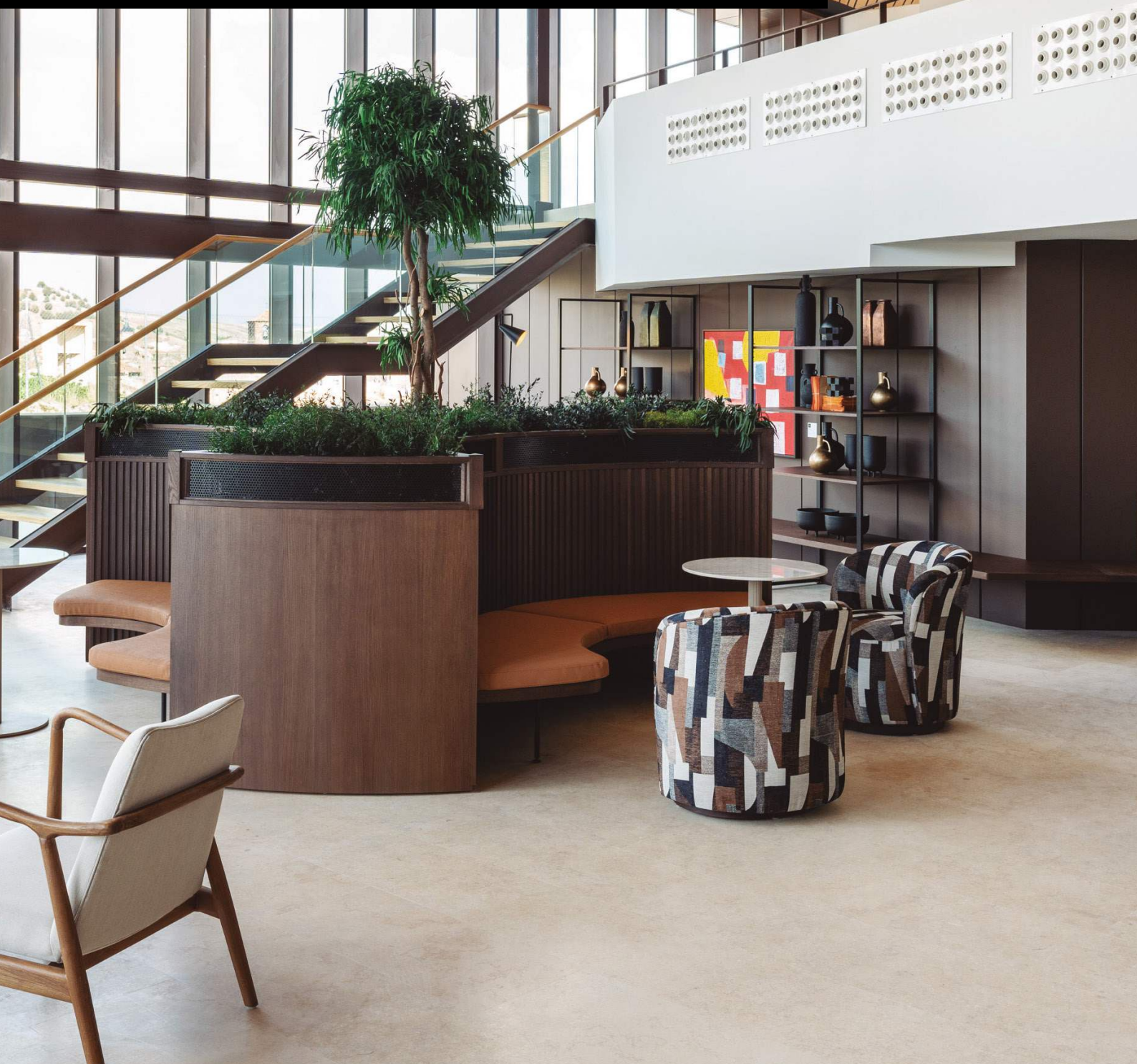


Nº 64

HOSTELPRO

REVISTA DEDICADA AL SECTOR HOTELERO Y DE LA RESTAURACIÓN

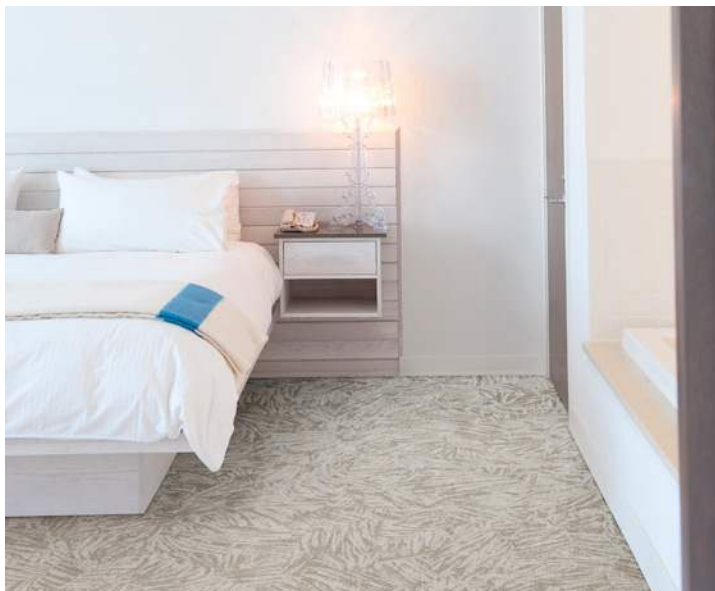


pro
ticias
das
editorial
ANIVERSARIO

ESPECIAL REHABILITACIÓN Y
REFORMA

PROYECTO HOTELERO
Parador de Molina de Aragón

REPORTAJES:
Soluciones y tendencias en equip. de baño
Pavimentos y Revestimientos
Sistemas de higiene y desinfección
Mobiliario funcional para hoteles



Pavimentos
de vinilo tejido
para hoteles

2tec2®
high tech flooring



APTO PARA MALETAS



FÁCIL MANTENIMIENTO



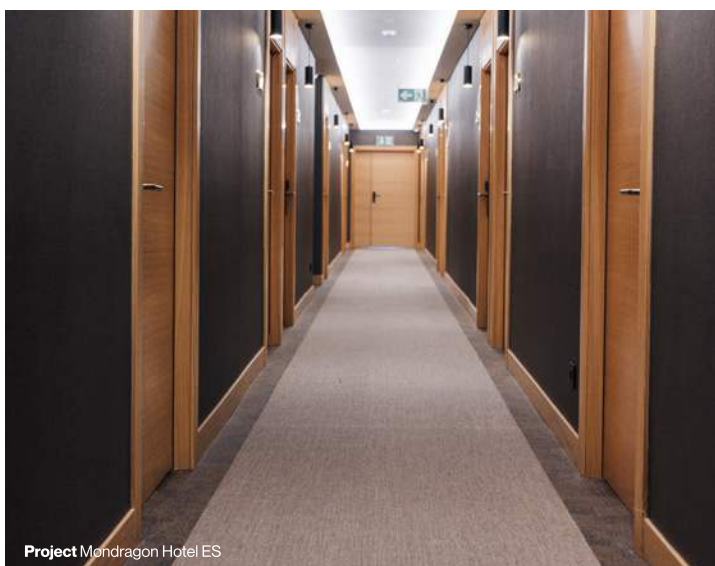
ACÚSTICO



DISEÑO



ZONIFICACIÓN



Project Mandragon Hotel ES



Project Riu Plaza Hotel ES



Versión digital

SUMARIO

STAFF

Editora / Directora:
Pilar Romero

Redactora:
Laura García

Administración:
Alicia Écija

Departamento Digital:
Andrea Sánchez e Iria Rey

Maquetación:
Aroa Magdaleno

Departamento Comercial:
Carmen Sánchez y
Paloma Elices

Soporte Informático:
Dimanet Informática

Impresión y Fotomecánica:
Advantia Comunicación
Gráfica, S.A.
Formación, 16 - Pol. Ind.
Los Olivos
28906 Getafe (Madrid)

Distribución:
A&D Publicidad Directa, S.A.
Depósito Legal: M-12454-2012
ISSN: 2254-2809
ISSN Digital: 2792-9736

Editorial Protiendas, S.L.U.
Avda. Juan Carlos I, nº 13 - 6º A
Edificio "Torre Garena"
28806 Alcalá de Henares
(Madrid)
Tel. 91 802 41 20
www.revistahostelpro.com
contacto@editorialprotiendas.es

P.V.P. del ejemplar: 15 euros



INTERIORISMO	04	Estudio b76
PROYECTO HOTELERO	10	Parador de Molina de Aragón
	16	Entrevista Alba Vila
REPORTAJES	22	Soluciones y tendencias en equipamiento de baño
	38	Pavimentos y Revestimientos
	52	Sistemas de higiene y desinfección
	60	Mobiliario funcional para hoteles
OTRAS SECCIONES	70	Soluciones del Canal Horeca
	74	Agenda

Portada: Parador de Molina de Aragón | Estudio: Cidon Interior Design & Contract



Revista Hostelpro
@rhostelpro



Hostelpro
@R_hostelpro



Revista Hostelpro
@Revista.Hostelpro



Hostelpro
@hostelpro

Prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos aparecidos en esta publicación sin previa autorización por escrito de Editorial Protiendas S.L.U. Las opiniones y artículos publicados son responsabilidad exclusiva del autor, sin que esta revista las comparta necesariamente.

