantelería del restaurante. De esta manera, en general, las consideraciones más comunes que se tienen en cuenta en cuanto a la elección de este tipo de ropa, se basan en:

- Comodidad para el cliente

- Presencia, es decir aspecto, se trata de un apartado que se tiene muy en cuenta en los hoteles de categoría alta, valorando mucho la elegancia de la ropa que se utiliza para el cliente.

- Necesidad de procesos de lavado sencillos.

- Durabilidad de los tejidos.

- Rentabilidad obtenida por la relación calidad-precio.

En este aspecto, cada textil debe distinguirse, bien por el diseño, bien por los materiales seleccionados o bien por dónde y cómo va a ser ubicado.

Ropa de cama: prima el blanco para dotar de un aspecto impecable y pulcro a la habitación. “Para que ésta tenga un estilo elegante y con notas de color, se opta por otros elementos como cojines, cuadrantes o plaids que se encuentren en consonancia con la decoración de la habitación. Además, se suelen elegir tejidos que aporten confort, suavidad, naturalidad y elegancia”, analiza Félix Martí, de Resuinsa. Del mismo modo, Antonio Barrigón, del Grupo Lamadrid, determina que los textiles de la ropa de cama y baño deben ser lo más agradables posibles al uso y cumplir con los estándares de calidad suficientes que permitan su mantenimiento.

Y, desde Resuinsa añaden que en la habitación también se encuentra un grupo de productos complementarios, como puede ser la bolsa para meter la prensa o la bolsa para la ropa que llevarán a la lavandería, entre otros, que si son fabricadas en un material textil y con un diseño elegante, consigue darle un plus a la personalidad del hotel.

Ropa de baño: debe aportar sencillez, armonía, relajación y sensación de limpieza. De ahí que el color que predomina sea el blanco, pues la luminosidad que refleja

Foto: Meliá Hotels International



Foto: Resuinsa

logra un ambiente fresco y agradable. Además, “la tendencia también discurre con acabados personalizados que no se ciñen solo a la identidad corporativa del hotel. Igualmente, en el caso de las toallas se debe de tener muy en cuenta cómo van a ser expuestas (dobladas, en un toallero, colgadas...), todo influye”, destaca Félix Martí.

Ropa de mesa: las mantelerías han evolucionado, al igual que lo ha hecho la gastronomía, el vino..., consiguiendo crear una cultura en torno a ella; “cada vez más están diseñadas en función de la temática del restaurante. Vestir bien una mesa logra que la experiencia gastronómica haya sido redonda, además de que siguen las tendencias de las vajillas”, analizan desde Resuinsa.

Ropa exterior: las toallas de piscina, tal y como describe Félix Martí, además de ser esponjosas y envolventes, incorporan colores más vivos y diversos diseños: tonos lisos, estampados, rayas o dibujos que las diferencian del resto de textiles. “Referente a los textiles de exterior, estos deben ser acrílicos tintados en masa o de polipropileno para que aguanten bien las inclemencias del tiempo y la decoloración”, añade Antonio Barrigón.

Uniformes y Ropa para uso del Personal: el cuidado de uniformes dentro del hotel garantiza su mayor duración, además de contribuir a que todo el personal se cambie de uniforme con la frecuencia prevista para dar la imagen de higiene requerida para este servicio. Asimismo, entra dentro de este apartado toda aquella

Foto: Laboratorios Vinfer





Foto: Grupo Lamadrid

ropa destinada en exclusiva a este fin, como es el caso de las toallas utilizadas en las duchas y lavados de los vestuarios, que en algunos hoteles son diferentes en color y calidad a las instaladas en las habitaciones.

No obstante, Luis Esteve (Vayoil Textil) no considera que haya diferencias significativas entre las prendas, más allá de su funcionalidad y diseño. “Está claro que cambian colores, gramajes, tejidos o tamaños. Pero la confección, la calidad, la buena elección de los materiales de las prendas tienen que tener un origen común. Al final todas ellas deben aportar bienestar y confortabilidad al cliente”.

Textil en decoración

Gran parte del encanto de viajar es aprender de otras culturas. Tener la posibilidad de interactuar con las tradiciones del destino elegido es un punto obligado en la agenda de cualquier turista. Actualmente, “la elección del hotel puede convertirse en gran influencia para hacer de esos momentos de descanso, una experiencia inolvidable, por lo que está tan de moda hablar sobre la ‘Personalidad de los hoteles’”, precisa Félix Martí.

