

REPORTAJE

SOLUCIONES Y TENDENCIAS EN EQUIPAMIENTO DE BAÑO

DEL ESPACIO FUNCIONAL A
LA EXPERIENCIA SENSORIAL

El baño se ha convertido en el protagonista inesperado de la experiencia hotelera. Más allá de la comodidad, los hoteles apuestan por diseño, tecnología y bienestar, transformando esta estancia en un espacio que impresiona, relaja y conecta con el huésped.

> Foto: Kaldewei



UN BAÑO BIEN DISEÑADO COMUNICA LUJO, CUIDADO Y ATENCIÓN AL DETALLE

✓ Foto: Vayoil Textil

Más allá de la cama cómoda o el desayuno variado, los hoteles han descubierto que uno de los espacios con mayor poder de seducción es, precisamente, el baño. Convertido en un refugio de bienestar, diseño y sensaciones, este ambiente ya no es solo un lugar funcional, sino un factor decisivo que marca la diferencia en la experiencia del huésped y en la imagen del propio establecimiento.

En este aspecto, Arturo Hernández, director general de Vayoil Textil, observa que el baño es un espacio esencial en cualquier vivienda y esta importancia se traslada también al sector contract. En los últimos años, “hemos visto una creciente tendencia en el ámbito de la decoración: transformar el baño en un entorno que no solo cumpla una función práctica, sino que además aporte un valor estético y ofrezca una experiencia de confort y bienestar”.

Igualmente, desde ramonsoler, su director general, Jordi Soler detalla que el huésped actual valora cada detalle. “Ya no se trata solo de estética, sino de cómo los materiales, la iluminación, el confort y la funcionalidad elevan la percepción general del hotel. Un baño bien diseñado comunica lujo, cuidado y atención por el detalle; es un reflejo directo de la identidad del establecimiento”.

En este sentido, Alfredo Cabezas, director de marketing y comunicación de Geberit Iberia, observa que en la última década los baños han ido ganando en relevancia en los hoteles y, de hecho, se han convertido en lugares que generan expectativa: esperamos encontrar en el hotel el baño que querríamos tener en casa pero que, por presupuesto o por imposibilidad de enfrentarse a un proceso de reforma, no lo tenemos... “Cuando entramos en la habitación del hotel casi de inmediato vamos a ver cómo es el baño. Los interioristas lo saben y, cada vez más, incorporan en los baños innovadores detalles para sorprender a los futuros usuarios”. De esta manera, “los huéspedes esperan cada vez más un momento de asombro al entrar en su habitación, y el cuarto de baño se convierte cada vez más en un punto focal. El diseño, los materiales y los colores influyen tanto como los elementos no visuales, como una cuidada selección de fragancias. La tendencia hacia el ‘baño emocional’ responde justamente a estas necesidades y transforma el baño en un espacio en el que el huésped debe sentirse cómodo, como en un spa privado”, analiza May Aznar, jefa de Ventas, Regional Sales Manager Spain de ADA Cosmetics.

Por otro lado, “el auge del ‘well-being tourism’ y la facilidad con la que un buen baño se comparte en redes sociales han convertido a esta estancia en un potente activador de marca para el hotel”, explica Diego Suárez, responsable de comunicación y marketing de Sanycces. “Los viajeros valoran cada vez más la comodidad, la higiene, la estética y la tecnología en el baño, lo que convierte este espacio en un potente elemento de diferenciación frente a la competencia”, añade Manel López, Leader Proyectos España, LIXIL (GROHE)

Todo empieza con una idea.



Ideal Standard

Imagina infinitas posibilidades con La Dolce Vita, una nueva colección de baño que presenta un estilo atemporal y sensual diseño de Ludovica + Roberto Palomba.

Visita idealstandard.es y haz realidad tu visión.



^ Foto: Grupo Presto Ibérica

De esta manera, se puede decir que el espacio de baño ha dejado de ser un espacio meramente funcional para convertirse en una extensión del lenguaje del diseño interior del hotel. “Se busca continuidad estética, integración con el dormitorio, y experiencias más sensoriales y personalizadas que potencien el confort del huésped”, analizan desde ROCA. A lo que Eduardo López, CEO de Bathco, añade que se ha pasado de baños más estandarizados a espacios personalizados que responden a la identidad del hotel. “El baño se integra cada vez más en la habitación como un elemento arquitectónico y no como un espacio secundario”.