CARLOS HERNÁNDEZ- CARRILLO

ESTUDIO B76

Con casi cinco décadas de trayectoria, Estudio b76 se ha consolidado como uno de los referentes en arquitectura e interiorismo hotelero en España. Su trabajo se caracteriza por una visión que combina respeto por la memoria del lugar, sensibilidad hacia el entorno y una profunda vocación innovadora. Carlos Hernández-Carrillo, arquitecto e interiorista del estudio, comparte cómo entienden la narrativa detrás de cada proyecto, el papel decisivo del interiorismo en la experiencia del huésped y los retos que plantea el futuro de la hotelería.



^ Foto: Carlos Hernández-Carrillo

✓ Foto: Interiorismo para habitaciones y recepción Hotel NH Collection Palacio de Tepa Madrid.





Foto: Hotel Pestana CR7 Gran Vía Madrid.

En la última década, lo que se ha producido es la consolidación del concepto boutique urbano, que en Madrid tuvo su primer exponente en nuestro, muy querido, HOTEL & LOUNGE ONLY YOU de la calle Barquillo y que, rápidamente, se extendió en la capital y poco a poco por otras capitales de España. Pero también, ha sido esta década espacio fértil para la experimentación de nuevas formas hoteleras en las que el concepto de servicios hoteleros se ha contagiado al espacio residencial privado y donde, a su vez, el espacio residencial y de trabajo ha permeado en los hoteles. En la próxima década veremos cómo los promotores y arquitectos convierten esto en realidades tangibles cada vez más frecuentes.

Desde su experiencia, ¿qué papel juega el interiorismo en la percepción global que tiene el huésped de un hotel?

Ha sido también en esta década en la que el interiorismo hotelero ha pasado de ser un complemento, que en las prioridades presupuestarias de los hoteles ocupaba uno de los

¿Cómo definiría la filosofía de trabajo de estudio b76 y cómo se traduce en los proyectos hoteleros que desarrollan?

Compromiso con nuestros clientes, diálogo para entender sus necesidades y dedicación para resolverlas, aprovechando nuestros casi 50 años de experiencia creando arquitectura, interiorismo y concepto hotelero.

¿Cómo ha cambiado la forma de diseñar hoteles en la última década? ¿Qué ha aprendido en ese camino?

La perspectiva respecto de la evolución hotelera de estudio b76 no es de una década, sino de cinco, prácticamente equivalente a la historia del desarrollo hotelero de España.

Hemos conocido y sido protagonistas de su nacimiento y evolución hasta nuestras fechas incluso conocemos su futuro ya que, en nuestros tableros, tenemos varias piezas del mismo.

Foto: Arquitectura interior, equipamiento y obra del Restaurante Hotel Vincci Soma Madrid.



✓ Foto: Centro de Convenciones Hotel NH Collection Eurobuilding Madrid.



✓ Foto: Hotel Ocean Drive Plaza de Isabel II Madrid.



✓ Foto: Gastrobar del Hotel Vincci Vía 66 Madrid.



DEVOLVER ESA VITALIDAD PERDIDA

últimos puestos, a convertirse en eje fundamental en las decisiones inversoras, entendiendo que el interiorismo es la piel que ve y toca el cliente y que, para las percepciones sensitivas de este, es la forma de captar el concepto hotelero que el promotor busca y que permite diferenciar su producto del de la competencia.

¿Qué elementos considera esenciales para que un hotel destaque desde el punto de vista arquitectónico e interiorista?

Desde estudio b76 siempre hemos buscado para los hoteles de nuestros clientes un alma que los personalice y convierta en únicos.

En la mayor parte de nuestros proyectos, partimos de edificios existentes cuyos usos anteriores, habitualmente, nada tuvieron que ver con el hotelero. Todos ellos ya tienen un alma, muchas veces dormida o moribunda, nuestra labor es casi sanitaria, tratamos de devolverles esa vitalidad perdida, tratamos de que nuevamente participen en la ciudad que los vió nacer.

Tal es el caso del PESTANA PLAZA MAYOR de Madrid o el nuevo hotel que estamos proyectando en la antigua sede de la Unión y el Fénix de Sevilla.

¿Cómo influye el entorno, la ciudad, el barrio, el paisaje..., en el diseño interior de un hotel?

La narrativa es elemento fundamental en la personalización e individualización del proyecto hotelero. Desde nuestra perspectiva esta narrativa debe ser culta y profunda. Desde el conocimiento de la historia del edificio y el entorno urbano en el que se ubica, sin olvidar la filosofía corporativa de la empresa que lo sustenta.

A veces el secreto está en los arquitectos o ingenieros que diseñaron el edificio originalmente, otras, está en la personalidad de la ciudad en la que se ubica, otras veces en el entorno urbano inmediato o en la tipología edificatoria, sus espacios, los materiales con los que está construido...

Huimos de los estereotipos, del gesto superficial o temático. el alma es profunda.



Conecta con viajeros de todo el mundo

El 66 % de los clientes* busca el logo antes de pagar.¹ Más de 378 millones de tarjetas operan con nuestra red.² Muestra estos logos y abre las puertas a clientes de cualquier parte del mundo.

Para más información o para solicitar tus pegatinas gratuitas, escanea este código:



Contacta con tu proveedor de pagos para asegurarte de que puedes aceptar Discover® Network y Diners Club International®.

*Clientes con tarjetas de Discover® Global Network residentes en Brasil, Corea del Sur, Croacia, Ecuador, Estados Unidos, India, Israel, Japón y Singapur que hayan viajado al extranjero en los últimos 36 meses.

1. Estudio realizado por C+R Research a 1356 clientes Discover, noviembre de 2023, por encargo de DFS Services LLC.

2. El total de tarjetas incluye tarjetas activas de Discover Network, DCI y redes asociadas. Datos facilitados por los miembros de la red y publicados por RBR Data Services en 2024.



CADA HOTEL DEBE TENER UN ALMA QUE LO HAGA ÚNICO Y LO CONECTE CON SU ENTORNO

¿Qué rol tiene la iluminación, la elección de materiales o la distribución de espacios en la funcionalidad y el confort de un hotel?

Una vez encontrada el alma del proyecto, este debe cumplir las funciones encomendadas con una sabia y cómoda distribución que no olvide las preexistencias de valor del inmueble en su caso, iluminación y materiales irán en paralelo al concepto y aportarán a los sentidos del cliente, vista, tacto, olor, las texturas y colores que conformarán la personalidad del hotel en el que se van a hospedar, un hotel único que no olvidarán, ni confundirán, con ningún otro.

¿Cómo se logra innovar en interiorismo hotelero sin caer en modas pasajeras?

El propio concepto de “moda” ya implica una limitación temporal pero, sin duda, con la profundidad conceptual de la que he hablado anteriormente, empleando para ello la cultura y

la historia, el concepto “moda” trasciende, y si bien siempre habrá elementos prescindibles, la esencia permanecerá en el tiempo y acabará formando parte de la cultura e historia del inmueble y de su entorno urbano, convirtiéndose, a su vez, en material sólido para una futura transformación en manos de un nuevo arquitecto o diseñador sensible.

¿Qué importancia tiene la sostenibilidad en sus proyectos, especialmente en contextos de rehabilitación hotelera?

La sostenibilidad, al contrario de lo que nos creemos, es un concepto tan antiguo como las cavernas, ¿qué hay más sostenible y de sentido común que la arquitectura vernácula? El entendimiento del entorno y la integración del producto hotelero en el mismo es clave para la sostenibilidad del proyecto y de la ciudad en la que se inserta.

Por lo demás, la tecnología, sabiamente empleada hará el resto en lo que a consumos y emisiones se refiere. La indus-



△ Foto: Hard Rock Hotel Ibiza.

tria hotelera a este respecto es modélica por la propia cuenta que le trae, la propia cuenta de explotación.

¿Qué opina sobre la tendencia de rehabilitar edificios históricos para convertirlos en hoteles? ¿Cuál es el mayor reto y la mayor recompensa de este tipo de proyectos?

En muchos casos la capacidad de un edificio a soportar diferentes usos a lo largo de la historia es lo que le permite sobrevivir al paso del tiempo, renovarse o morir.

Rehabilitar edificios históricos para adaptarlos al uso hotelero es, en muchos casos, la única vía para garantizar su sostenibilidad, pero en estos casos hay que ser conscientes de que no se puede imponer a edificio una tipología o concepto hotelero, el propio edificio nos va a pedir cuál es el que le convierte y el promotor y arquitecto deberán tener la suficiente cintura para adaptarse, igual que un traje debe tener las hechuras del cuerpo que va a vestir.

Mirando hacia el futuro, ¿cómo cree que evolucionará el diseño de hoteles en los próximos años?

Desde estudio b76 creemos firmemente que el diseño y la promoción hotelera evoluciona de forma expansiva en el te-

rritorio, poco a poco, ocupada en la España vaciada llena de historia, cultura, gastronomía y entornos naturales maravillosos. Del mismo modo, se fundirán los espacios hoteleros con los residenciales de trabajo y sanitarios para dar respuesta a necesidades latentes en nuestra sociedad.

✓ Foto: Hotel Pestana Plaza Mayor Madrid.



