

PROYECTO HOTELERO

NH COLLECTION PALACIO DE CÓRDOBA

UN DISEÑO QUE HABITA

La transformación del NH Collection Palacio de Córdoba trasciende la idea de reforma para convertirse en un ejercicio de identidad y emoción. Bajo la dirección de Paolo Mauri, el proyecto reinterpreta un palacete histórico desde la escucha y la observación, devolviendo a sus patios y a la esencia de la ciudad el protagonismo perdido. El resultado es un hotel que no se limita a alojar, sino que invita a experimentar Córdoba desde dentro.

Fotos: Craus Fotografía





Foto: NH Collection
Hotels & Resorts

El NH Collection Palacio de Córdoba no es el resultado de una simple reforma, sino de una toma de posición clara frente a lo que hoy debe ser la experiencia hotelera: un lugar capaz de emocionar, de generar vínculo y de permanecer en la memoria del huésped. Esa fue, desde el inicio, la premisa del encargo que la propiedad, Hoteles Amistad, trasladó a Paolo Mauri, responsable del interiorismo y de la dirección artística del proyecto. El punto de partida no era menor: transformar un establecimiento que en su etapa anterior se percibía como frío, urbanita y genérico en un hotel capaz de expresar, de forma auténtica, la identidad de Córdoba.

El edificio sobre el que se interviene añade complejidad y, al mismo tiempo, profundidad al proyecto. Se trata de un palacete histórico protegido como Patrimonio Cultural, resultado de la unión de tres casas nobles de los siglos XVII y XVIII, organizadas en torno a cuatro patios y asentadas en parte sobre un tramo conservado de la antigua muralla de la ciudad. Un conjunto donde conviven distintas capas históricas, desde la domus romana hasta la residencia nobiliaria barroca, pasando por el palacio renacentista, que exigía una aproximación especialmente cuidadosa. Frente a este contexto, se plantea una metodología que parte de la observación directa, alejándose de soluciones preconcebidas.

Antes de dibujar una sola línea, el diseñador se traslada durante una semana a Córdoba con un objetivo claro: comprender la ciudad desde dentro. Recorre patios privados, se adentra en talleres artesanos, visita galerías y analiza fachadas,

materiales y atmósferas. No busca referencias evidentes, sino matices: las gamas cromáticas del enladrado, las tonalidades de la madera y la piedra, los patrones arquitectónicos, la relación entre luz y sombra. De ese proceso surge uno de los elementos clave del proyecto, el Cordobán, la técnica tradicional de trabajo de la piel que se convierte en un hilo conductor conceptual y matérico. Su textura se reinterpreta de forma sutil en los cabeceros de las habitaciones, mientras que el color caldero, tan presente en el paisaje urbano cordobés, se traslada a las paredes pintadas a mano, reforzando el vínculo con el entorno.

Este ejercicio de inmersión se traduce en una idea central: cada decisión del proyecto debe tener un referente real en la ciudad. No se trata de incorporar elementos decorativos reconocibles, sino de construir una experiencia coherente que conecte con el lugar desde lo sensorial. Bajo esta premisa nace el concepto “Al Patios”, elegido para dar nombre al proyecto. La partícula árabe “al” remite a los orígenes culturales e históricos de Córdoba, mientras que “patios” señala el elemento estructural de la arquitectura doméstica andaluza. El patio no es aquí un recurso estético, sino el núcleo organizador de la vida y, por extensión, del hotel.