Con esta misma idea, Francesc Vila, CCO – Chief Commercial Officer de Standard Hidraulica – grifería clever, indica que el concepto de baño en el ámbito hotelero ha experimentado una transformación significativa, pasando de ser un espacio funcional y cerrado a convertirse en un elemento central de diseño, experiencia y bienestar. “Esta evolución está marcada por varias tendencias clave, que van desde una integración arquitectónica y visual, pasando por un diseño de autor personalizado, hasta un desarrollo de nuevas tecnologías y confort inteligente”. “Ha evolucionado de un espacio utilitario y estandarizado a uno personalizado, abierto e integrado en el diseño de la habitación. Se prioriza la experiencia sensorial (texturas, iluminación, tecnología) y se concibe como

una extensión del spa, enfocado en el confort y el relax del huésped”, define Anna Céster, responsable de Prescripción de Nofer Brand Group.

Las barreras físicas desaparecen en favor de espacios abiertos, donde la luz y el diseño ganan protagonismo. “La funcionalidad se une al confort, dando paso a soluciones que combinan estética y sostenibilidad. Los acabados se cuidan al máximo y los elementos como lavabos, duchas o bañeras se convierten en piezas clave del diseño interior. Este cambio responde a un huésped más exigente, que busca experien-

Los hoteles han descubierto que el baño tiene gran poder de seducción

KALDEWEI



Nuevo sumidero **FLOWPOINT ZERO**, elegancia y funcionalidad en tu ducha

cias memorables también en los detalles. La evolución ha sido clara: de lo práctico a lo emocional”, describe Joel Velásquez, Country Manager de KALDEWEI España.

Concepto que comparte Gemma Borrachero, directora de marketing de Storhm Teka, quien asegura que se ha potenciado su protagonismo dentro de la habitación, pasando de estar oculto a convertirse en un elemento arquitectónico central, llegando incluso a convivir la zona de bañera en la propia habitación. “Cada vez es más común integrar el baño de forma abierta en la habitación, mediante paredes de cristal o transiciones amplias. Así, se convierte en un elemento clave del diseño interior. Incluso los detalles, como los dispensadores de cosméticos de alta calidad y diseño elegante, se presentan de forma más intencionada y contribuyen al impacto general”, añade May Aznar.

En resumen, “hoy los baños se abren a la habitación, juegan con la luz natural, se integran con el diseño interior y apuestan por equipamiento de alto nivel. En muchos casos, son el detalle ‘wow’ que sorprende y se recuerda”, concreta Sonia Ramírez Domínguez, responsable de Marketing y Comunicación de Duravit.



LOS HUÉSPEDES BUSCAN ASOMBRO AL ENTRAR AL BAÑO

Equipamiento esencial

En la actualidad, se observa que la tendencia en el sector hotelero va claramente hacia soluciones que combinan diseño, funcionalidad y sostenibilidad.

En este sentido, Fernando Navas, gerente de DUPLACH, especifica que los platos de ducha extrafinos, antideslizantes y de fácil limpieza son muy demandados por su estética moderna y seguridad. Mientras, “en muebles de baño, se priorizan los diseños suspendidos, con acabados resistentes a la humedad y gran capacidad de almacenaje sin perder elegancia. Las columnas de ducha multifunción, con efecto lluvia y sistemas de ahorro de agua, aportan valor añadido al baño del hotel”.

En cuanto a mamparas, especifica que la tendencia es hacia perfiles minimalistas y cristales con tratamientos anti-cal, que facilitan el mantenimiento. Y, en accesorios de almacenaje, “los hoteles buscan soluciones prácticas e integradas que optimicen el espacio sin sobrecargar el diseño. En definitiva, los hoteles buscan equipamiento que mejore la experiencia del huésped, pero que también sea duradero, estético y fácil de mantener”.