CONVA
Fabricando desde 1988



COLECCIÓN
PINO AUTOCLAVE

PROYECTO HOTELERO

PARADOR DE MOLINA DE ARAGÓN

UN NUEVO TEMPLO
DEL SILENCIO,
EL PAISAJE
Y EL BIENESTAR

El nuevo Parador de Molina de Aragón redefine la oferta hotelera en una de las zonas más singulares de Guadalajara. Diseñado por CIDON Interior Design & Contract, el proyecto apuesta por un interiorismo funcional, duradero y coherente con el entorno, que responde tanto a las expectativas del viajero contemporáneo como al carácter del territorio. Una intervención donde confort, estética y sostenibilidad conviven con naturalidad.



| Fotos: Parador de Molina de Aragón





^ Foto: Parador de Molina de Aragón



^ Foto: Parador de Molina de Aragón

En lo alto de la villa medieval de Molina de Aragón, entre murallas centenarias y una geografía de horizontes abiertos, emerge una nueva silueta que redefine el vínculo entre paisaje, arquitectura y hospitalidad. Se trata del nuevo Parador Nacional, una incorporación que no solo amplía la oferta turística de la comarca, sino que plantea un modelo de alojamiento contemporáneo enraizado en la identidad del territorio. Su diseño interior, desarrollado íntegramente por CIDON Interior Design & Contract, establece una conexión fluida entre el legado cultural del Señorío de Molina y las expectativas del viajero actual, con una propuesta estética que prioriza el confort, la coherencia narrativa y la sostenibilidad material.

El proyecto nace con vocación de permanencia. Desde la conceptualización inicial hasta la fabricación a medida de carpinterías, mobiliario e iluminación, el trabajo de CIDON se articula como una declaración de respeto hacia el entorno,

sin renunciar a una mirada contemporánea. El interiorismo no busca imponer una visión foránea, sino interpretar con sensibilidad los elementos esenciales del lugar: las sabinas en las llanuras, los tonos rojizos de la tierra, la austeridad de la arquitectura rural. Esta lectura del territorio se traduce en una paleta cromática que combina ocres, verdes apagados, grises pizarra y texturas orgánicas, matizadas por la calidez de la madera y los tejidos naturales.

La luz, como elemento arquitectónico, juega un papel fundamental en la experiencia del Parador. La arquitectura permite que la iluminación natural penetre en los espacios durante todo el día, mientras que, al anochecer, la iluminación artificial se convierte en un recurso emocional: cálida, indirecta, acompañada al ritmo del huésped. El resultado es una atmósfera serena, que narra sin estridencias y acoge sin imponerse, donde cada espacio fluye con naturalidad hacia el siguiente.

El Parador de Molina de Aragón alberga 24 habitaciones, entre ellas varias suites, todas diseñadas para ofrecer una experiencia de descanso integral. El equilibrio entre funcionalidad, estética y calidez se logra a través de suelos en madera natural, textiles en tonos piedra, detalles metálicos envejecidos y soluciones de almacenamiento integradas. Cada habitación actúa como un refugio silencioso, donde el interior dialoga con el paisaje exterior sin recurrir a la literalidad. Las vistas, cuidadosamente enmarcadas, se integran en el diseño como un componente más de la narrativa espacial.

CIDON ha desarrollado luminarias personalizadas, cabeceros tapizados, zonas de estar confortables y mobiliario que responde a las exigencias operativas de un establecimiento de alta ocupación, sin comprometer la identidad estética. El uso de materiales nobles y duraderos garantiza un envejecimiento digno, reforzando la sensación de autenticidad que define el proyecto.

Las zonas comunes representan un punto clave en la estrategia de diseño del Parador. El salón destinado a los clientes alojados funciona como un espacio de lectura, conversación y descanso, en el que conviven piezas históricas restauradas con mobiliario diseñado ex profeso. Tapizados en colores naturales, alfombras cálidas e iluminación envolvente refuerzan la atmósfera de recogimiento. En la planta superior, el altillo ha sido transformado en un espacio de coworking discreto y funcional, que responde a las nuevas formas de viajar y trabajar sin romper la armonía visual del conjunto.

“El interiorismo busca interpretar con sensibilidad los elementos esenciales del lugar”

ARCOS®

Albacete (Spain)

Since 1734



SERIE ECLIPSE

La esencia de lo único.

Made in Spain

arcos.com

INTERIORISMO QUE EMOCIONA SIN IMPONERSE

El espacio gastronómico del Parador, inspirado en la sobriedad de la tradición culinaria castellana, ha sido diseñado para ofrecer versatilidad y elegancia. Las maderas oscuras, las tapicerías discretas y una iluminación cuidadosamente modulada crean un ambiente que acompaña con naturalidad tanto desayunos pausados como cenas formales. El diseño permite una transición fluida entre diferentes usos, siempre manteniendo una estética sobria y coherente con el resto del edificio.

La cafetería, abierta también a visitantes externos, se concibe como un espacio versátil y luminoso. Su diseño apuesta por la calidez y la funcionalidad, combinando piezas nuevas con mobiliario recuperado, seleccionadas tanto por su resistencia como por su valor táctil y visual. La zonificación del espacio favorece distintos usos: rincones íntimos junto a los ventanales, bancadas que invitan a la conversación y zonas abiertas para un consumo informal. Las estanterías decorativas, las luminarias suspendidas y los acabados naturales aportan una personalidad propia que se integra con la narrativa global del Parador.

La terraza exterior, contigua al restaurante, extiende la experiencia gastronómica al aire libre en los meses templados. El mobiliario resistente a la intemperie, la vegetación autóctona y las vistas abiertas convierten este espacio en un escenario privilegiado para contemplar el paisaje o disfrutar de eventos al aire libre.

Además, los salones multiusos están pensados para acoger encuentros culturales, jornadas formativas o eventos institucionales. El diseño, neutro en lo cromático pero rico en matices materiales, permite una adaptación versátil a diferentes configuraciones sin perder identidad. La acústica controlada y el mobiliario funcional completan una propuesta pensada para la vida activa del edificio.

Incluso los pasillos, vestíbulos y zonas de distribución han sido tratados como parte integral de la experiencia. Las texturas murales, la moqueta, los detalles de señalética y los elementos artísticos contribuyen a crear un relato espacial fluido, donde cada transición ha sido cuidadosamente diseñada para mantener la coherencia sensorial.

Uno de los grandes activos del Parador es su zona wellness, concebida como un santuario de bienestar integrado en el entorno. Con vistas al exterior, el spa ofrece cabinas de masaje, zona húmeda, áreas de relax y una terraza desde la que prolongar la experiencia al aire libre. La selección de materiales refuerza la vocación de serenidad: piedras naturales, maderas tratadas, textiles suaves y una iluminación cálida que evita el artificio. Aquí, el bienestar se entiende como una experiencia consciente, que conecta al huésped consigo mismo y con el paisaje.

Todo el proyecto responde a una lógica de diseño sensorial y emocional, basada en la honestidad material y en el arraigo local. La selección de materiales no obedece únicamente a criterios técnicos, sino también a su capacidad para evocar una historia: la rugosidad de una piedra sin pulir, el peso de una manilla de metal, el reflejo atenuado de una luminaria. Cada decisión suma en la construcción de una atmósfera que no solo acoge, sino que emociona.



^ Foto: Parador de Molina de Aragón



AURORA

EL AROMA DE LA MAÑANA

Saeco Professional presenta Aurora, la nueva máquina superautomática del grano a taza.

Compacta y elegante, se adapta perfectamente a la oficina o al b&b. Aurora ha nacido para satisfacer las necesidades de quienes buscan alta calidad y simplicidad.

Es plug & play y, gracias a su innovadora tecnología y precisión, asegura resultados impecables garantizando una experiencia de sabor única y constante en cada taza.

Confía en Aurora para disfrutar de un café con el sabor de casa, dondequiera que estés.



ENTREVISTA

ALBA VILA

CIDON INTERIOR DESIGN & CONTRACT





^ Foto: Parador de Molina de Aragón

¿Cuál fue el mayor reto al enfrentarse al diseño interior de un edificio con tanta carga histórica y simbólica como el Parador de Molina de Aragón?

El mayor reto que nos encontramos fue tanto el propio edificio, que es de nueva construcción, como en el contexto en el que se inserta. Molina de Aragón tiene una enorme carga histórica, paisajística y cultural. La arquitectura, con su piel de acero corten y sus grandes ventanales que enmarcan el paisaje, ya establece un vínculo muy potente con el lugar. Nuestro trabajo fue lograr que el interiorismo reforzara ese diálogo sin competir ni desentonar, y que aportara calidez y confort desde una mirada contemporánea y respetuosa.

Crear un espacio atemporal, que no se impusiera, sino que dialogara con la arquitectura y con el territorio de manera sutil y coherente desde una mirada contemporánea.

El concepto del proyecto gira en torno a una reinterpretación poética del territorio. ¿Cómo se traduce esta poética en decisiones concretas de diseño y selección de materiales?

Todo parte del territorio. Molina de Aragón tiene una geografía muy característica, una paleta de colores y texturas muy marcadas.

Desde el principio, quisimos que el interiorismo recogiera esa esencia, no de forma literal, sino evocadora. Trabajamos con materiales como la piedra, la madera y los textiles naturales en tonos que remiten al paisaje de la zona con toques de color para crear contrastes y aportar personalidad e identidad.