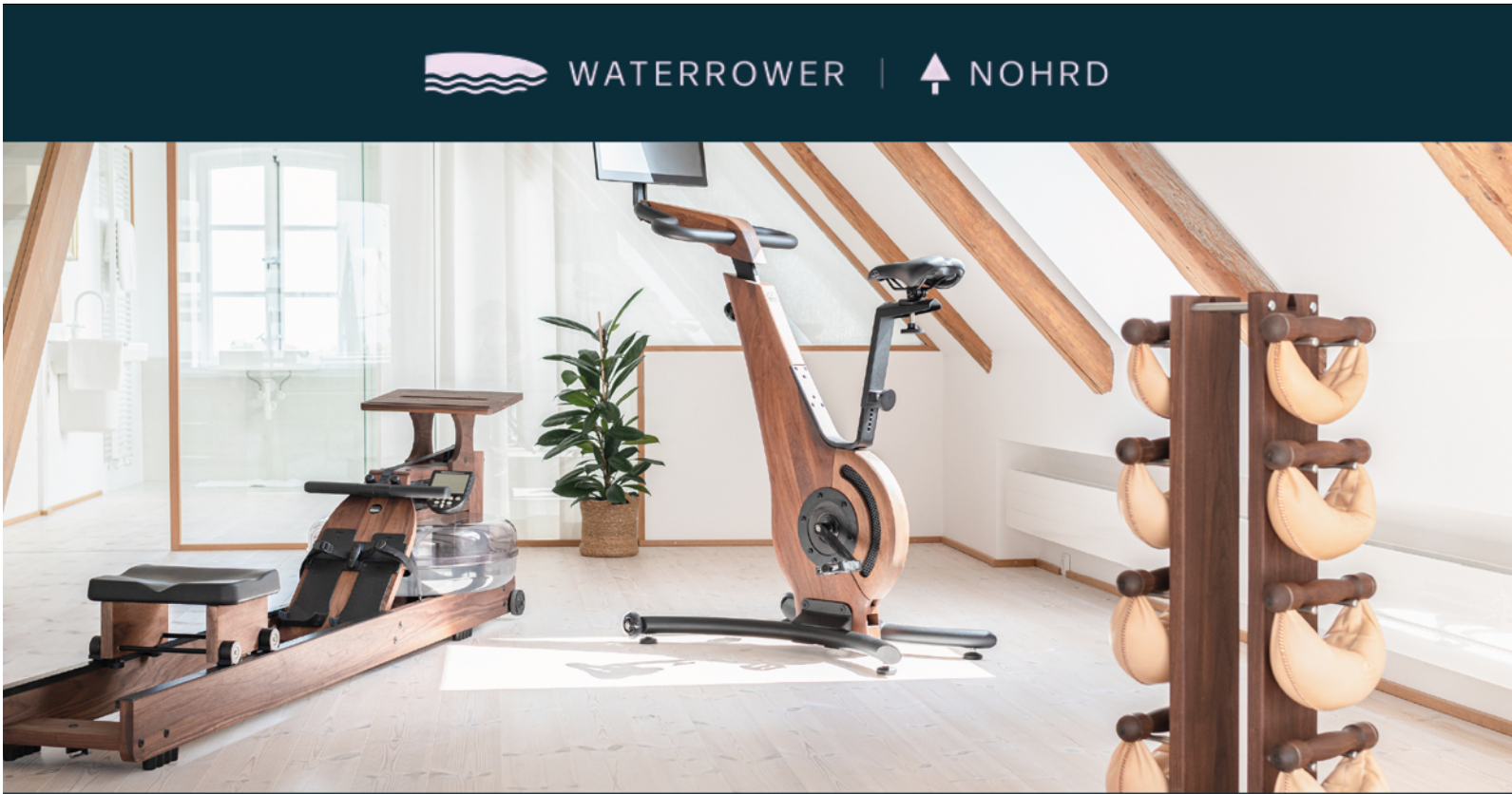
En su estado previo, los patios del edificio habían quedado relegados a un papel secundario frente a los espacios interiores. El proyecto invierte esta lógica y los devuelve al centro de la experiencia. A partir de ahí se reorganizan recorridos, usos y atmósferas. El hotel se articula en torno a cinco patios: cua-

tro forman parte de la estructura original -el Patio de Petra, el Patio Mudéjar con su claustro de arcos de ladrillo del siglo XVI, el Patio del Compás vinculado al acceso desde la Plaza de Maimónides y el patio de la piscina, que no ha sido intervenido-, mientras que el quinto surge de la reinterpretación del antiguo salón de desayunos como patio cubierto. A esta estructura se suma un elemento adicional, no construido en origen, pero fundamental en el relato: un patio efímero que aparece en el vestíbulo.

