

REPORTAJE

CARTELERÍA Y SEÑALÉTICA

GUÍA, ESTÉTICA Y EXPERIENCIA

En los hoteles hay detalles que pasan desapercibidos, pero marcan la diferencia en la experiencia del huésped. La cartelería, silenciosa y discreta, ha dejado de ser un simple recurso funcional: hoy orienta, comunica identidad y transmite valores.

> Foto: Freepik



En un hotel, hay elementos que pasan desapercibidos pero que definen la experiencia del huésped. La cartelería es uno de ellos: silenciosa, discreta, pero imprescindible. Tradicionalmente se concebía como un recurso funcional para orientar y cumplir normativa. Hoy, sin embargo, ha evolucionado hacia un lenguaje propio, capaz de transmitir identidad, valores y emociones.

En este sentido, la señalización hotelera no solo debe ser estética; debe cumplir rigurosas normas nacionales y europeas. Según Sergio Calatayud, CEO de Ficxa, “en el ámbito hotelero, la señalización debe cumplir una serie de normativas que garantizan la seguridad, la accesibilidad y la correcta orientación de los usuarios. Entre las más relevantes destacan el Real Decreto 485/1997 sobre señalización de seguridad y salud en el trabajo, la norma UNE 170002 de accesibilidad universal y la ISO 7010, que regula los símbolos de evacuación y emergencia a nivel europeo”.

Pero cumplir la normativa es solo el inicio. Hoy, un diseño responsable pasa también por la sostenibilidad y la narrativa del hotel. De este modo, Calatayud explica que “el uso de materiales reciclables, tintas ecológicas y procesos de producción responsables se está convirtiendo en una práctica habitual en el sector. En Ficxa seguimos esa línea, incorporando progresivamente soluciones más sostenibles y adaptadas a las nuevas exigencias medioambientales”.

Por otro lado, la señalización también puede incluso ser un vehículo de storytelling, tal y como explica el CEO de Ficxa,

“LA SEÑALIZACIÓN ES UNA OPORTUNIDAD DE CONTAR UNA HISTORIA SIN PALABRAS”

“la señalización es una oportunidad de contar una historia sin palabras”. En este aspecto, desde la empresa entienden cada proyecto como una extensión de la identidad visual y emocional del hotel: desde el primer cartel de bienvenida hasta los directorios o los elementos de orientación. “Cuando la señalética respira el mismo lenguaje gráfico, cromático y sensorial que el espacio, se convierte en parte de la experiencia del huésped”. Así, destaca que su papel es lograr que cada pieza comunique sin interrumpir, guiando de forma natural y coherente con el relato del hotel.



De este modo, un cartel o directorio no solo cumple su función orientativa: transmite identidad y refuerza la marca, haciendo que la experiencia del huésped sea más coherente y memorable. Por ejemplo, un hotel boutique puede integrar motivos culturales o detalles naturales en sus carteles, conectando la señalética con la narrativa del espacio y generando un impacto sensorial sutil pero efectivo.

Accesibilidad y percepción

La accesibilidad es un pilar del diseño responsable, no solo un requisito legal. Sergio Calatayud enfatiza cómo la accesibilidad no debe verse como un requisito, sino como una forma de respeto. Por ello, diseñan desde la empatía, utilizando contrastes adecuados, tipografías legibles, iconografía universal y elementos táctiles o en braille integrados con elegancia. “Buscamos que la inclusión sea invisible en el sentido estético, pero muy visible en la experiencia del usuario. El reto es lograr que cualquier persona, independientemente de sus capacidades, se sienta autónoma dentro del espacio”.

A esto se suma el efecto que la señalización tiene en la percepción general del huésped. “Una buena señalización no grita, pero se nota. Cuando está bien pensada, se integra en la arquitectura y el interiorismo, y contribuye a reforzar la



Diseño, calidad, innovación y sostenibilidad son los valores en los que, durante más de 30 años, se ha fundamentado la creación de nuestros equipos fitness. Todos los diseños de WATERROWER | NOHRD cuentan con un exquisito trabajo de artesanía artística que combina una hermosa estética con materiales de la mejor calidad y funcionalidad sin concesiones.





^ Foto: Freepik

sensación de orden, confort y profesionalidad. En el fondo, es una extensión silenciosa de la marca: transmite valores como la precisión, la hospitalidad o la sostenibilidad. La señalética influye directamente en la percepción del huésped, aunque no siempre sea consciente de ello.”

De este modo, la combinación de accesibilidad y diseño pensado con empatía permite que todos los huéspedes se sientan autónomos y cómodos dentro del hotel, mientras la señalética refuerza la percepción de profesionalidad y orden del establecimiento.

“LA ACCESIBILIDAD NO DEBE VERSE COMO UN REQUISITO, SINO COMO UNA FORMA DE RESPETO”

Señalización digital y física

Como en todos los sectores, la tecnología ha abierto nuevas posibilidades en la comunicación hotelera, pero no sustituye la señalización física; la complementa. En relación a esto, Sergio Calatayud comenta cómo la tecnología está transformando la forma en que los hoteles se comunican con sus huéspedes. Cada vez se ven más soluciones digitales -desde códigos QR hasta pantallas informativas o directorios interactivos- que facilitan la actualización de contenidos y aportan una experiencia más dinámica. Aun así, “la señalización tradicional sigue siendo esencial para mantener la coherencia estética y funcional del espacio. Lo ideal es encontrar un equilibrio entre ambos mundos: el valor tangible y atemporal de la señalética física, y la flexibilidad que ofrece la tecnología”.