Por otro lado, “en este sector marcan tendencia la grifería termostática, los sistemas empotrados, las duchas efecto lluvia y los acabados en negro mate o latón cepillado. También están en auge los inodoros suspendidos y el mobiliario minimalista con almacenaje funcional”, añade Ignasi Nuet, responsable de Marketing y Comunicación de GENE BRE. “Destacan los lavabos con materiales más allá de la cerámica, los inodoros compactos y fáciles de mantener, y cualquier

Foto: Resuinsa

BOOKING THE PLANET'S FUTURE



vayoil

Pensando en el futuro, queremos dejar un planeta mejor, sumando innovación y concienciación. Desarrollamos proyectos textiles para el sector hotelero, cada vez más preocupado, como nosotros, por la sostenibilidad y el medio ambiente.



^ Foto: Ada Cosmetics



^ Foto: Genebre



^ Foto: Solerbath

solución suspendida ya que aportan ligereza visual y facilitan la limpieza. Todo ello con un denominador común: funcionalidad, resistencia y estética coherente con el proyecto”, amplía Eduardo López.

Está claro que se busca aportar continuidad visual combinando los acabados de la grifería, duchas, mamparas y accesorios, entre otros. De esta manera, “se crea una estética distintiva y atractiva visualmente para el huésped. La expresividad a través del color es una de las grandes tendencias en el diseño de espacios de baño en hoteles”, determinan desde ROCA.

Más allá del diseño o la innovación, los hoteles necesitan equipamiento que resista el uso continuado y facilite la operativa diaria. Por ello, “se priorizan soluciones robustas, con bajo mantenimiento y que respondan a las exigencias reales del entorno hotelero: limpieza constante, múltiples usos diarios y perfiles de usuario muy diversos”, explica Ion Esandi, CEO de Valiryo Technologies.

Además, añade que la seguridad también es un aspecto fundamental. “Los establecimientos buscan incorporar elementos que garanticen una experiencia cómoda y sin riesgos para todo tipo de huéspedes, desde personas mayores hasta clientes con movilidad reducida. En ese sentido, el equipamiento debe ser intuitivo, accesible y adaptable”.

Así pues, las soluciones en equipamiento de baño que marcan tendencia en los hoteles reflejan una combinación de tecnología, diseño, sostenibilidad y bienestar. Como se ha visto, “estas innovaciones no solo buscan funcionalidad, sino también elevar la experiencia del huésped y alinearse con las nuevas expectativas del mercado. En resumen, las tendencias actuales en equipamiento de baño para hoteles combinan lujo discreto, eficiencia tecnológica y responsabilidad ambiental, con una clara orientación hacia el bienestar sensorial y emocional del huésped”, describe Francesc Vila.

Por otro lado, también hay que tener presente que “los responsables de producto del sector hotelero buscan productos robustos, fáciles de mantener, seguros y que resistan un uso intensivo. La instalación sencilla, el diseño intuitivo y el cumplimiento de normativas de accesibilidad también son clave”, define Ignasi Nuet. “Se prefieren materiales duraderos como porcelana vitrificada o solid surface, griferías termostáticas, suelos antideslizantes y lavabos amplios. También se prioriza la accesibilidad con platos de ducha a ras de suelo y barras de apoyo. Sistemas de bajo consumo y tecnología touchless aportan eficiencia e higiene. Todo ello garantiza una experiencia funcional, segura y con menos mantenimiento a lo largo del tiempo”, añade Álvaro García Pérez-Reus, Área Mánager de Grupo Presto Ibérica.

Igualmente, Félix Martí, director general de Resuinsa, expone que los hoteles exigen equipamiento que no falle ni un instante, capaz de soportar el desgaste constante sin sacrificar

Únete a la Refillution de ADA Cosmetics.



PRESENTAMOS EL PRIMER SISTEMA AUTOMATIZADO DE RECARGA DE COSMÉTICOS PARA HOTELES.

- Reducción del 95 % de residuos plásticos.
- Ahorros de costes del 30 % o más.
- Trazabilidad y cumplimiento total.

Visita ada-cosmetics.com/refillution





^ Foto: Sanycess

HOY LOS BAÑOS SE INTEGRAN CON EL DISEÑO DE LA HABITACIÓN

estilo ni confort. “En textiles, esto significa apostar por calidad y durabilidad certificadas, con materiales resistentes a lavados industriales, fáciles de mantener y que garantizan la seguridad y bienestar del huésped, todo ello con un compromiso claro hacia la sostenibilidad”.

