

DISEÑO DE SEÑALIZACIÓN Y CARTELERÍA

EL ARTE INVISIBLE DE GUIAR AL HUÉSPED

Más allá de los muebles de lujo o la decoración, el éxito de un hotel radica en algo tan sencillo como que cualquiera pueda orientarse sin esfuerzo. Una señalética bien planificada y una cartelería intuitiva son las claves para transformar los pasillos en paseos cómodos, adaptándose a las normativas de inclusión y a las nuevas herramientas digitales para mejorar la experiencia de viaje.



^ Foto: Freepik

Entrar en un gran hotel debería evocar desconexión, nunca desorientación. Sin embargo, en la era del interiorismo experiencial, existe un hilo invisible que separa el confort absoluto del caos operativo: la señalización. Tradicionalmente relegada a una necesidad de último minuto en las reformas, la cartelería se ha revelado hoy como el tejido conectivo de la hospitalidad moderna, impactando directamente en la fluidez de los recorridos y en la percepción de marca.

No se trata solo de indicar dónde están los ascensores o el spa; se trata de trazar una coreografía silenciosa. Como bien apunta Jon Ibarra, CEO de Puntodis: “La señalización es uno de los elementos más estratégicos de la experiencia hotelera y, a menudo, el más subestimado. Una señalética bien diseñada reduce la fricción en los recorridos del huésped, minimiza la necesidad de intervención del personal y refuerza la identidad de marca en cada punto de contacto”.

Cuando un rótulo se mimetiza con la arquitectura y la paleta cromática del espacio, la identidad del hotel se fortalece sin saturar al visitante. Pero el verdadero lujo es la autonomía.

ENTRAR EN UN GRAN HOTEL DEBERÍA EVOCAR DESCONEXIÓN, NUNCA DESORIENTACIÓN.



^ Foto: Puntodis

En palabras de Ibarra, el objetivo es “que el huésped sepa en todo momento dónde está, hacia dónde va y qué puede esperar, sin necesidad de preguntar”. Una señalética brillante es, en definitiva, aquella que no se nota porque funciona, liberando al personal de dar indicaciones repetitivas y permitiéndoles concentrarse en lo que mejor saben hacer: hospedar.

Integración y tendencias

Esta coreografía silenciosa y la liberación operativa del personal solo se vuelven memorables cuando la señalética deja

de ser un trámite de última hora y se transforma en un pilar del interiorismo estratégico. Cuando un proyecto arquitectónico triunfa, la señalización no se percibe como un parche funcional pegado a posteriori en la pared, sino como una extensión natural y fluida del propio espacio. El gran error histórico del sector ha sido fragmentar estos procesos creativos, olvidando que un hotel de vanguardia pierde su coherencia si sus texturas, maderas o mármoles no dialogan en perfecta armonía con los paneles que guían al huésped. En este sentido, desde la firma especializada Puntodis señalan: “La señalética no debería llegar al final de un proyecto, como un añadido. Cuando se integra desde las primeras fases del diseño arquitectónico e interiorista, el resultado es coherente: la tipografía, los materiales y los soportes dialogan con los acabados del espacio”. Trabajar bajo este enfoque colaborativo desde la fase de concepto permite realizar la validación normativa y la fabricación completamente a medida, logrando que cada rótulo sea un elemento nativo del entorno y no algo superpuesto.

Esta integración arquitectónica convive con corrientes estéticas globales donde la simplicidad y la claridad conceptual marcan la pauta del lujo contemporáneo. El minimalismo gobierna los establecimientos de gama alta a través de formas puras y paletas cromáticas reducidas que refuerzan la sofisticación de la marca, acompañadas de un lenguaje visual intuitivo. Sin embargo, la vanguardia estética está hoy profundamente ligada a la responsabilidad funcional y la inclusión. Según Jon Ibarra, “las tendencias actuales apuntan hacia la simplicidad y el contraste. El minimalismo predomina en hoteles de gama alta, con tipografías limpias y paletas reducidas que refuerzan la identidad de marca. A la vez, crece la demanda de iconografía universal e intuitiva, que funcione independientemente del idioma del huésped. Vemos también una mayor atención al contraste cromático: no solo como elección estética, sino porque la normativa de accesibilidad lo exige cada vez con más rigor en espacios de pública concurrencia. La buena noticia es que accesibilidad y buen diseño son perfectamente compatibles”.

El último gran salto evolutivo de esta disciplina se sitúa en la transición invisible entre los soportes físicos y el ecosistema interactivo a través de puntos de contacto inteligentes, como códigos QR sutilmente integrados en la cartelería que despliegan audio, vídeo o lectura fácil. La mayor innovación en este campo es la convergencia entre soportes tradicionales y soluciones inclusivas que mejoran la eficiencia operativa de los espacios comunes y de restauración. Como explican con detalle, “la gran innovación de estos años es la convergencia entre señalización física y soluciones digitales accesibles. Un ejemplo claro es Chef’s Voice, la carta digital audible que desarrollamos desde Puntodis especialmente para el sector de la hostelería: accesible para personas con discapacidad visual, disponible en 14 idiomas, con filtro de alérgenos y totalmente gestionable desde el móvil sin necesidad de conocimientos técnicos”.