En este sentido, “el arquitecto y el decorador son los que marcan el estilo del edificio y las estancias en función del tipo de hotel, la temática del mismo y a qué tipo de público va dirigido, por tanto los materiales se ajustan a la

filosofía, imagen corporativa, sin olvidar el presupuesto”, expone Antonio Barrigón (Grupo Lamadrid). Del mismo modo, Félix Martí especifica que la decoración y la arquitectura del edificio influyen en la medida de que tiene que existir una coherencia entre todos los elementos que envuelven al hotel. “Un edificio muy moderno puede optar por diseños más urbanos y sofisticados, mientras que un hotel más rural se puede inclinar por una decoración y unos materiales más naturales”.

Así pues, en su opinión, “si se trata de un hotel boutique ubicado en el campo, los textiles en tono pastel, como rosas y malvas, son ideales. O si se trata de un gastrobar, se elegirá una mantelería diferente que la que se pondría en un

restaurante más tradicional. Cada prenda está confeccionada para que case con cada proyecto, por lo que le corresponde también un diseño propio”.

Igualmente, Raúl Martínez (Laboratorios Vinfer) asegura que se trata de un tema que es muy distinto de un hotel a otro, depende de muchos factores: geografía, climatología, gastronomía, ocio, idiosincrasia, nuevas formas de ver el establecimiento, etc.

Sí que es cierto que existe un criterio estético y de diseño, pero también el precio es importante. “En Contract hablamos normalmente de cantidades grandes y los precios pueden ajustarse más. También el tejido puede ayudar, por ejemplo, a la acústica de un espacio, impidiendo que el ruido reverbere”, analiza Beatriz Gancedo (Gancedo).

No obstante, una de las partes más importantes es que los textiles para hoteles y restaurantes, independientemente de su composición, tengan una característica especial que les distinga del resto, “la resistencia a los lavados industriales a los que son sometidos. Las duras condiciones de este proceso hace necesario que estas prendas tengan elevados estándares de calidad, que estén sujetas a numerosas pruebas y que detrás de las mismas haya una I+D+i real”, describen desde Resuinsa.

Y, para demostrarlo y que el hotelero sepa que está comprando un producto de calidad, “debe exigir al fabricante un



Foto: Rafi Textil

certificado que garantice la resistencia del tejido, que debe mantener sus cualidades a lo largo del tiempo”, concluyen.

Tendencias del sector

Con respecto a lo que en estos momentos se busca “las últimas tendencias siguen siendo minimalistas en el grueso general, aunque algunos ya empiezan a distinguirse un poco más y utilizan decoraciones algo más ‘arriesgadas’, dando una personalidad diferente. En cuanto a los textiles deben cumplir la normativa de ignífugos clase C1 en paramentos verticales, martindale, etc.”, describen desde el Grupo Lamadrid.

No obstante, desde Vayoil Textil, aseguran que las tendencias y diseño van parejo a las necesidades del hotelero, “pero sin ninguna duda en decoración hemos abandonado un poco el minimalismo predominante en la década pasada para concebir espacios como lugares que transmitan, lo que predomina es la identificación con el espacio”.



Foto: Vayoil Textil

En este sentido, la naturaleza es una fuente inagotable de texturas, gamas cromáticas y diseños. En relación a esto, desde Gancedo indican que “este año la tendencia es el tema étnico, la inspiración en culturas lejanas. Los tejidos de texturas, diseños geométricos, los

terciopelos, el papel pintado está también muy de moda”. Por ello, “los textiles se inspiran en tonalidades y elementos naturales, como los más playeros en los que prima los dibujos de corales o las tonalidades turquesas del agua del mar, aportando frescura y suavidad. Los

Smart Resort®

Sistema de lavado **exclusivo** para el tratamiento de ropa de hoteles



Masswash®
Lavandería profesional

NEW SYSTEM

Ahorro AGUA hasta 42%

Ahorro ENERGÍA hasta 48%

Mejora PRODUCTIVIDAD hasta 46%

induquim
Fabricando un mundo más limpio

Innovador + Rentable + Equilibrado + Sostenible = **DESCANSO INTELIGENTE**



Foto: Vayoil Textil

colores pasteles se encuentran también a la orden del día, como rosas, malvas, azules, grises y blancos, que transmiten ambientes serenos y delicados, con tejidos sugerentes y relajantes”, analizan desde Resuinsa.