Por otra parte, la reorganización del acceso al hotel fue una de las decisiones más relevantes del proyecto. La entrada anterior, poco visible y funcionalmente inadecuada para un establecimiento de cinco estrellas, obligaba al huésped a atravesar uno de los patios y ascender por unas escaleras hasta la recepción. La solución se encontró en la reconfiguración de los espacios existentes: los salones de reuniones, sobredimensionados para la demanda actual, ocupaban el edificio que da directamente a la plaza y disponían de un acceso a nivel de calle que no se utilizaba. Reducir estos espacios de cuatro a dos permitió liberar superficie y habilitar una nueva entrada principal.

El traslado de la recepción a este nuevo emplazamiento generó, sin embargo, un condicionante importante: la presencia

UN LUGAR CAPAZ DE EMOCIONAR, DE GENERAR VÍNCULO Y DE PERMANECER EN LA MEMORIA DEL HUÉSPED



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.



PROYECTO HOTELERO_ NH Collection Palacio de Córdoba

de dos pilares estructurales en el centro del futuro vestíbulo. Lejos de entenderlos como un obstáculo, Mauri los convierte en el elemento protagonista del espacio. La solución adopta la forma de un árbol escultórico que los envuelve y los integra, generando una experiencia de llegada inesperada. El vestíbulo se transforma así en un patio imaginario, un espacio que no existía en la arquitectura original pero que refuerza el concepto narrativo del proyecto desde el primer momento.

Este mismo recurso se traslada al salón de desayunos, donde el antiguo patio cubierto se redefine mediante una estructura suspendida de paneles acústicos de fieltro que evoca el movimiento de las hojas de un árbol. No se trata únicamente de una solución técnica para mejorar la acústica, sino de una operación que introduce una dimensión atmosférica coherente con el conjunto. La referencia vegetal, la sensación de exterior contenido y la luz filtrada construyen un lenguaje que se repite a distintas escalas y que contribuye a reforzar la identidad del hotel.

Además, el interiorismo se completa con 89 habitaciones, entre ellas doce junior suites y cinco suites, en las que se mantiene una línea estética basada en la sobriedad, la calidad material y la coherencia cromática. Cada elemento ha sido pensado para remitir, de forma directa o sutil, a la cultura local, evitando caer en una interpretación literal o decorativa. Las suites con vistas a la Mezquita-Catedral, a la muralla o con patio privado representan los puntos culminantes de esta narrativa, ofreciendo al huésped una experiencia que conecta con la ciudad desde la intimidad del espacio.

El resultado final es un hotel que no se limita a reproducir su entorno, sino que lo incorpora y lo traduce en una experiencia contemporánea. Un proyecto donde la historia no actúa como un telón de fondo, sino como una materia activa que dialoga con el diseño. En este equilibrio entre pasado y presente reside gran parte de su valor. La coherencia entre la idea inicial y su materialización ha sido una de las mayores satisfacciones del proceso, evidenciando la solidez de un enfoque basado en la escucha, la observación y la construcción de un relato.

Gracias a esta intervención, el NH Collection Palacio de Córdoba se posiciona como un ejemplo de cómo el interiorismo puede ir más allá de la estética para convertirse en una herramienta de interpretación del lugar. Un hotel en el que el huésped no solo se aloja, sino que establece una relación con la ciudad a través del espacio, los materiales y las sensaciones. Un ejercicio donde el diseño no impone, no replica, sino que habita.

Fotos: Craus Fotografía



SOLUCIONES DE VENTILACIÓN
ECOLOGY UNIT PARA COCINAS
PROFESIONALES

Garantizar un ambiente limpio y saludable representa una de las principales prioridades en las cocinas profesionales para ofrecer un servicio a la altura de las exigencias del sector y favorecer el confort y la seguridad del personal que trabaja en las cocinas.

Además, la creciente preocupación por la sostenibilidad implica cambios en todos los ámbitos, también en el sector culinario, donde asegurar un tratamiento eficaz del aire antes de su expulsión al exterior se convierte en un factor indispensable para reducir el impacto ambiental de las cocinas profesionales.

En este contexto, muchos chefs optan por métodos y soluciones que ayudan a proteger y cuidar el entorno mediante su actividad culinaria.

La empresa de fabricación de ventiladores industriales SODECA, en su apuesta por la sostenibilidad y la protección del medioambiente, desarrolla soluciones que contribuyen a un aire más limpio y un mayor confort y seguridad en las cocinas industriales. Sus soluciones de extracción con conjunto certificado F400 ECOLOGY UNIT son un ejemplo.