Las formas son sencillas, orgánicas, buscando transmitir serenidad y respeto al entorno.

En un proyecto tan integral, desde el diseño conceptual hasta la fabricación del mobiliario, ¿cómo gestionaron la coherencia estética en todas las escalas del diseño?

La coherencia nace desde el concepto inicial y se cuida hasta el último detalle. La arquitectura, el entorno y el interiorismo están profundamente conectados. Diseñamos mobiliario a medida, elegimos cuidadosamente los materiales y controlamos la paleta cromática, que en su base recoge los matices

ATMÓSFERAS QUE EVOCAN EL TERRITORIO SIN RECURRIR A LO OBVIO

del paisaje y del acero corten del edificio. Los toques de color puntuales en textiles o elementos decorativos se introducen de forma estratégica, para aportar dinamismo sin romper la unidad estética.

¿Qué papel jugaron los artesanos y proveedores locales en el desarrollo del proyecto? ¿Se buscó conscientemente una producción de proximidad?

Totalmente. Para nosotros, la producción de proximidad no es solo una cuestión de sostenibilidad, sino de identidad. Involucramos a artesanos y talleres locales desde el inicio, porque son quienes mejor entienden los materiales y las técnicas tradicionales de la zona empleando un lenguaje contemporáneo. Esto no solo aporta autenticidad al proyecto, sino que genera un vínculo real con la comunidad.

Uno de los logros más destacados del interiorismo es su capacidad de generar atmósferas que dialogan con el paisaje. ¿Cómo lograron que el huésped sintiera esa conexión con el entorno sin recurrir a lo obvio?

Evitamos los tópicos y los recursos decorativos evidentes. La conexión con el paisaje la trabajamos a través de los materiales, los tonos, la luz y la escala de los espacios. Queríamos que el huésped sintiera el territorio de forma natural, casi sin darse cuenta, a través de los suelos de piedra, los textiles en tonos terrosos, las maderas cálidas... Todo remite al entorno sin necesidad de ser explícito.

El diseño del wellness y de las habitaciones sugiere una experiencia sensorial muy cuidada. ¿Qué importancia tiene el bienestar emocional y físico del usuario en sus proyectos?

En CIDON defendemos que el wellness no es simplemente la ausencia de molestias, sino una experiencia con sentido, que conecta al usuario con su entorno, consigo mismo y con una sensación de armonía integral. Por eso, el bienestar emocional y físico del huésped es un eje fundamental en todos nuestros proyectos.

En el Parador de Molina de Aragón, esto se traduce en un diseño que apela a lo sensorial desde la sutileza: materiales nobles, texturas cálidas, iluminación envolvente y una paleta cromática que dialoga con el paisaje. Cada elemento fue pensado para crear una atmósfera de refugio y serenidad, en la que el visitante no solo descanse, sino que sienta que ese descanso tiene sentido.

El diseño se convierte así en una herramienta para cuidar de las personas en un nivel más profundo. No buscamos solo funcionalidad o belleza, sino facilitar espacios que promuevan el equilibrio interior y una conexión más consciente con la experiencia del viaje.

¿Podrían contarnos más sobre la integración de piezas recuperadas e históricas en algunos espacios? ¿Cómo se seleccionaron y restauraron?

La integración de piezas recuperadas es un trabajo que hacemos de la mano con Paradores y la verdad nos encanta. No queríamos sobrecargar los espacios, pero sí que ciertos elementos aportaran memoria y autenticidad. Se realizó un trabajo de selección minucioso, para identificar piezas antiguas que tuvieran sentido dentro del nuevo discurso. La restauración se hizo con máximo respeto, manteniendo el carácter original y buscando que estas piezas convivan de forma natural con el diseño contemporáneo.



| Foto: Parador de Molina de Aragón



En 2026 será obligatorio por ley utilizar VeriFactu para notificar tus facturas a Hacienda.

Redforts lo ofrece integrado en su sistema.



Redforts se adapta a la necesidades de los hoteleros españoles:



Envío de Partes de Viajero automático



Subvención Kit Digital



Pasarela de pagos (Redsys)



VeriFactu y TicketBAI



Informes INE

Funcionalidades e Integraciones:

- Lector de documentos
- Check-in Online
- Revenue management
- Rate Shopper
- Desarrollamos tu Sitio Web



Nueva funcionalidad:
Mostradores de Recepción

+2500 usuarios en 25 países



Código Promocional
hostelpro25 10% off



Migramos tus reservas
a nuestro sistema



Soporte telefónico

CUENTA DE PRUEBA **GRATUITA** POR 30 DÍAS





^ Foto: Parador de Molina de Aragón

“Cada decisión suma en la construcción de una atmósfera que no solo acoge, sino que emociona”

El proyecto apuesta por materiales nobles y soluciones duraderas. ¿Cómo influye la sostenibilidad y la permanencia en su filosofía de diseño?

Es un principio fundamental en todos nuestros proyectos. Apostamos por materiales que envejecen bien, que no pasan de moda y que son respetuosos con el entorno. La sostenibilidad no es solo ecológica, también es cultural: usar materiales nobles, textiles ecológicos y reciclados, trabajar con artesanos locales, crear un interiorismo responsable que no solo se vea bonito al terminar, sino que siga funcionando y manteniendo su esencia con el paso del tiempo.

En las zonas comunes, como el restaurante o la cafetería, se percibe una gran versatilidad de uso sin perder identidad. ¿Cómo se aborda esta flexibilidad desde el interiorismo?

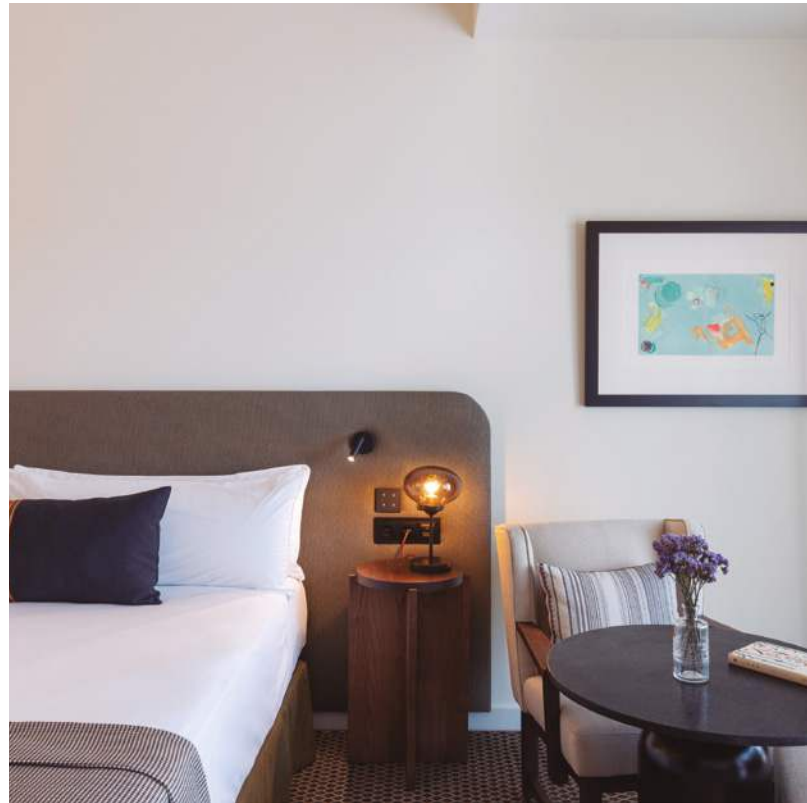
Diseñamos las zonas comunes pensando en su uso dinámico, en que puedan acoger distintos momentos del día y distintas actividades, pero siempre manteniendo un mismo lenguaje estético. La versatilidad se consigue a través de mobiliario flexible, una iluminación adaptable y una distribución cuidada.

Todo eso se hace sin romper el discurso estético, de modo que, sea cual sea el uso, el espacio sigue transmitiendo la misma identidad.

Después de finalizar un proyecto tan cargado de identidad como este, ¿qué aprendizajes se llevan para futuros encargos? ¿Ha cambiado en algo su forma de mirar el territorio o el diseño?

LA LUZ COMO RECURSO ARQUITECTÓNICO Y EMOCIONAL

Sin duda. Este proyecto nos ha reafirmado en la importancia de escuchar al lugar, de entender su identidad antes de proyectar. El diseño debe partir siempre del respeto al territorio y a su gente. Nos llevamos la certeza de que lo contemporáneo y lo tradicional no son opuestos, sino que se pueden complementar de forma natural, y que los materiales nobles y el trabajo bien hecho siempre trascienden las modas..



^ Foto: Parador de Molina de Aragón



WATERROWER



NOHRD



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.



+34 91 640 7004



info@waterrower.es



www.waterrower.es

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”.