Mientras, desde RH Hotel Supply España aseguran que últimamente los textiles de fibras largas peinadas toman prioridad. Del mismo modo, se buscan diseños elegantes de costura y los detalles que aportan el calor de un hogar propio.

Foto: Resuinsa



Pero sobre todo, la mayor tendencia que existe a día de hoy es que los textiles estén integrados en el estilo del establecimiento, tanto en tejido como en confección y en colores. Para lograrlo, “el trabajo de desarrollo comienza con la técnica creativa de los ‘moodboards’ o paneles de inspiración, con los que trabajamos en Resuinsa, pues es importante ofrecer una atención personalizada al cliente según sus necesidades. Además, se sigue la tendencia de los colores Pantone para esta primavera/verano como el Lapis Blue, el Greenery o el Hazelnut”, puntualiza el responsable de Resuinsa.

Por otro lado, en lo que a la lencería hotelera se refiere “se innova en dos sentidos a través de la personalización de las prendas, pero también la composición de las fibras con el objetivo de otorgarle mayor durabilidad y que se mantengan en las mejores condiciones el mayor tiempo posible, mayor confortabilidad, brillo, absorción, suavidad, acabados, etc.”, precisa el responsable de Vayoil Textil. Además, añade que a ello hay que sumarle que se trabaja con tejidos respetuosos con el medio ambiente y que sean hipoalérgicos y antibacterianos.

La limpieza, esencial

El proceso del lavado de las prendas textiles ha evolucionado muy rápidamente estos últimos años, sobre todo por la aplicación de nuevas tecnologías. “Las

mejoras continuas que se consiguen repercuten en el huésped, por lo que invertir en innovación supone invertir en calidad. En este sector, la mayor preocupación reside en las condiciones de lavado extremo de las prendas, por lo que la investigación se centra en este aspecto”, analiza Félix Martí (Resuinsa).

Así, desde el punto de vista de la lavandería del hotel, Roser Zapata, Laundry Business Expert de Girbau, especifica que se trabaja en dos grandes variables, higiene y calidad. “No es suficiente con dejar la ropa extremadamente limpia. Hay que dejar los manteles impecablemente planchados, los albornoces suaves y con un olor agradable, los uniformes del personal de hotel perfectos...”. Además, añade que “como fabricantes de maquinaria para lavandería, ofrecemos equipos que permitan personalizar al máximo cada uno de los parámetros que inciden en higiene y en calidad. Nuestras máquinas permiten ajustar el proceso de lavado, secado y planchado a cada tipo de prenda, en función del acabado final que decida el hotel”.

De esta manera, para conseguir un confort agradable para los usuarios es importante realizar una serie de procesos de lavado en función de la clasificación o tipo de ropa a lavar. “El proceso de lavado consta de diferentes fases, cada



Foto: Gancedo



Foto: Girbau

una de ellas con una función determinada y definida en base a unos parámetros (temperatura, tiempo, nivel de agua...), junto con las dosis recomendadas de producto químico”, argumentan desde Proquimia. De este modo, enumera las siguientes fases:

- Humectación: Elimina la suciedad soluble en agua limpia con la ayuda de

“Se innova en dos sentidos a través de la personalización de las prendas, pero también la composición de las fibras con el objetivo de otorgarle mayor durabilidad...”

un producto humectante que contribuye a abrir más las fibras y mejorar el secado.

- Prelavado: Elimina la mayoría de las manchas, imprescindible para suciedades que se fijan y coagulan si se lavan directamente con temperatura. Se consigue con un detergente alcalino o neutro.

- Lavado: Fase principal del proceso donde se debe eliminar por completo la suciedad presente en los tejidos. En esta

Juntos creamos bienestar



CUIDADO TEXTIL



DESMANCHADO



ASEPSIS



ÓPTIMO RESULTADO



ECOLOGÍA



RENTABILIDAD



SEGURIDAD

Especialistas en el diseño de productos y procesos de lavado adecuados a sus necesidades.