“Cocinar con aire limpio es cocinar mejor”

El prestigioso chef catalán Nandu Jubany, cuyo restaurante cuenta con una estrella Michelin, confía en las soluciones de SODECA para la ventilación de sus cocinas profesionales, consciente de la importancia de favorecer el bienestar en todos sus restaurantes, ya que, como él mismo afirma, “este impacta directamente en la calidad del servicio”.

En la actualidad, las cocinas industriales son un escenario ideal para la innovación, la eficiencia y el bienestar del personal. Por este motivo, resulta esencial que los profesionales del sector conozcan la importancia de garantizar un ambiente confortable y limpio en sus cocinas.



Nandu Jubany

Soluciones para
proteger el
medioambiente

Nandu
“Cocinar con aire limpio,
es cocinar mejor”

Tal y como explica el reconocido chef, “cocinar con aire limpio es cocinar mejor”, dado que la calidad del aire influye directamente en el bienestar de los trabajadores y, por consiguiente, también en el resultado final.

Seguridad y sostenibilidad con las soluciones Ecology Unit

Las soluciones ECOLOGY UNIT de SODECA integran ventilador y filtración avanzada en un único conjunto certificado F400. Estas unidades de ventilación permiten filtrar y tratar el aire antes de su expulsión al exterior, eliminando hasta el 95 % de humos, partículas grasas y olores, debido a la incorporación de filtros electrostáticos de alta eficiencia, que mejoran la calidad del aire expulsado, con el objetivo de reducir el impacto ambiental asociado a la actividad.

Estos equipos garantizan tanto la eficacia del tratamiento del aire como la evacuación segura de humos en caso de incendio. Su diseño como conjunto ensayado y certificado F400 aporta una solución fiable para responder a las exigencias actuales de protección frente al riesgo de incendio.

Además, estas soluciones para cocinas profesionales de SODECA, ofrecen menores costes operativos y una mayor vida útil del sistema, debido a la incorporación de una tapa de inspección para favorecer la limpieza y mantenimiento del equipo.

En un sector que está en constante evolución, como el culinario, reinventarse y apostar por soluciones que mejoren la calidad del aire y optimicen el rendimiento de las instalaciones es esencial para avanzar hacia entornos de trabajo más sostenibles y seguros.

Las soluciones ECOLOGY UNIT de SODECA responden a estos retos mediante una solución integral que combina ventilación, filtración avanzada y certificación F400, contribuyendo al bienestar del personal de cocina y a un funcionamiento más eficiente de las instalaciones.

ENTREVISTA

PAOLO MAURI

PAOLO MAURI INTERNI



^ Foto: NH Collection Hotels & Resorts

A lo largo de una trayectoria tan consolidada en el interiorismo hotelero, ¿cómo ha evolucionado la relación entre la identidad de una ciudad y el diseño de sus hoteles? ¿Busca el viajero actual algo diferente a lo que buscaba hace una década?

La ciudad, su entorno, su cultura, su historia, son inspiraciones fundamentales para encontrar el relato. A través del relato se transmite una experiencia, que es esencial para el viajero actual.

Cuando un estudio se enfrenta al reto de intervenir un edificio con siglos de historia, ¿cuál suele ser el punto de partida? ¿Se busca que el diseño contemporáneo se adapte al pasado o que dialogue con él en igualdad de condiciones?

El punto de partida, para mí, siempre es la escucha. Y en un edificio con siglos de historia, esa escucha tiene múltiples interlocutores: el propio edificio, evidentemente, pero también todas las partes involucradas en el proyecto. En este caso,

la propiedad del inmueble —Hoteles Amistad—, con sus necesidades de mejora del activo como patrimonio inmobiliario; la cadena hotelera, volcada a aspectos más operativos y experienciales; y mi compañero arquitecto Ignacio Taberner, encargado de la parte quizás menos glamurosa del proyecto —conservación patrimonial, cumplimiento normativo, consecución de la quinta estrella— pero absolutamente esencial.