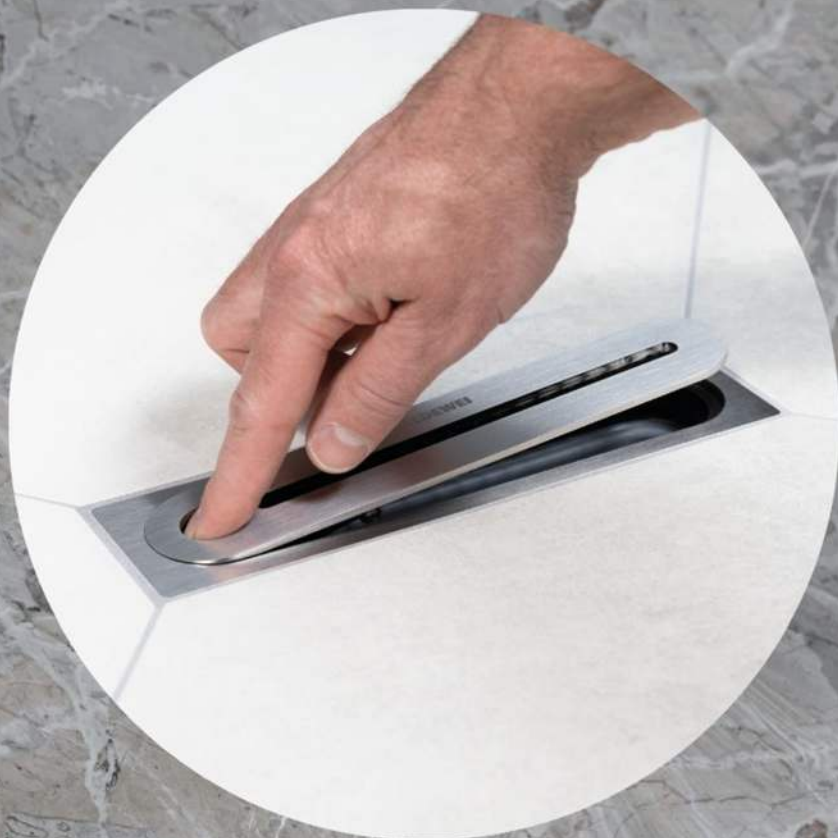
Con esta misma idea, Francesc Vila, CCO – Chief Commercial Officer de Standard Hidraulica – grifería clever, indica que el concepto de baño en el ámbito hotelero ha experimentado una transformación significativa, pasando de ser un espacio funcional y cerrado a convertirse en un elemento central de diseño, 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 porcelana, 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 Má-nager 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.**

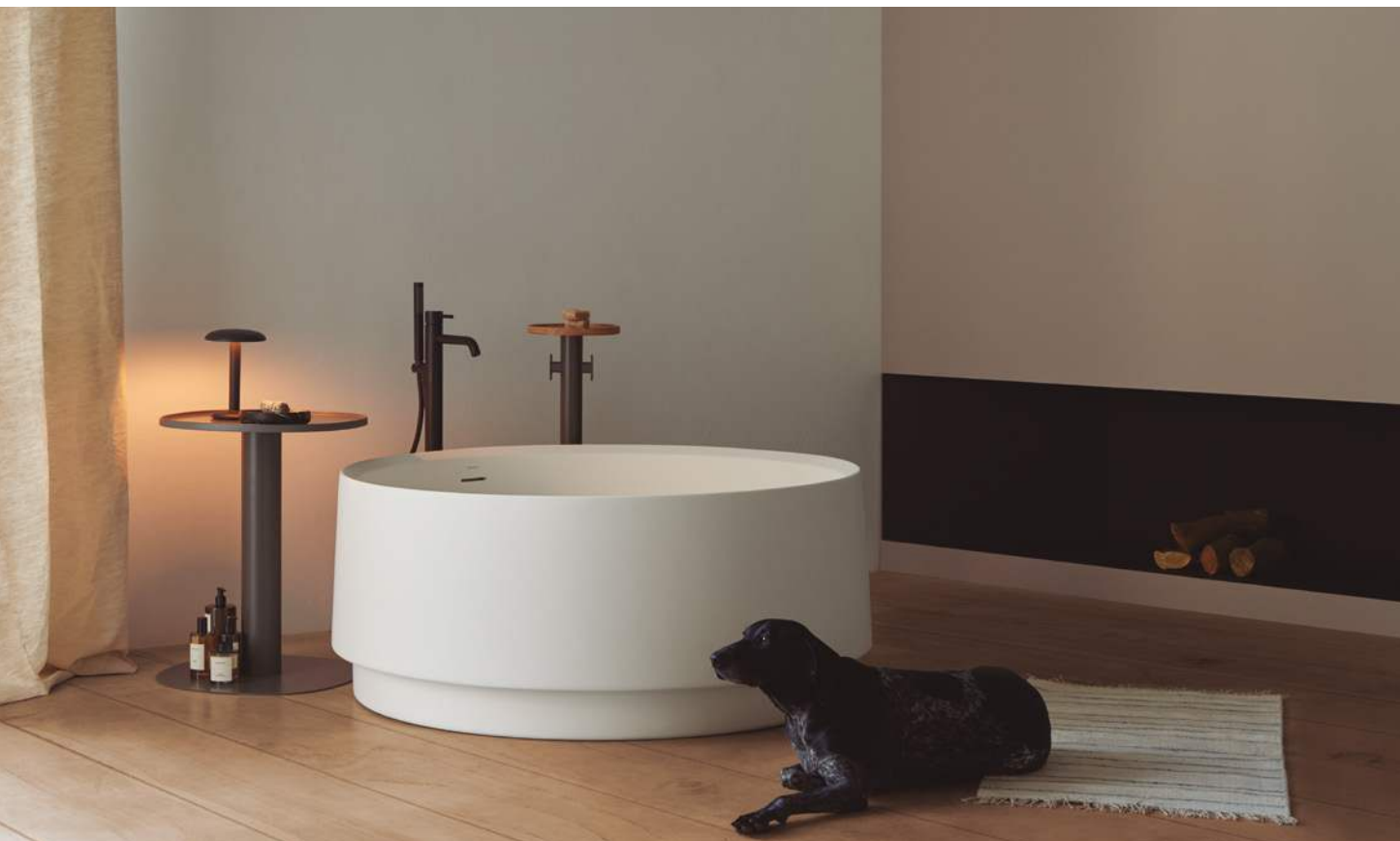
- Reducción del 95 % de residuos plásticos.
- Ahorros de costes del 30 % o más.
- Trazabilidad y cumplimiento total.

Visita ada-cosmetics.com/refillution

Putting beauty into travel.
Surprising, sustainable & safe.

ADA Hotelcosmetic S.L.U | Tel +34 93 344 32 54
info@es.ada-cosmetics.com | ada-cosmetics.com





^ 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

www.fiorabath.com



^ 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**



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 perfil 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.

UN HOTEL
ACCESIBLE OFRECE
BAÑOS CÓMODOS
Y SEGUROS

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.





REPORTAJE

PAVIMENTOS Y REVESTIMIENTOS

DISEÑO Y
FUNCIONALIDAD

La elección de materiales para suelos y paredes en hoteles va mucho más allá de la estética. Cada decisión afecta la durabilidad, seguridad, confort acústico y operatividad de los espacios, además de reflejar la identidad del establecimiento y mejorar la experiencia del huésped en habitaciones y zonas comunes.

< Foto: Gerflor

La elección de pavimentos y revestimientos en un hotel va mucho más allá de una cuestión estética: implica tomar decisiones estratégicas que impactan en la experiencia del huésped, la durabilidad de los espacios y la operatividad diaria del establecimiento. Estos materiales deben conjugar diseño y funcionalidad, adaptándose a las exigencias de cada zona -desde el lobby hasta las habitaciones o áreas de alto tránsito-, al mismo tiempo que transmiten la identidad de la marca hotelera.

En este sentido, en el sector hotelero, los pavimentos y revestimientos son mucho más que un elemento constructivo: son parte esencial de la experiencia del cliente. Por ello, Sara Guzmán, directora de Marketing de Hisbalit, detalla que, a la hora de elegirlos, es clave encontrar el equilibrio entre estética, durabilidad y funcionalidad. “La resistencia al tránsito, la facilidad de mantenimiento, la seguridad (especialmente en zonas húmedas o exteriores), y la integración con el concep-

to de diseño del hotel son criterios imprescindibles. Además, cada vez se valora más el uso de materiales artesanales y sostenibles que aporten textura, carácter y una personalidad única al espacio”.

Junto a esto, desde Alfombras VEOVEO, su CEO, Cristina Macía Candela explica que en la hotelería, el pavimento y los revestimientos cumplen una doble función: deben ser prácticos y resistentes, pero también formar parte del lenguaje estético del espacio. “Son superficies que hablan de la identidad del hotel y de la calidad de la experiencia que se desea ofrecer al huésped”. A la hora de elegir pavimentos y revestimientos para un hotel, lo fundamental es encontrar un equilibrio entre diseño y funcionalidad. El diseño es la primera impresión que tiene el cliente, refleja la identidad y valores de la marca, y es la base para crear ambientes que conecten emocionalmente con los huéspedes. Pero no podemos olvidar que estos materiales tienen que funcionar en el día a día: deben ser seguros, resistentes al desgaste, cómodos al pisar y ayudar a controlar el ruido. En definitiva, deben aportar belleza sin sacrificar durabilidad ni confort.

En este aspecto, José Manuel Suárez, director general de GERFLOR IBERIA, observa que es crucial que los materiales contribuyan a crear una experiencia estética coherente con la identidad del establecimiento, transmitiendo confort, elegancia y calidad en cada espacio, desde el lobby hasta las habitaciones y áreas comunes. Por otro lado, “la funcionalidad es indispensable: los revestimientos deben ser duraderos, fáciles de mantener, resistentes al desgaste, antideslizantes y con propiedades acústicas que favorezcan el confort de los huéspedes. Además, la instalación rápida y la sostenibilidad de los materiales son factores cada vez más valorados en el sector hotelero”.