Paseo Sanllehy nº 64, 08213 Polinyà - BCN
Tel. +34 937 132 025
Fax +34 937 131 568
info@saproder.com · www.saproder.com



www.pgscleaning.com



Foto: Barceló Hotels&Resorts

fase se puede incluir la fase de oxidación, donde se consigue eliminar las manchas de colorantes como vino, café, cacao...

- **Aclarados:** Su finalidad es restablecer las características iniciales de la ropa (pH, alcalinidad...). En el último aclarado se dosifica el neutralizante y suavizante para conseguir higienizar la ropa y proporcionar suavidad, frescor y duración al textil.

- Centrifugado Final

Todo este proceso se sigue con el objetivo de eliminar posibles manchas en el tejido, mantener el color de la prenda original en perfectas condiciones y conseguir la máxima suavidad y un tacto agradable de la prenda.

Por otro lado, en el momento en el que se elige un tipo de tejido, “hay que tener en cuenta que para que éste sea lavable tiene que tener en su composición poliéster. Si

Foto: Vayoil Textil



hablamos de fibras naturales el algodón y el lino son lavables, pero van a perder el apresto inicial cuando se mojen. Igualmente, es conveniente lavarlas antes de confeccionar porque encojen un poco. Si se hace una limpieza en seco no hay problema”, concreta Beatriz Gancedo (Gancedo).

Sin embargo, Raúl Martínez (Laboratorios Vinfer) considera que se trata de un tema pendiente en el sector y de difícil solución al 100%. “Influyen muchos factores al mismo tiempo a la hora de saber lavar bien una prenda textil. Por ejemplo, lavar bien una mantelería de color es un problema bastante difícil, a veces, imposible”.

Con todo esto, para evitar el desgaste y la decoloración de la ropa es fundamental clasificar correctamente el tipo de ropa a lavar, “teniendo en cuenta si se trata de ropa blanca o de color (evitar

decoloración y sangrado), y el tipo de textil (mantelería, toallas, sábanas, trapos de cocina...), ya que a cada clasificación le corresponde una dosis de detergente y oxidante diferente”, explican desde Proquimia. Además, también es de vital importancia, “trabajar con equipos industriales que permiten ajustar los procesos y su intensidad a la necesidad de cada prenda. Si las sábanas no tienen manchas, no hay que lavarlas a una temperatura intensiva. En cambio, los toallines para desmaquillar requieren un lavado intensivo”, argumentan desde Girbau.

Por otra parte, el lavado no depende solo de la máquina y el proceso que se le asigna. “También los productos químicos son fundamentales. Para evitar el desgaste y la decoloración hay que ajustar las cuatro variables que inciden en el lavado: acción mecánica o intensidad, temperatura, productos químicos y tiempo del proceso. Si son los idóneos, la vida del textil incrementa de manera espectacular”, continúa detallando Roser Zapata. Con esta misma idea, desde Proquimia puntualizan que es importante “evitar trabajar con dosis muy elevadas de producto y excesiva alcalinidad en el baño de lavado, y dosificar correctamente el tipo de oxidante que se va a utilizar en el proceso de lavado (cloro, peracético, H_2O_2 ...). Con estas recomendaciones se

Foto: Resuinsa



Foto: RH Hotel Supply España

consigue alargar la vida útil de la ropa", definen desde Proquimia.

En este sentido, Roser Zapata (Girbau) asegura que adecuar el proceso de lavado y secado al tipo de textil y nivel de suciedad es un parámetro indispensable para prolongar el ciclo de vida de la prenda. “Vuelvo a insistir en que es imprescindible ajustar el proceso desde las máquinas de la lavandería a la necesidad real de la



Foto: Paco Perello

prenda. Tener la lavandería propia permite al hotel identificar el proceso adecuado para cada lote de ropa”.

En definitiva, “los hoteles cada vez tienen más claro que personalizar la limpieza y el trato del textil es una forma de transmitir la personalidad de la marca y de velar la imagen del hotel. Por ello, apuestan cada

vez más por una lavandería interna donde pueden imprimir esta personalidad", concluyen desde Girbau.