Además, “cuantas menos cosas toque el cliente, más seguro es ese baño para el usuario y más fácil resulta que el equipamiento del hotel se mantenga en perfectas condiciones durante mucho tiempo. Por este motivo muchos hoteles optan por cisternas empotradas con pulsadores de descarga sin contacto, así como por grifos electrónicos que se activan por detección del usuario”, añade Alfredo Cabezas.

Tecnología

El baño hotelero ya no es solo un espacio de diseño y confort, también se ha convertido en un escaparate de innovación. La tecnología ha irrumpido para redefinir la experiencia del huésped: desde sistemas que regulan automáticamente la temperatura y la iluminación, hasta griferías y sanitarios touchless que aportan higiene y eficiencia. Un conjunto de soluciones que transforma la rutina diaria en un gesto de comodidad, sostenibilidad y sofisticación.

En este sentido, la tecnología juega un papel transformador en la evolución del baño hotelero, convirtiendo lo que antes era un espacio meramente funcional en una auténtica experiencia sensorial y personalizada. “Los huéspedes actuales buscan confort, sostenibilidad y facilidad de uso, y es precisamente aquí donde la tecnología marca la diferencia”, explican desde ramonsoler. A lo que desde Grupo Presto Ibérica añaden que la tecnología transforma el baño en un espacio más inteligente, eficiente e higiénico. “Soluciones como griferías, inodoros y dispensadores touchless mejoran la experiencia y la percepción de limpieza. Sistemas de control de temperatura en suelos o duchas, iluminación regulable y espejos inteligentes permiten adaptar el entorno a cada usuario. Además, la gestión centralizada desde apps ayuda a optimizar recursos energéticos y a modernizar la propuesta del hotel”. En

fiora

NEW SELENE
#CreatedToCreate



VER VIDEO



^ Foto: Bathco

este sentido, desde Kaldewei también comentan que los sistemas touchless reducen el contacto físico y mejoran la percepción de limpieza, mientras que el control inteligente de temperatura y luz permite personalizar la experiencia. Además, “las soluciones conectadas facilitan el mantenimiento y el control de consumos por parte del hotel. La clave es que esta tecnología se integre de forma intuitiva y no invasiva. Un baño inteligente también contribuye a los objetivos de sostenibilidad y optimización operativa”.

De igual manera, desde Standard Hidraulica – grifería clever aseguran que la tecnología desempeña un papel fundamental en la evolución del baño hotelero moderno, al convertirlo en un espacio inteligente, eficiente, higiénico y centrado en la experiencia del huésped. “No se trata solo de añadir dispositivos, sino de crear un entorno más cómodo, personalizado, sostenible y sorprendente. Sin entrar al detalle, estaríamos hablando de conceptos como control de temperatura y flujo de agua, automatización, iluminación ambiental y funcional, soluciones ‘touchless’, domótica, eficiencia energética y sostenibilidad”.

Está claro que, tal y como indica Pascal Guillén, director de Marketing de BOET, la tecnología permite ofrecer una experiencia más intuitiva, segura y eficiente. “Desde controles touchless que mejoran la higiene hasta sistemas de regulación de temperatura con bloqueo de seguridad, pasando por sensores de presencia y ahorro inteligente de agua”.

Por todo lo anterior, la tecnología en el equipamiento de baño es fundamental. “No solo para la experiencia del huésped (control digital de temperatura, iluminación cromática, audio integrado), sino también para la operación del hotel: sistemas

touchless por higiene y seguridad, y grifería inteligente para una gestión eficiente y cuantificable del consumo de agua”, define Toni Reyes, director comercial de Novellini Iberia.

Como hemos observado, a corto-medio plazo vamos a vivir una realidad cada vez más tecnológica, “tanto en los baños como fuera de ellos y será habitual -no excepcional como lo es ahora- que nuestra sola presencia o el acercamiento de nuestra mano a un sensor abra una puerta, suba la tapa del WC, descargue el agua de la cisterna del inodoro o active el agua de un grifo. También el uso del propio móvil para manejar elementos como el smart toilet del baño de una habitación de hotel, por ejemplo, está jugando un papel importante en la evolución de los baños”, determinan desde Geberit.