Estas tres lógicas podrían haber ido en contra una de la otra. Y ahí está precisamente el reto. A mí los retos me motivan mucho, y la búsqueda de equilibrios aparentemente inalcanzables aún más. Podría haberme dejado llevar por excesos en cualquiera de las tres direcciones, pero escuchar antes de decidir ha sido clave. Paso a paso, he conseguido entregar a cada parte lo que buscaba.

En cuanto a su pregunta sobre si el diseño contemporáneo debe adaptarse al pasado o dialogar con él en igualdad de condiciones: yo diría que ninguna de las dos. El diseño debe habitar el edificio. No someterse a él ni imponerse sobre



él, sino encontrar el modo de hacer que historia y contemporaneidad se vuelvan inseparables. Cuando eso ocurre, el resultado habla por sí solo. Y la mayor satisfacción de este proyecto ha sido comprobar que todas las fotografías finales reflejan exactamente las infografías del proyecto inicial. Eso no sucede siempre.

El proyecto partía de un diagnóstico previo que definía al antiguo establecimiento como un espacio de carácter algo frío y genérico. ¿Cuáles son las claves del diseño interior para revertir esa percepción y lograr que un espacio se sienta profundamente conectado con su entorno?

El diagnóstico era claro: el hotel anterior tenía un carácter frío, urbanita, muy genérico. Y la propiedad y NH me pidieron exactamente lo contrario: un hotel profundamente conectado con su entorno, donde el viajero encontrara Córdoba en cada rincón. Pero para lograrlo, primero tenía que encontrarla yo.

Cuando me encargaron el proyecto, me trasladé una semana a Córdoba. Ya conocía la ciudad, pero desde el punto de vista del turista. Esta vez quería otra cosa: captar matices, sensaciones, atmósferas, emociones que solo se detectan cuando miras con otra mirada. Me metí en patios privados, talleres, galerías de arte, rincones. Capté texturas y gamas de colores de fachadas, tipos y tonalidades de maderas y piedras, patrones y diseños arquitectónicos icónicos. Y descubrí, entre otras cosas, a los artesanos locales que trabajan la piel de una manera única, una técnica llamada Cordobán. Decidí reproducirla de manera muy sutil en parte del cabecero de las habitaciones.



^ Fotos: Craus Fotografía

Esa es, para mí, la clave para revertir la frialdad de un espacio genérico: que cada material, cada acabado, cada elección cromática tenga un referente real en el lugar. No se trata de decorar con motivos locales ni de hacer turismo visual del patrimonio. Se trata de que el hotel no imite su entorno, sino que lo habite. Cuando un huésped no sabe exactamente por qué se siente en Córdoba y no en cualquier otro sitio, pero lo siente, el trabajo está bien hecho.

El concepto narrativo del proyecto gira en torno al lema “Al Patios”. ¿De qué manera la arquitectura tradicional andaluza y la herencia árabe de la ciudad articularon las decisiones estéticas de la reforma?

El patio es el núcleo y el corazón de la vitalidad de las casas andaluzas. Es el espacio que organiza la vida doméstica, que regula la luz, que conecta interior y exterior. Y en este





^ Foto: NH Collection Hotels & Resorts

hotel, que tiene cuatro patios originales más un patio cubierto, esa figura arquitectónica había quedado relegada a un papel muy secundario respecto al interior. Para mí, eso era el problema de fondo. No podía existir un renacimiento genuino del hotel sin devolver los patios al centro de su vida.

Por eso el proyecto se llama “Al Patios”. La partícula árabe al no es un recurso decorativo: nos recuerda los orígenes culturales e históricos de estos edificios, la herencia que está literalmente en los muros, en los arcos, en la geometría de los espacios. Córdoba es una ciudad donde esa estratificación histórica es tangible en cada rincón, y el hotel debía reflejarla.

Pero quería que ese concepto no quedara solo en los patios existentes. Cuando trasladamos la recepción y aparecieron dos pilares estructurales en el centro del nuevo vestíbulo, surgió la oportunidad de crear algo más: un árbol escultórico que los abraza e integra, generando la sensación de adentrarse en un patio efímero, de naturaleza e inspiración. Un patio que no existe en la arquitectura original pero que reitera ese protagonismo y extiende el concepto narrativo hasta el primer momento en que el huésped entra al hotel.