CADA ESPACIO
REQUIERE UN
MATERIAL
ESPECÍFICO
SEGÚN SU USO

Foto: Porcelanosa



REVESTIMIENTOS LIGEROS

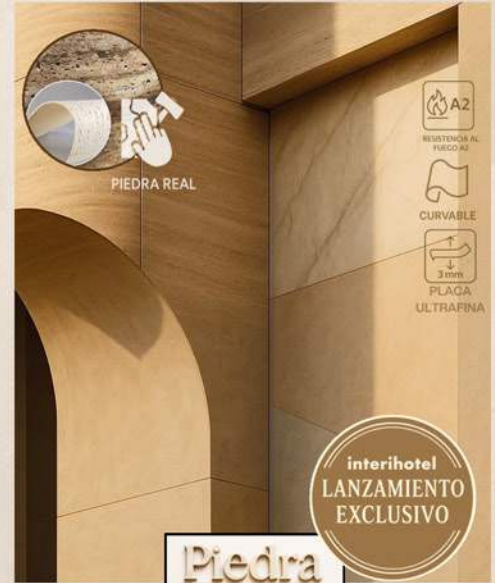
Soluciones ligeras, sin juntas, sin obra y con resultados de alto impacto



RV
RevestimientoVinilico.com
PREMIUM ARCHITECTURAL FILM



MIXART



**Piedra
Decor**

El único sistema autoadhesivo sin juntas visibles.
Formatos XXL para paredes, techos, muebles y
puertas sin obra y con resultado impecable.

La piedra líquida que transforma interiores y
exteriores. Aplicación directa sobre fachada,
paredes, techos, mobiliario y zonas húmedas.

La nueva revolución en placas decorativas: piedra
real en solo 3 mm, curvable, elegante y lista para
instalar. Piedra auténtica en formato ultrafino.

**LIGEREZA, ELEGANCIA Y RAPIDEZ:
EL NUEVO LENGUAJE DEL DISEÑO HOTELERO**



by Dysgroup
info@dysgroup.es
+34 918 01 83 30
+34 613 46 45 69
www.dysgroup.es

*¡Renueva facilmente
con Estilo y Durabilidad,
Innovación a su Alcance!*



interihotel
EXHIBITION, CONFERENCES & WORKSHOPS
INNOVATIONS & TRENDS AWARDS

BCN25
21. 22 & 23 Oct. FIRA BARCELONA - GRAN VIA

**STAND
A11**
PASILLO
PRINCIPAL

Foto: Gresmanc Group

De este modo, los factores clave que hay que tener en cuenta a la hora de elegir un pavimento o un revestimiento para un hotel:

Identidad: “imagen del hotel y el perfil público al que va dirigido. Indispensable para saber qué y cómo diseñar un proyecto”, analiza Silvia Telleria Ramsden, Gerente de BRIKTE.

Espacio: “la elección del pavimento debe adaptarse al lugar y al uso que se le va a dar. Por ejemplo, los pasillos y zonas de alto tráfico como la entrada requieren de materiales duraderos y resistentes al desgaste, mientras que los baños y spas pueden beneficiarse de opciones impermeables y antideslizantes”, describen desde BRIKTE.

Durabilidad y resistencia: “un buen pavimento para hoteles debe ser resistente al tráfico constante, al peso de muebles y equipos y a posibles derrames o manchas con el fin de garantizar una larga vida útil del suelo”, continúa exponiendo Silvia Telleria Ramsden.

Facilidad de limpieza y mantenimiento: “los hoteles necesitan suelos que sean fáciles de limpiar y mantener”, exponen desde BRIKTE. Algo que, tal y como indica Jacobo Arola Omedes, Iberian Marketing Coordinator de Forbo Pavimentos, es vital para garantizar higiene y eficiencia operativa, sobre todo en habitaciones, baños y cocinas.

Diseño: “el pavimento juega un papel importante en la imagen y el ambiente del hotel. Se debe elegir un material que se integre con la decoración y el estilo del establecimiento, contribuyendo a crear una atmósfera atractiva y acogedora”, define la gerente de BRIKTE.

Aislamiento acústico: “en hoteles, el confort acústico es clave. Los materiales deben minimizar el ruido, sobre todo en pisos de habitaciones y pasillos”, explican desde Forbo.

Confort y seguridad: “la comodidad de los huéspedes es primordial. Los suelos deben ser agradables al caminar, libres de sustancias tóxicas y antideslizantes para prevenir accidentes”, detalla Silvia Telleria Ramsden.

Comportamiento al fuego: “deben cumplir normas de seguridad contra incendios, especialmente en zonas comunes y salidas de emergencia”, añaden desde Forbo.



Presupuesto y rentabilidad: “deben de tener una buena relación calidad-precio y una larga vida útil”, explican desde BRIKTE.

Facilidad de instalación / reposición: Jacobo Arola Omedes considera que es ideal que el pavimento permita mantenimiento o cambio sin interrumpir operaciones por largo tiempo.

Con todo, se observa que la situación actual del sector de pavimentos y revestimientos en la industria hotelera ha experimentado cambios significativos en los últimos años. “La tendencia actual se inclina hacia la búsqueda de materiales duraderos, estéticamente atractivos y sostenibles que ofrezcan una experiencia única a los huéspedes”, explican desde EGGER. A lo que desde el Departamento de Hoteles y Resorts de Porcelanosa Grupo añaden que la elección de pavimentos y revestimientos en hoteles debe equilibrar criterios estéticos (formato, color, acabado...) que definen la identidad visual, con criterios técnicos obligatorios (resistencia, antideslizamiento, normativa...) según el uso del espacio. La durabilidad, seguridad y fácil mantenimiento son esenciales, especialmente en zonas de alto tránsito.

Todo lo que necesitas,
en un solo lugar

Habitat 360

Creemos en el poder del diseño para transformar los espacios que habitamos.

Te invitamos a unir tu talento a nuestra experiencia en un proceso colaborativo y apasionante para inspirar y crear el hábitat del futuro.

#connectingwood



Finsa

finsa.com

Descubre nuestras
novedades Tech & Design
2025-2029



Materiales y aplicaciones en distintas zonas

Cada espacio, sin duda, requiere de un pavimento y revestimiento específico. Así, por ejemplo, en zonas de alto tránsito como recepciones, pasillos o áreas comunes, “los pavimentos deben soportar un uso intensivo sin perder calidad estética ni confort”, definen desde Alfombras VEOVEO. Por ello, observa que se priorizan materiales que ofrezcan resistencia, durabilidad y, al mismo tiempo, contribuyan a la experiencia del huésped.

En su opinión, “las moquetas de alta densidad elaboradas en telar mecánico destacan por su gran capacidad de absorción acústica, su comodidad al caminar y su estabilidad visual a lo largo del tiempo. Estas cualidades permiten crear entornos acogedores, silenciosos y sofisticados, muy valorados en el sector hotelero”.

Junto a ellas, también se emplean otros materiales como los vinílicos o los porcelánicos, que aportan gran resistencia y facilidad de limpieza. Sin embargo, “cuando se busca añadir un plus de calidez, personalización y confort acústico, las alfombras y moquetas continúan siendo la opción más diferenciadora”, concreta. De igual manera, desde EGGER opinan que los pavimentos laminados siguen siendo el producto más solicitado en uso hotelero. “Más aun en los últimos tiempos cuando hemos implementado mejores características de resistencia a la humedad que permiten que sean instalados en baños y zonas con tráfico y mantenimiento intenso (restaurantes, salas de reunión, pasillos...)”.

✓ Foto: Glamora



LA ELECCIÓN DE MATERIALES IMPACTA EN DURABILIDAD Y OPERATIVIDAD

En este punto, desde Altro añaden también que los pavimentos vinílicos acústicos son la opción estrella para zonas de alto tránsito en hoteles, como recepciones y pasillos. “Esto es porque combinan perfectamente diseño y rendimiento: ofrecen una gran variedad de acabados que permiten adaptarlos a cualquier estilo, desde madera hasta texturas más modernas”. Pero, según explica, lo que realmente los hace ideales es su resistencia a golpes, arañazos y desgaste constante. Además, “su mantenimiento es sencillo, y su capacidad para absorber ruidos mejora la experiencia del huésped, reduciendo el sonido de pisadas, tacones o maletas”.

Por otro lado, desde Hisbalit concretan que las zonas comunes, como pasillos y recepciones, requieren materiales de alta resistencia al desgaste diario, que mantengan su apariencia con el paso del tiempo. “Materiales como el mosaico vítreo, que además permite crear composiciones personalizadas con gran impacto visual”.