No obstante, la tecnología debe estar al servicio de las personas, no imponerse. “Los huéspedes buscan confort, no complicaciones. Los residuos electrónicos, los sistemas de control excesivamente complejos o los sensores automáticos que recuerdan a baños públicos no tienen cabida en una habitación de hotel. El cuarto de baño debe ser un espacio de retiro, no una selva de alta tecnología”, concluyen desde ADA Cosmetics.

^ Foto: Duplach



NEXT LEVEL UNLOCKED

16-18.02.2026 | IFEMA MADRID

HIP, LA GRAN CITA EUROPEA DE INNOVACIÓN Y TENDENCIAS HORECA

+60.000 Empresarios y directivos
79% Decisores de compra
+900 Firmas expositoras
10 Auditorios
+700 Expertos

CON 11 ÁREAS DE INNOVACIÓN:

DIGITAL WORLD
DESIGN & EXPERIENCE

SMART KITCHENS & EQUIPMENT
DEPENDENCIA Y SANIDAD
AUTOMATED FOODSERVICE

Coffee, Bakery & Gelato
Foodservice Solutions
HORECA WINE & SPIRITS

HEALTH & SAFETY
NEW CONCEPTS & FRANCHISES
DELIVERY & FOOD AS A SERVICE



UN HOTEL ACCESIBLE OFRECE BAÑOS CÓMODOS Y SEGUROS

Foto: Feliu Boet

Accesibilidad

Como hemos visto a lo largo del reportaje, en el sector hotelero, el diseño del baño va mucho más allá de la funcionalidad: es un elemento clave de la experiencia del huésped. Incorporar criterios de accesibilidad no solo garantiza seguridad y comodidad para personas con movilidad reducida o necesidades especiales, sino que también eleva la calidad del servicio y la percepción del establecimiento. Hoy, un baño pensado para distintos perfiles de cliente refleja atención al detalle, inclusión y modernidad, convirtiéndose en un factor diferenciador que puede marcar la diferencia en la satisfacción del huésped y en la reputación del hotel.

En una sociedad que envejece, “la accesibilidad se convierte en un requisito fundamental para una hotelería orientada al futuro. El confort no debe ser un privilegio. Los hoteles que ya hoy apuestan por baños funcionales y con pocas barreras aseguran mañana la fidelidad de un grupo objetivo en crecimiento, y demuestran al mismo tiempo responsabilidad social”, especifica May Aznar. “Los hoteles deben ser inclusivos, y eso empieza por el baño. Diseñar con accesibilidad no implica renunciar al diseño”, expone Ignasi Nuet. Y, en este punto, Gemma Borrachero detalla que un hotel inclusivo debe ofrecer baños adaptados sin renunciar al diseño. “Equipamientos accesibles, cómodos y visualmente integrados permiten atender a personas con movilidad reducida o mayores, sin estigmatizar el espacio”. “Es crucial y ha dejado de ser un nicho para convertirse en un estándar de diseño inclusivo y de calidad. Se traduce en soluciones como los platos de ducha a ras de suelo (sin barreras), asideros de seguridad integrados con el diseño y duchas abiertas”, determina Toni Reyes. Conceptos que también comparte Fernando Navas, quienes explican el uso de platos de ducha extraplano a ras de suelo o con rampas de accesibilidad, mamparas sin perfilera inferior y muebles de apertura frontal con guías autofreno permiten crear baños cómodos y seguros para personas mayores, con movilidad reducida o familias con niños. A lo que Álvaro García Pérez-Reus explica que incluir duchas a ras de suelo, griferías gerontológicas, barras de apoyo, lavabos e inodoros a la altura adecuada y espacios amplios garantiza el confort de personas con movilidad reducida, adultos mayores y familias. “Además de cumplir con normativas, esto refuerza el compromiso del hotel con la diversidad y amplía su atractivo para distintos públicos”.

En definitiva, “no se trata solo de cumplir normativa, sino de ofrecer un espacio cómodo y seguro para todos los perfiles de usuario. Un hotel accesible es un hotel más inclusivo y, por tanto, más competitivo”, determina Eduardo López.