En el salón de desayunos se proyectó una estructura suspendida de paneles acústicos que emula las hojas de un árbol, creando un “quinto patio imaginario”. ¿Qué peso tiene la ilusión y la metáfora visual en la experiencia que vive el huésped?

Cada proyecto debe tener algo de magia y cautivar al huésped. A través de la metáfora y de la ilusión, se pueden conseguir emociones únicas, si las utilizamos con equilibrio generando en el huésped una sensación de sosiego.

En el salón de desayunos, la solución fue una estructura suspendida de paneles acústicos de fieltro que evoca el movimiento de las hojas de un árbol, que además soluciona magníficamente la insonorización de este espacio, otro dato que tuve que incorporar. No es un techo: es una copa. El huésped no desayuna en una sala de hotel; desayuna bajo un árbol, en un patio imaginario. Es el mismo gesto que el árbol escultórico del vestíbulo: la metáfora del patio se repite a distinta escala pero con el mismo propósito, que el huésped sienta que hay una idea detrás de cada decisión. Cuando eso ocurre, el hotel deja de ser un alojamiento y se convierte en una experiencia.

Trabajar sobre un conjunto de casas nobles del siglo XVIII protegido como Patrimonio Cultural implica restricciones severas. ¿Cómo se equilibra la rigidez de las normativas de conservación con la libertad creativa que exige un hotel de cinco estrellas?

Trabajar en un edificio protegido como Patrimonio Cultural significa que muchas decisiones no dependen solo de la visión creativa, sino de lo que la normativa permite. Y eso, lejos de ser un obstáculo, a veces te obliga a encontrar soluciones más interesantes que las que habrías tomado en libertad absoluta.



Chimeneas de diseño a leña. La única chimenea a leña móvil del mercado

Precisamos distribuidores



“EL DISEÑO DEBE
HABITAR EL EDIFICIO”

Foto: Craus Fotografía

Un ejemplo muy claro es el acceso al hotel. La secuencia anterior obligaba al huésped a entrar por uno de los patios y, a través de unas escaleras ubicadas al fondo, llegar a la recepción. Para un cinco estrellas era inviable. Además, el acceso quedaba semi oculto, retranqueado respecto a la Plaza de Maimónides. Había que resolverlo, pero respetando la estructura del edificio protegido.

La solución llegó de una coincidencia afortunada: los cuatro salones de reuniones se habían quedado sobredimensionados para la demanda actual del mercado cordobés, con cada vez más turistas y menos convenciones. Y por suerte, estaban ubicados en el edificio que da directamente a la plaza, a nivel de calle, con un acceso existente que permanecía inutilizado. La decisión fue reducir los salones de cuatro a dos y habilitar ese acceso como entrada principal.

Y entonces aparecieron dos pilares justo en el centro del futuro vestíbulo. Otro problema que se convirtió en oportunidad: surgió la idea del árbol escultórico, recordando el concepto de patios. Así que ahora el hotel tiene un patio más, efímero. Las restricciones, bien gestionadas, pueden ser el mejor estímulo creativo.

La redistribución de los accesos obligó a reubicar la recepción, dejando expuestos dos pilares estructurales que terminaron integrándose en un “árbol escultórico”. ¿Cómo se gestiona el diseño cuando un obstáculo arquitectónico insalvable debe transformarse en el gran protagonista de la bienvenida?

Gestionar un obstáculo arquitectónico insalvable y convertirlo en el gran protagonista de un espacio requiere, ante todo, tiempo. Hay que hacer un análisis profundo del contexto del proyecto. Revertir algo negativo en un “wow” es muy complejo y requiere muchos días de reflexión. Y hay que ser honesto: a veces la idea más brillante no es realizable. Hay que buscar el equilibrio entre estética, costes y sostenibilidad.

En este caso, cuando trasladamos la recepción al nuevo espacio y aparecieron dos pilares justo en el centro del futuro vestíbulo, la primera reacción es preguntarte cómo los resuelves. Pero después de esos días de reflexión, llegué a la conclusión contraria: no había que resolverlos, había que celebrarlos. Y ahí surgió la idea del árbol escultórico que los abraza e integra, recordando el concepto de patios que vertebra todo el proyecto.