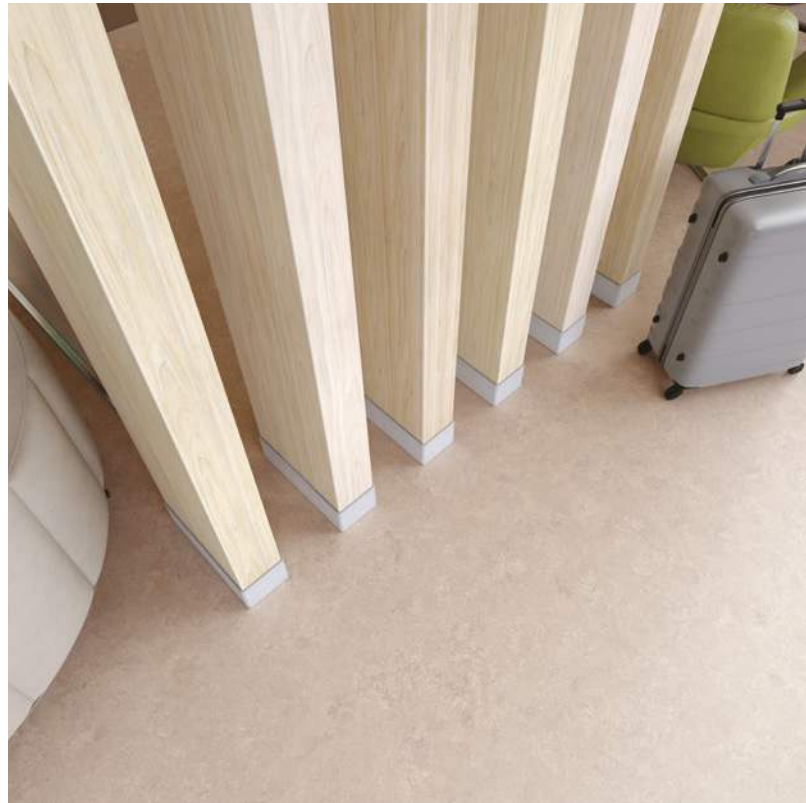
Mientras tanto, desde Porcelanosa considera que los materiales más utilizados en pavimentos de zonas de alto tránsito son los porcelánicos. “Su elección se debe a su durabilidad, bajo mantenimiento, resistencia al desgaste y propiedades antideslizantes, fundamentales para garantizar la seguridad y funcionalidad del espacio. Además, estos materiales permiten una gran versatilidad estética, adaptándose a distintos estilos sin renunciar a las prestaciones técnicas que exige un entorno de uso intensivo”. En este aspecto, José Luis Jiménez, director Comercial de Gresmanc Group, especifica que el gres porcelánico y el gres extrusionado son los materiales más utilizados actualmente en zonas de alto tránsito como recepciones, pasillos y áreas comunes de hoteles. “Estos materiales se eligen por su capacidad para soportar el uso intensivo, su resistencia al desgaste y su estética versátil. Destacan por ofrecer soluciones técnicas, estéticas y duraderas”.

Tendencias estéticas y de diseño

Al hablar de pavimentos y revestimientos en el sector hotelero, los acabados y texturas se han convertido en un factor determinante para crear atmósferas únicas. Las tendencias actuales ya no se enfocan únicamente en la estética, sino también en la funcionalidad, la sostenibilidad y la experiencia sensorial que transmiten a los huéspedes. Estas son algunas de las principales direcciones que están marcando el diseño en este ámbito.

En 2025, “las tendencias en pavimentos y revestimientos para el sector estarán marcadas por la sostenibilidad, la tecnología, la personalización y el uso de materiales con mayor contenido biológico”, detalla José Manuel Suárez.

Y, añade que una de las tendencias más destacadas que estamos observando en el sector hotelero es la búsqueda de materiales con un aspecto más natural, que contribuyan a crear ambientes que conecten emocionalmente con la naturaleza. “Esta tendencia responde a una creciente sensibilidad hacia el bienestar físico y mental de los usuarios, y se enmarca dentro de lo que denominamos materiales saludables”. Igualmente, Ildelfonso Lecea, Marketing Manager de Tarkett, detalla que la estética hotelera vive un momento de clara ins-



^ Foto: Altro Spain Floors and Walls



Alterra ofrece la más amplia gama de pavimentos y revestimientos del mercado

Desde 1972, estamos al servicio de profesionales (arquitectos, decoradores, interioristas) y particulares interesados por la calidad y los mejores acabados de cada recubrimiento.

Nos encargamos de elegir cuidadosamente los mejores materiales para suelo y paredes de los fabricantes más reconocidos a nivel nacional e internacional.

Por ello, con Alterra, tendrá la garantía de obtener excelentes resultados.



www.alterra.es

Penedés, 50 08820 El Prat de Llobregat

TEL. 93 2005707 info@alterra.es

Confort acústico y bienestar

La acústica es un factor determinante en el confort de los huéspedes y la funcionalidad de los espacios en hoteles. La elección de pavimentos y revestimientos no solo responde a criterios estéticos, sino también a su capacidad para controlar el ruido y mejorar la calidad sonora en habitaciones y zonas comunes, contribuyendo a crear ambientes más agradables y tranquilos. “La acústica influye significativamente en la elección de pavimentos y revestimientos tanto en habitaciones como en zonas comunes, ya que estos materiales afectan la propagación, absorción y reflexión del sonido en los espacios”, analiza Silvia Telleria Ramsden, Gerente de BRIKTE. “Un pavimento, un revestimiento... es una parte esencial de un espacio y, como tal, condiciona el confort de los usuarios y la acústica del espacio, factor este último decisivo a su vez en la comodidad, confort y salubridad de los interiores de los hoteles”, corrobora José Manuel Suárez, director general de GERFLOR IBERIA.

En este sentido, Ildefonso Lecea, Marketing Manager de Tarkett, especifica que la elección de suelos con bases acústicas

integradas, moquetas modulares o vinílicos acústicos permiten reducir el ruido de pasos, maletas o mobiliario en movimiento, mejorando la tranquilidad tanto en las habitaciones como en los pasillos.

De igual manera, Gorka Amutio, Gerente Altro Spain Floors and Walls, explica que un buen pavimento puede reducir significativamente el ruido de pasos, tacones o maletas, evitando la sensación de un ambiente ruidoso o incómodo. Por eso, “materiales como el PVC vinílico acústico son ideales: ofrecen una buena absorción sonora sin complicaciones en mantenimiento”.

A esto, Cristina Macia Candela, CEO de Alfombras VEOVEO, añade que las alfombras y moquetas funcionan como una solución natural frente a este problema: absorben vibraciones y reducen la propagación del sonido tanto en zonas comunes como en habitaciones. “Esto se traduce en pasillos más silenciosos y estancias donde la calma favorece una experiencia de mayor calidad”.

RESISTENCIA,
MANTENIMIENTO Y
SEGURIDAD SON
CRITERIOS
IMPREScindIBLES

piración en la naturaleza. “Las maderas cálidas de aspecto mate, los minerales como el travertino o el terrazo reinterpretado y las superficies texturizadas que aportan un carácter táctil se imponen en las nuevas aperturas y renovaciones. A esta tendencia se suma la combinación de materiales: suelos vinílicos o porcelánicos en zonas de alto tránsito junto a alfombras o moquetas en áreas de relax, creando contrastes que enriquecen la experiencia del huésped”.

Por otro lado, desde Porcelanosa destacan que las tendencias actuales en pavimentos y revestimientos para el sector hotelero apuestan por acabados neutros en tonos tostados, inspirados en piedras calizas y cementos suaves. “Estas texturas aportan una estética minimalista, elegante y atemporal, que se adapta fácilmente a diferentes estilos de interiorismo”. Mientras, desde GERFLOR IBERIA añaden que los acabados que imitan la madera, la piedra, el lino..., con texturas suaves y cálidas, no solo aportan estética, sino que ayudan a generar espacios más acogedores, relajantes y equilibrados. “Esta conexión con la naturaleza tiene un impacto positivo demostrado en el estado de ánimo, la reducción del estrés y la percepción de confort”.

Las tendencias actuales combinan lo sensorial, lo táctil y lo personalizado. “Se imponen las texturas con volumen, los