El futuro comercial

La venta on line es una salida fundamental para muchas empresas. “Tal vez en nuestro sector es más complicado porque

RH HOTEL SUPPLY



Artículos de Acogida Equipamientos Textiles
Amenities Equipments Textiles



ARTÍCULOS ACOGIDA

SERVICIO PERSONALIZADO



EQUIPAMIENTOS & ACCESORIOS

GARANTÍA DE CALIDAD DE TURQUÍA



TEXTILES

FABRICACIÓN PROPIA

DELEGACIÓN ESPAÑA
 📍 Avd. Real de Pinto, No.87
 Módulo I Nave II Pol.Ind. Villaverde Alto
 28021 Madrid - SPAIN
 ☎ + 34 911 30 35 42
 ✉ spain.sales@rhhotelsupply.com

SEDE CENTRAL TURQUÍA
 📍 Yunus Emre Mh. 1385. Sk. No:5 S.GAZI
 İSTANBUL / TÜRKİYE
 ☎ +90 212 650 21 30
 ✉ info@rhhotelsupply.com
 🌐 www.rhhotelsupply.com

CERTIFICACIONES TEXTILES

Desde hace ya un tiempo, muchos consumidores nos preocupamos por que los productos que consumimos sean más ecológicos, más sostenibles, mejores para nuestra salud y para el medio ambiente y nos preocupamos por las condiciones de trabajo de los que los producen. Sin embargo, son muchos los aspectos que tienen que tenerse en cuenta. Por ello, ¿cómo podemos saber si lo que compramos está de acuerdo con los temas que nos importan?

La respuesta más sencilla sería buscar productos certificados, pero ¿por quién? Lo cierto es que para el sector de la alimentación estamos más al corriente de estos asuntos, ya que existe una norma oficial en la Unión Europea. No obstante, en lo que a textiles se refiere, no hay reglamentos oficiales y los distintos sellos que existen regulan distintos aspectos, no todos ellos miran que las materias primas sean ecológicas, los hay que regulan el impacto ambiental de los productos, los aspectos sociales de la fabricación y/o otros aspectos relacionados con la sostenibilidad, en mayor o menor medida... En relación a esto, repasemos algunos de los sellos que frecuentemente se pueden encontrar en las prendas de vestir y lo que significan:

Naturland: (Alemania) con este sello se determina que al menos el 95% del producto final, excepto accesorios, debe estar hecho con fibras naturales y ecológicas. También se regulan las sustancias y métodos para la fabricación, máximo nivel de residuos permitidos y aspectos medioambientales y sociales.

Demeter: (Alemania e Internacional) la norma para la producción biodinámica. Con ella se exige que las fibras utilizadas sean certificadas Demeter y para la elaboración textil utiliza las normas de IVN (International Natural Textiles Association).

Soil Association: (Reino Unido) para la certificación textil ha adoptado la Norma GOTS (Global Organic Textile Standard) y por otra parte ofrece certificación según OCS (Organic Content Standard) que simplemente verifica la trazabilidad y contenido de las materias primas ecológicas hasta el producto final (es una norma de la organización que antiguamente se conocía como Organic Exchange y ahora como Textile Exchange).

Krav: (Suecia) esta norma también ha dejado de actualizar sus normas de textiles para adoptar GOTS, que es actualmente la principal para la certificación textil ecológica en todo el mundo.

Oeko-Tex: desarrollada por la Asociación OEKO-TEX®, que es un grupo de institutos de investigación y laboratorios de Europa y Japón, y aplicada en todo el mundo. Sobre todo se centra en la limitación de ciertas sustancias nocivas durante la fabricación y en la verificación de que estas limitaciones se cumplen.

Organic exchange (OE): (Internacional) garantiza un contenido mínimo de algodón ecológico en el producto final, pero no garantiza el origen de los tintes. Tiene dos niveles de certificación: La norma OE 100: certifica artículos fabricados con un contenido mínimo de algodón ecológico del 95%. La norma OE Blended: certifica artículos fabricados con un contenido mínimo de algodón ecológico del 5% mezclado con algodón convencional o fibras sintéticas.

Made in Green: (Europa) se trata de la única certificación europea que tiene en cuenta tres ámbitos del proceso productivo: salud, medio ambiente y derechos humanos de los trabajadores. Además, esta certificación estudia toda la trazabilidad del producto, englobando también a los proveedores directos y a sus suministradores. De esta forma, se consigue certificar el producto desde su origen hasta que llega al consumidor.