El resultado es que esos dos pilares, que podrían haber sido el mayor problema del vestíbulo, se convirtieron en su elemento más singular. El huésped entra al hotel y lo

Zennio®

Diseño y control en equilibrio

Domótica **KNX** para integrar confort, eficiencia y estética en todo tipo de proyectos.



[+34] 916 507 031
comercial@zenniospain.com



primero que ve es un árbol. Un patio efímero. Que la bienvenida al hotel cuente ya todo lo que el proyecto quiere decir es, para mí, la mejor señal de que la solución era la correcta.

Al tratarse de la unión de tres edificios andaluces originalmente fragmentados, ¿qué estrategias de interiorismo se emplearon para garantizar una fluidez espacial y una coherencia estética en las 89 habitaciones y zonas comunes?

Gracias a la perfecta sintonía con mi compañero arquitecto Ignacio Taberner, responsable de la parte más técnica del proyecto, encajamos necesidades operativas, cumplimientos normativos, recorridos y comunicaciones entre espacios. De este modo he podido conseguir que cada espacio tenga su propia personalidad y al mismo tiempo esté perfectamente conectado con los demás, en todos los sentidos.

El diseño del hotel incorpora guiños explícitos a la artesanía local, como la técnica del Cordobán en los cabeceros o el color caldero pintado a mano. ¿Cómo se traslada el legado de los oficios tradicionales a los estándares de exigencia de una gran cadena internacional?

La artesanía es parte del legado de Cordoba. También reproducimos ánforas y piezas de barro para todas las hornacinas con un artesano local. Es este caso también hay que encontrar algo que permita mantener entre operatividad y gestión con la estética y el proyecto. No es una casualidad que en las habitaciones estándar, la pared pintada a mano es la del cabecero, que queda “protegida” por El, siendo una estructura que se arrima a la pared sin tocarla.

Teniendo en cuenta la dualidad de una formación milanesa combinada con una extensa trayectoria en España, ¿existe

una confluencia entre la sofisticación del diseño italiano y la calidez material de la cultura andaluza en este proyecto?

Acabo de realizar un workshop en la Universiada Politécnica de Milán a estudiantes de la carrera de Diseño de Interiores, poniéndole un ejercicio proyectual muy similar. El resultado ha sido espectacularmente sorprendente, porque antes de ponerse a trabajar se ha realizado un análisis muy a fondo del contexto histórico cultural y social del proyecto.

En Italia y sobre todo en Milán, se trabaja mucho toda la parte “previa”: somos menos pragmáticos que aquí, pero en cuanto a la búsqueda de las emociones y los mejores detalles que harán del proyecto algo único, lo hacemos muy bien, porque todo tiene una lógica y una respuesta, aunque no lo parezca.

El hotel ha renacido con una categoría de 5 estrellas. Desde el punto de vista del interiorismo actual, ¿qué elementos definen hoy el verdadero lujo hotelero? ¿Hacia dónde se inclina la balanza: hacia la opulencia material o hacia la autenticidad de la historia relatada?

El lujo hotelero de hoy es quizás una mezcla de relato y ostentación. Pero las nuevas generaciones buscan emocionarse y sentirse bien. Así que algo tiene que cambiar. Personalmente tengo muy claro donde se va a inclinar la balanza...

En la labor docente que se ejerce en instituciones como la Universidad Politécnica de Milán, ¿cómo se transmite a las nuevas generaciones la complejidad de un proyecto como el de Córdoba?

En la sociedad de la inmediatez y lo impulsivo en la que vivimos, ejercicios como el de Córdoba obligan a reflexionar y ser pausados. Y eso es precisamente lo que me encanta



Foto: NH Collection Hotels & Resorts



ROPA DE CAMA

En Royal Europe Textile ponemos a tu alcance un amplio catálogo de ropa de cama para hostelería, diseñado para ofrecer confort, calidad y durabilidad.



ROPA DE BAÑO

Textiles de baño de alta calidad, pensados para aportar suavidad, absorción y una excelente presentación.



ROPA DE MESA

Una amplia selección de mantelería y complementos para vestir la mesa con elegancia y personalidad.



TEXTILES PARA LAVANDERÍAS INDUSTRIALES

Soluciones textiles diseñadas para soportar un uso intensivo y responder a las exigencias de lavanderías profesionales.