En este sentido, actualmente hay muchos hoteles que combinan directorios digitales que muestran mapas en tiempo real y horarios de servicios, códigos QR que permiten acceder a menús, eventos o información sobre el hotel, y pantallas interactivas que facilitan la orientación en tiempo real. Sin embargo, “la señalización física sigue siendo clave, ya que proporciona un referente constante y confiable para todos los huéspedes, incluso cuando la tecnología falla o no está disponible. Esta combinación permite ofrecer una experiencia más completa y personalizada, integrando lo tangible con lo digital”.

Materiales sostenibles e innovadores

La sostenibilidad y la innovación material se han convertido en piezas centrales del diseño de cartelería. “La sostenibilidad ya no es una opción, es una dirección hacia la que todo el sector está avanzando. Cada vez se utilizan más materiales reciclables, madera certificada o tintas ecológicas con bajo impacto ambiental”, analiza el CEO de Ficxa. Por ello, están incorporando progresivamente materiales y técnicas más sostenibles, adaptándonos a las nuevas exigencias de los clientes y del mercado. “El objetivo es claro: lograr soluciones duraderas, estéticamente cuidadas y respetuosas con el entorno”.

Entre los materiales más utilizados hoy destacan los bioplásticos biodegradables, la madera certificada FSC, la impresión 3D para piezas personalizadas y las tintas ecológicas a base de agua.



Estos materiales no solo cumplen funciones estéticas y de durabilidad, sino que también refuerzan la coherencia con la filosofía sostenible del hotel. Por ejemplo, un cartel de madera natural en un resort ecológico aporta calidez y autenticidad, mientras que el uso de bioplásticos reciclados en un hotel urbano transmite modernidad y responsabilidad ambiental.

En este punto, Sergio Calatayud añade que el equilibrio entre diseño y durabilidad se consigue desde la elección adecuada de materiales y acabados. Así, por ejemplo, en espacios como los hoteles, donde el tránsito es constante, es fundamental que la señalización mantenga su aspecto y funcionalidad con el paso del tiempo. “Por eso se priorizan materiales resistentes, fáciles de limpiar y con buena respuesta ante la humedad o la luz solar”.

Señalización que refleja valores y cultura

Más allá de guiar, la señalización comunica los valores y la identidad cultural del hotel. En este sentido, para Sergio Calatayud, “la señalización puede ser una herramienta muy eficaz para comunicar los valores del establecimiento. A través de los materiales, los mensajes o incluso el diseño, es posible reflejar el compromiso del hotel con el entorno o con su identidad cultural. Cada vez es más habitual ver proyectos que integran referencias locales, materiales naturales o mensajes de concienciación ambiental”.

Esto significa que cada cartel, directorio o señal no es únicamente funcional, sino que puede narrar la historia del lugar y reforzar la filosofía del hotel. Por ejemplo, un establecimiento ubicado en una región con tradición artesanal puede incorporar patrones, texturas o materiales autóctonos en su señalética, creando un vínculo directo con la cultura local. De manera similar, un hotel comprometido con la sostenibilidad puede utilizar madera certificada, bioplásticos reciclables o

tintas ecológicas en sus carteles, transmitiendo valores ambientales de forma tangible y elegante.

La señalización también puede apoyar iniciativas educativas o de concienciación. Por ejemplo, mensajes discretos que inviten a los huéspedes a reducir el consumo de agua o energía, o a valorar la fauna y flora locales, pueden integrarse de manera estética en los elementos gráficos del hotel, reforzando la narrativa de sostenibilidad sin interrumpir la experiencia visual.





Foto: Freepik

Gracias a todas estas iniciativas, la cartelería deja de ser un mero recurso funcional y se convierte en un embajador de la filosofía y el carácter del hotel, integrándose con la arquitectura, complementando la decoración y reforzando la experiencia sensorial del huésped.

El futuro

Mirando hacia adelante, Sergio Calatayud imagina una señalética más intuitiva, emocional y respetuosa con el entorno. “La señalización del futuro será, probablemente, una combinación de todo ello. Más integrada en el espacio, más intuitiva y más respetuosa con el entorno. La tecnología jugará un papel importante, pero sin restar protagonismo al diseño ni a la experiencia humana. Cada vez veremos más proyectos que apuestan por sostenibilidad, la personalización y la conexión emocional con el huésped”. Así, desde Ficxa creen que el futuro pasa por una señalética que oriente con elegancia, emociones sin imponerse y forme parte natural del ambiente del hotel.

En este aspecto, la señalización del futuro combinará elementos físicos y digitales, materiales sostenibles y diseño inclusivo, integrándose de forma natural en la narrativa del hotel y ofreciendo al huésped una experiencia fluida y coherente.

Está claro que la señalización hotelera ha evolucionado de un recurso funcional a un instrumento estratégico de comunicación y experiencia. Combina normativa, accesibilidad, sostenibilidad, tecnología, estética y valores del hotel, generando un impacto sutil pero decisivo en la percepción del huésped.

Como resume Sergio Calatayud, “la señalética no solo orienta, también puede conectar emocionalmente con el huésped y reforzar la filosofía del lugar de forma sutil y coherente”.

Hoy, un buen cartel no solo indica el camino: cuenta una historia, transmite valores y se integra en la experiencia del huésped, haciendo que cada paso dentro del hotel sea intuitivo, agradable y memorable.

“LA SEÑALÉTICA
NO SOLO ORIENTA,
TAMBIÉN PUEDE
CONECTAR
EMOCIONALMENTE
CON EL HUÉSPED”

NEXT LEVEL UNLOCKED

16-18.02.2026 | IFEMA MADRID

HIP, LA GRAN CITA EUROPEA DE INNOVACIÓN Y TENDENCIAS HORECA

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