LA SEÑALÉTICA NO DEBERÍA LLEGAR AL FINAL DE UN PROYECTO, COMO UN AÑADIDO.

De este modo, el reto actual para el sector hotelero radica en lograr que lo digital y lo físico convivan, siendo plenamente coherentes, accesibles y reconocibles al mismo tiempo bajo una misma identidad visual diferenciadora.

Clara, intuitiva y eficaz

Cruzar el vestíbulo de un resort laberíntico o de un hotel de negocios de varias plantas no debería requerir un mapa, sino intuición. En espacios hoteleros complejos, donde conviven centros de convenciones, múltiples restaurantes, spas subterráneos y torres de habitaciones, el diseño de interiores puede convertirse en un enemigo si no se apoya en una navegación fluida. Pensemos, por ejemplo, en esos pasillos infinitos donde las puertas de servicio se confunden con los accesos a las áreas comunes, o en los ascensores de doble embarque que desorientan al huésped nada más abrirse las puertas. Para evitar que la estancia comience con una dosis de estrés, la ingeniería de tránsito recurre a una fórmula matemática precisa.

Al analizar cómo se resuelven estos entornos críticos, desde la firma Puntodis condensan la estrategia en una

máxima infalible, “claridad, jerarquía y coherencia son los tres pilares. La claridad implica que el mensaje sea comprensible en menos de tres segundos; la jerarquía, que el huésped reciba primero la información más relevante; y la coherencia, que el sistema funcione como un lenguaje unificado en todo el establecimiento”.

Esta regla de los tres segundos es el verdadero termómetro del éxito en el interiorismo hotelero. Si un cliente que sale del gimnasio en albornoz tiene que detenerse a descifrar un pictograma vanguardista para encontrar los ascensores, el diseño ha fracasado. La jerarquía visual dicta que la información debe dosificarse: primero se indica la dirección hacia las grandes áreas (las plantas, el lobby...), y solo al aproximarse se detallan los servicios específicos.

Sin embargo, el secreto mejor guardado de los hoteles operativamente perfectos no es solo reaccionar, sino adelantarse al movimiento humano. Como bien añade Jon Ibarra, “a esto añadimos la anticipación: la señalización debe guiar al huésped antes de que tenga dudas, no responder cuando ya se ha perdido. Un sistema de señalización bien diseñado es invisible en el buen sentido: el huésped fluye

sin esfuerzo”. Es el arte de colocar el pictograma exacto justo en ese recodo del pasillo donde el cerebro duda de manera natural si girar a la izquierda o a la derecha; una coreografía espacial que transforma un plano complejo en un paseo intuitivo.

Accesible para todos

Un hotel verdaderamente exclusivo es aquel cuyas puertas y pasillos, están abiertos al mundo sin distinciones. En el diseño de interiores moderno, la belleza ya no se mide solo por la pureza de sus líneas o la nobleza de sus materiales, sino por su capacidad para acoger a cualquier persona. Imaginemos la frustración de un huésped con baja visión intentando descifrar el número de su habitación grabado con un sutil e imperceptible relieve metalizado sobre fondo gris, o a un viajero senior intentando orientarse en un entorno sin referencias táctiles. La hospitalidad que no es accesible, sencillamente, no es hospitalidad.

Hoy en día, este enfoque inclusivo ha dejado de ser una declaración de buenas intenciones para convertirse en un imperativo legal. Como recuerdan desde el equipo experto de

Puntodis, “la accesibilidad universal en la señalización hotelera ya no es opcional: la normativa española y europea exige braille, alto contraste, lectura fácil y pictogramas normalizados en determinados espacios. En Puntodis diseñamos, validamos y fabricamos señalización que cumple con estas exigencias”.

Integrar estos elementos normativos sin romper la magia del concepto estético es el gran triunfo de los hoteles con propósito. Un plano tactovisual en la recepción, por ejemplo, puede convertirse en una pieza escultórica que combina texturas de madera y altorrelieves geométricos elegantes. Lejos de ser una complicación técnica, el sector cuenta ya con herramientas directas para su implementación.

Al final del día, apostar por un espacio sin barreras no resta atractivo, sino que suma valor y empatía. Como concluye Jon Ibarra, “una señalética accesible no compromete la estética; amplía el público al que el hotel puede dar servicio con calidad y, cada vez más, es un factor diferencial en la elección del establecimiento”. Ofrecer una experiencia autónoma e inclusiva es, en definitiva, la mejor carta de presentación para un hotel eficiente y de vanguardia.