UNIFORMIDAD

Diseño y fabricación de tejidos y prendas para uniformidad laboral, adaptados a la imagen y necesidades de cada empresa.



ROYAL EUROPE TEXTILE SL

“The Quality Textiles”



TEXTILES PARA HOSTELERÍA: CALIDAD Y CONFORT

Suministramos soluciones textiles de alta calidad para hoteles y establecimientos de hostelería, respaldados por más de dos décadas de experiencia y especialización en el sector. Cada colección está concebida para aportar confort, elegancia, funcionalidad y durabilidad, cuidando cada detalle para crear espacios que marcan la diferencia.

Amplia gama de productos para hostelería, restauración, sanidad, lavandería industrial, colectividades y moda.

Personalización, financiación a medida y amplio stock para responder a cada proyecto.

www.royaleuropetextile.com

C/ Josep Ros i Ros, 46B - Pol. Ind. La Clota - Sant Andreu de La Barca, Barcelona/Spain - CP: 08740
Telf.: (+34) 93.566.83.02 - Email: info@royaleuropetextile.com



^ Foto: Craus Fotografía

“LAS RESTRICCIONES, BIEN GESTIONADAS, PUEDEN SER EL MEJOR ESTÍMULO CREATIVO”

transmitir a mis alumnos, porque son conceptos que parecen en extinción.

Un proyecto como este no se resuelve en un día ni en una semana. Requiere análisis, escucha, días de reflexión antes de tomar una sola decisión. Cuando les cuento que en mi primer proyecto, el hotel Meliá Milano, la infografía la hizo un pintor, quedan absolutamente absortos. Y entiendo que se sorprendan: hoy la tecnología nos ayuda muchísimo. Pero la tecnología no sustituye el criterio. Se trata de saber a qué tecla hay que dar, y eso requiere o mucha experiencia o, por lo menos, paciencia.

Eso es lo que intento transmitir en la Universidad Politécnica de Milán: que la prisa es el peor enemigo del buen diseño. Que los obstáculos, bien gestionados, se convierten en oportunidades. Y que un proyecto que se ejecuta exactamente como fue concebido —como ha ocurrido en Córdoba— es el resultado de todo lo contrario a la inmediatez.

¿Cuál es la principal lección que deja este Palacio?

Que hay que saber escuchar antes de crear, leer el proyecto en su totalidad y no fiarnos de nuestro ego. Un proyecto como este ha sido un éxito gracias también a la participación activa de todos los actores involucrados: la propiedad con sus técnicos (Hoteles Amistad), el operador (Minor hoteles - Nh Collection), y los demás técnicos arquitecto (Ig-

nacio Taberner), los ingenieros y la constructora (Obras Impala). He compartido mi proyecto con ellos desde el minuto uno y hemos trabajado codo con codo desde ese momento asumiendo el reto de manera conjunta.

En mi curso de formación, la primera afirmación que hago es mi interpretación de un proyecto hotelero: “Un proyecto hotelero es un proyecto en el cual profesionales de diferentes especialidades técnicas tienen que alcanzar un objetivo común con el fin de satisfacer las necesidades estéticas, de funcionamiento, dotacionales y corporativas de quien lo pide”.

Tras la culminación de este proyecto en Córdoba, ¿qué aprendizajes conceptuales o metodológicos de la experiencia cordobesa son extrapolables al intervenir en sus próximos proyectos?

Los proyectos en los cuales estoy trabajando actualmente son 2 hoteles en Andorra, de la cadena Yomo hotels. En este caso el reto es realizar un proyecto que sea a la vez acogedor y propio del lugar y al mismo tiempo de diseño contemporáneo. Lo que es muy satisfactorio, en este caso, es que en uno de los dos hoteles ya realicé el proyecto hace 15 años...El cliente me ha vuelto a contactar y además me ha encargado otro hotel. Esto significa que se ha creado una conexión que va más allá de la relación cliente-profesional, y es precisamente lo que creo sea uno de los factores más importantes para el éxito de un proyecto.



Acoustic
Thermal
FR
Outdoor
Aquaclean

ORI
concept

Contract textile collection by **Destiny Decor**
an Aquaclean Group Company