GOTS (Global Organic Textile Standard): (Internacional) es una norma internacional creada por miembros de la industria textil y por diversas organizaciones con normas para textiles. Sólo aquellos productos textiles que contengan un mínimo de 70% de fibra orgánica pueden certificarse GOTS. Todos los insumos químicos, tales como colorantes y auxiliares, deben cumplir claros requisitos ambientales y toxicológicos.

Ecoetiqueta Europea

(Ecolabel): es una norma creada por múltiples partes interesadas y gestionada por la Comisión Europa con la colaboración de diversos “Organismos competentes” que se dedican a su implementación en los distintos países. Se refiere, sobre todo, a aspectos medioambientales, como la limitación de ciertas sustancias nocivas y los vertidos de la industria. No regula específicamente el uso de fibras ecológicas, y permite el uso de fibras naturales o sintéticas con ciertas restricciones.



Foto: Proquimia

Foto: Gancedo



no nos dirigimos al cliente final y porque tenemos una competencia rabiosa en el sector del textil hogar, que ofrece infinidad de productos en millones de colores, diseños etc.”, detalla Luis Esteve.

Igualmente, Antonio Barrigón considera que la venta virtual para esto es complicada, “se podrían vender algunas cosas sueltas, pero para este tipo de proyectos intervienen el decorador y arquitecto y estos, hoy por hoy, prefieren ver y tocar”. Del mismo modo, Beatriz Gancedo asegura que la venta on line para tejidos es complicada porque



Foto: Gancedo

normalmente gusta tocar el tejido para ver la composición, o si es suave..., “también es difícil calcular la cantidad necesaria de metrajes (hay que tener en cuenta el case del dibujo, frunce...)”.

Las nuevas tecnologías ayudan mucho en todos los sentidos, pero en este caso particular, hoy por hoy, “predomina el trato directo con el proveedor de este tipo de artículos. El tacto, tersura, color, gramaje, suavidad, tipo de textil, etc., no se puede valorar y sopesar de igual manera en directo que de forma virtual”, asegura Raúl Martínez.

Sin embargo, “en papeles pintados o alfombras sí se está vendiendo. Nosotros tenemos también producto terminado, Gancedo Ready: cojines, plaids, pantallas de lámparas... (esto sí es susceptible de venderse on line)”, destacan desde Gancedo. Además, también es cierto

que arquitectos y diseñadores, para la realización del proyecto, “acuden a páginas web para descargase fotos de tejidos para incluirlos en sus presentaciones, pero esto finalmente no determina la venta, como decía, al final, prefieren ver y tocar”, exponen desde el Grupo Lamadrid.

Del mismo modo, Félix Martí especifica que continuamente se reciben peticiones de particulares desde distintas partes del mundo “solicitando adquirir nuestros productos tras haberse alojado en un hotel. Han dormido plácidamente en un establecimiento y quieren las mismas almohadas para su casa, o esas sábanas tan frescas como las que tenían nuestras abuelas o esas toallas tan esponjosas que no consiguen encontrar en ninguna tienda, y es que los productos de hostelería no tienen nada que ver con los de hogar”.

Foto: Barceló Hotels&Resorts



Por todo ello, añade que “hace ya 5 años pusimos a disposición de los clientes una tienda online shop.resuinsa.com en la que pueden encontrar, entre otros, la colección de mantelería exclusiva de nuestro embajador en el mundo, Martín Berasategui”.

Por otro lado, de cara al mercado, “éste ha estado muy parado y el precio era la variable más importante, creo que poco a poco iremos avanzando y valorando el diseño y la calidad”, determina Beatriz Gancedo.

Este punto es muy importante, “todo está condicionado por la categoría del hotel y el presupuesto por habitación que se tenga, en hoteles de hasta 3 estrellas la competencia es muy grande y siempre hay alguien más barato, obviamente nadie regala nada y cuando es más barato es por algo, uno debe posicionarse y tener el producto adecuado para cada categoría”, asegura Antonio Barrigón.

Portodo ello, Luis Esteve explica que “hace ya muchos años que nuestra estrategia comercial pasó a ser la especialización en el sector del cliente de alta gama con el objetivo de diferenciarnos por calidad y servicio y no depender de otro tipo de segmentos en el que la principal motivación es el precio. Esta apuesta nos ha permitido posicionarnos como uno de los principales proveedores para los hoteles de alta gama (4 y 5 estrellas) y de cadenas de reconocido prestigio tanto en España como en otros países del mundo”.

Foto: Resuinsa