RESUINSA: DE UN TALLER FAMILIAR EN VALENCIA A VESTIR HOTELES EN MÁS DE 140 PAÍSES

Resuinsa, la empresa valenciana que inició su trayectoria con unas máquinas de tejer en Montaverner (Valencia), está a punto de alcanzar medio siglo de historia marcada por la innovación, la tradición y la sostenibilidad



Fundada oficialmente en 1976, aunque con raíces empresariales que se remontan a 1926 a través del grupo al que pertenece (Resuinsa Group), la compañía se ha consolidado como referente global en el sector textil hostelero, exportando cerca del 45 % de su producción a más de 140 países en todo el mundo. Desde sus humildes orígenes, cuando Mateo Martí, tras años de aprendizaje en una tienda textil de Barcelona, decidió iniciar su propio proyecto trayendo consigo sus primeras máquinas de tejer, Resuinsa se ha especializado en la creación de textiles técnicos y duraderos, adaptados a las necesidades específicas de la hostelería, hospitales y residencias.

Ese espíritu emprendedor sigue marcando el ADN de la empresa. Félix Martí, actual director general y tercera generación familiar, recuerda: “Mi abuelo comenzó desde cero, con mucho esfuerzo y visión de futuro”. Desde que asumió la dirección en 1996, ha impulsado la evolución de la empresa, combinando la tradición artesanal con tecnologías punteras para ofrecer productos de máxima calidad y fiabilidad. Con sede central en Alboraya (Valencia), un centro logístico en Anna y presencia directa en América, África y Asia, Resuinsa cuenta con un equipo de cerca de 100 profesionales y ha cerrado 2024 con una facturación de 46 millones de euros, consolidando un crecimiento sostenido del 10 %. Estados Unidos, Panamá y varios países europeos se posicionan como sus mercados más destacados, reflejo de su solidez y proyección internacional.

EL SALTO INTERNACIONAL QUE LO CAMBIÓ TODO

Durante décadas, Resuinsa fue una empresa principalmente nacional, pero en el verano del año 2000 su rumbo cambió. Félix rememora: “Disfrutaba de un día de playa cuando recibí la llamada de una cadena hotelera con un pedido grande. Busqué un bolígrafo y una servilleta, y empecé a apuntar: miles de toallas, sábanas y más. Cuando pregunté dónde enviarlo, me sorprendió la respuesta: ‘A Puerto Colón, Panamá’”.



Sin experiencia en exportación, fabricaron y enviaron el pedido, aprendiendo a operar en Panamá, su primer mercado fuera de España. Esta experiencia fue el punto de partida de una estrategia internacional que hoy lleva Resuinsa a hoteles y resorts de todo el mundo.

INNOVACIÓN Y SOSTENIBILIDAD COMO PILARES

La expansión internacional de Resuinsa ha ido de la mano con una apuesta constante por la innovación tecnológica. Fue pionera en incorporar tecnología RFID para controlar la trazabilidad de sus textiles, una herramienta clave para que los hoteles gestionen mejor sus recursos, reduzcan pérdidas y minimicen el impacto ambiental, señala el director general. Además, la empresa impulsa proyectos de reciclaje textil, como el piloto desarrollado en Canarias para recuperar y reutilizar fibras provenientes de textiles hoteleros, avanzando hacia una economía circular en el sector.

MIRANDO AL FUTURO

Resuinsa avanza con paso firme hacia el futuro, apostando por una evolución del negocio alineada con sus valores. Entre sus nuevos proyectos destaca una línea dirigida al cliente final, pensada para trasladar al hogar el confort y el diseño de los mejores hoteles. Bajo el lema “Tu casa, tu hotel”, Resuinsa acerca su experiencia del sector profesional al entorno doméstico.

“El mayor reto está en superarnos cada día”, afirma Félix Martí. “No se trata solo de competir. Queremos seguir siendo fieles a lo que somos: una empresa familiar con vocación internacional, que innova con sentido y actúa con coherencia”

De cara a 2026, año en que la empresa celebrará su 50 aniversario y el grupo empresarial cumplirá un siglo, Resuinsa reafirma su compromiso con una hostelería de alto nivel, donde cada detalle importa. Desde sus raíces valencianas, continúa proyectando su saber hacer hacia un horizonte global.

www.resuinsa.com
resuinsa@resuinsa.com
963916805