Ldk experiences



Catálogo-Catalogue



BIM READY

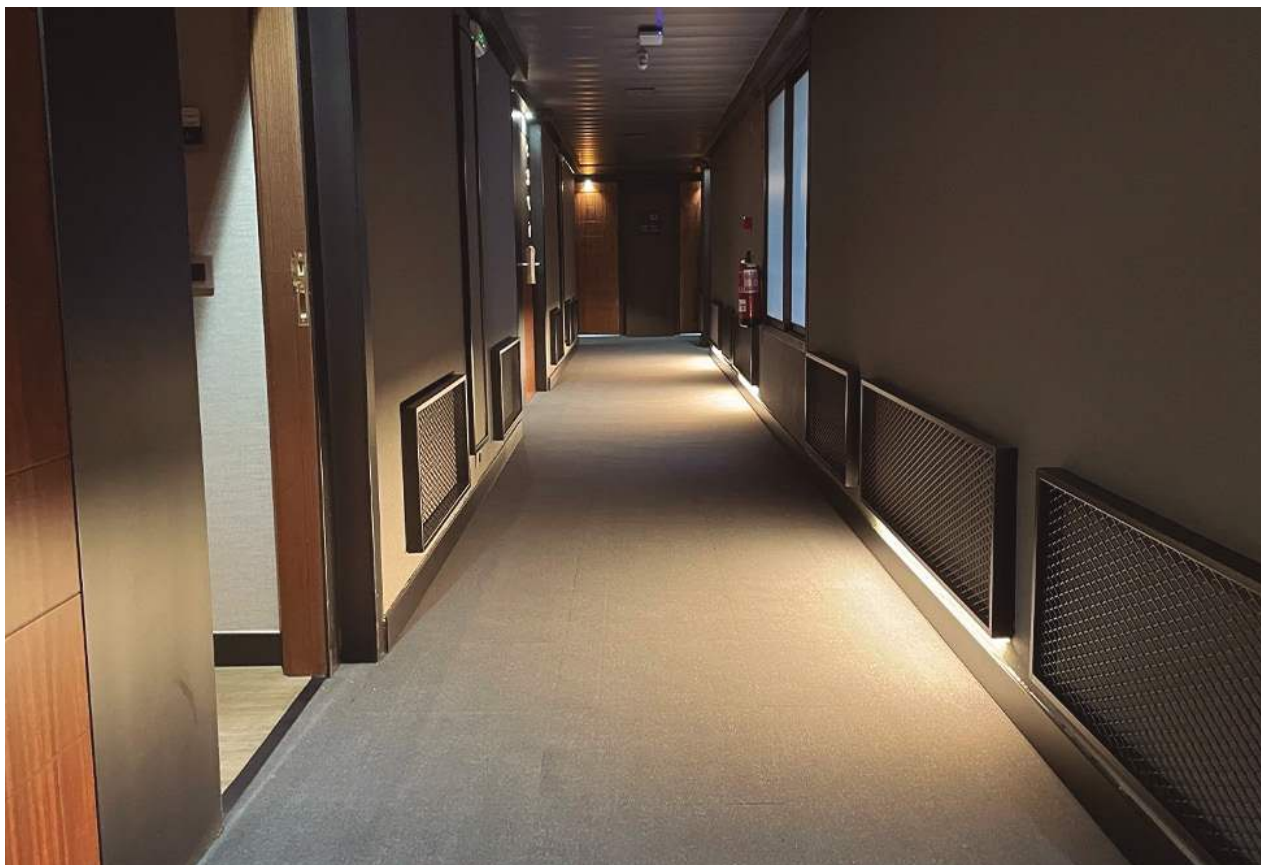
LdK

LIVING OUTDOORS

www.ldkoutdoors.es
info@ldkoutdoors.es



@ldklivingoutdoors



^ Foto: Forbo Pavimentos

LA ACÚSTICA INFLUYE EN HABITACIONES Y ZONAS COMUNES

efectos artesanales y las composiciones a medida. La mezcla de materiales en una misma estancia también está en auge, así como la combinación de colores y formas que aportan movimiento y dinamismo”, expone Sara Guzmán.

Además, se priorizan superficies mate, naturales o con ligeros relieves, que mejoran la percepción visual del espacio y aportan calidez. “Esta tendencia responde a la búsqueda de ambientes acogedores y sofisticados, sin renunciar a la funcionalidad y durabilidad que requiere el uso hotelero intensivo”.

Por último, más que una tendencia concreta, Gorka Amutio observa que es una clara apuesta por la personalización. “Cada hotel quiere transmitir su personalidad y contar una historia única, por lo que necesita materiales que permitan esa libertad creativa. Por eso, los acabados imitando materiales naturales como la madera o la piedra siguen siendo muy populares, pero también hay una demanda creciente de texturas y diseños contemporáneos que aporten modernidad

y fresca. La clave está en ofrecer opciones versátiles que se adapten a cada proyecto”. Asimismo, Cristina Macia Candela destaca que avanza con fuerza la tendencia tecnológica, impulsada por nuevos sistemas de fabricación que permiten crear diseños personalizados con un nivel de detalle difícil de alcanzar manualmente.

En definitiva, “las tendencias actuales en pavimentos y revestimientos para hoteles reflejan una clara intención de crear espacios que combinan sofisticación, confort y autenticidad, sin renunciar a la resistencia y funcionalidad que requiere este tipo de entornos”, determina José Luis Jiménez.

Avances tecnológicos

Los avances en materiales y tecnología han impactado directamente en los pavimentos y revestimientos, mejorando su resistencia, seguridad y facilidad de mantenimiento. Estos progresos permiten que los espacios sean más duraderos y funcionales, al mismo tiempo que facilitan la gestión y con-

El único colchón de hotel con obsolescencia *DESprogramada.*

Colchones siempre como nuevos:
más rentable, menos residuo
y más inteligente.



KHAMA HOTEL
Cada día se renueva

servación de los mismos. En este sentido, desde GERFLOR IBERIA indican que los avances tecnológicos, como los sistemas de impresión 3D, el uso de materiales reciclados, entre otros, están permitiendo que los pavimentos y revestimientos no solo sean más eficientes y duraderos, sino también más sostenibles y personalizables. “La incorporación de nuevos materiales, tecnologías de fabricación innovadoras y soluciones inteligentes están transformando la industria, ofreciendo alternativas que responden a las demandas actuales de funcionalidad, estética y respeto al medio ambiente”.

Junto a esto, desde Tarkett explican que actualmente contamos con superficies tratadas que resisten manchas y micro-rayados, impresión digital de alta definición que logra acabados indistinguibles de la madera o la piedra, y sistemas de instalación rápida que facilitan reformas sin interrumpir la operación del hotel. Además, “la modularidad se ha convertido en un gran aliado, ya que permite reemplazar únicamente las piezas dañadas, prolongando la vida útil del pavimento y reduciendo el coste total de propiedad”.

Por otro lado, desde EGGER explican que en el mercado emergen nuevos materiales para pavimentos y revestimientos que ofrecen ventajas como resistencia, durabilidad y sostenibilidad. “Entre ellos se incluyen todos los llamados ‘suelos híbridos’ que se componen de un núcleo (tablero) que puede ser de diferentes materiales, donde se aplaca encima un polímero o un vinilo como capa superior. Esta tipología de producto es incipiente. Como en todo el mundo que nos rodea, hemos de ser innovadores y estar atentos a nuevas necesidades y servicios que se puedan cubrir”.

En lo relacionado al sector de los materiales cerámicos, desde Gresmanc indican que se ha experimentado importantes avances tecnológicos que han elevado los estándares de durabilidad, seguridad, higiene y mantenimiento, especialmente relevantes en entornos hoteleros donde la exigencia es máxima.

Está claro que la innovación tecnológica ha revolucionado el sector de los pavimentos y revestimientos, aportando soluciones que combinan estética, seguridad y facilidad de mantenimiento. “Hoy es posible disponer de materiales diseñados para resistir un uso intensivo, manteniendo al mismo tiempo un aspecto cuidado y actual”, explican desde Alfombras VEOVEO. Quienes observan que uno de los avances más relevantes son los tratamientos ignífugos certificados, que garantizan el cumplimiento de las normativas más exigentes en materia de seguridad contra incendios. “A ello se suman acabados técnicos que facilitan la limpieza, reducen la acumulación de suciedad y prolongan la vida útil del producto”.

SE VALORAN MATERIALES DURADEROS Y SOSTENIBLES



Foto: Alfombras Veo Veo

•Zennio®

Come for the place,
Stay for the experience



comercial@zenniospain.com

[+34] 916 507 031

zennio.com



Eventyret begynder

2014



REPORTAJE

SISTEMAS DE HIGIENE Y DESINFECCIÓN

LA LIMPIEZA COMO ESTRATEGIA DE VALOR

La limpieza en los hoteles ya no es solo una tarea detrás de escena: se ha convertido en un factor clave que influye directamente en la percepción del cliente y en la competitividad de los establecimientos. Entre innovación tecnológica, productos sostenibles y protocolos cada vez más visibles, la higiene se transforma en un elemento estratégico que combina seguridad, eficiencia y responsabilidad ambiental, redefiniendo la experiencia de los huéspedes en cada rincón del hotel.

> Foto: Nilfisk





La higiene y la desinfección en el sector hotelero han pasado a ocupar un lugar central en la gestión diaria de los establecimientos. Más allá de ser un requisito normativo, se han convertido en un factor estratégico para garantizar confianza, seguridad y diferenciación en un mercado cada vez más competitivo. En este contexto, la mirada de los profesionales del sector ofrece una visión privilegiada sobre cómo ha evolucionado la forma de entender y aplicar la higiene en la hotelería.

De este modo, “la pandemia marcó un punto de inflexión: la higiene dejó de ser solo una necesidad operativa para convertirse en un factor clave de percepción del cliente. Hoy, los protocolos visibles, el uso de productos certificados y la formación del personal son prácticas consolidadas”, define Toni Reig, responsable de marketing de Proquimia. Así pues, Amaya Romero, responsable de MKT y Comunicación de phs Serkonten, también explica que las medidas adoptadas en pandemia ya se implementaban, pero era un protocolo en caso de que apareciese algún brote (NOROVIRUS). En su opinión, lo que ha pasado es que se incorporado al trabajo efectivo y diario en todo el personal involucrado en el proceso de higienización (camareras de pisos, camareros de bar y restaurante, cocina, recepción y servicio de mantenimiento. Hemos detectado que se ha integrado en la conciencia de los responsables de los hoteles la importancia del aire que respiramos, limpio y con aroma agradable y también, que los dispensadores sean automáticos (no-touch).

En este sentido, hoy más que una necesidad operativa, la higiene se considera parte integral de la experiencia del huésped. “Los hoteles han consolidado prácticas como la desinfección frecuente de zonas de alto contacto, la visibilidad del personal de limpieza y el uso de maquinaria profesional que garantice resultados consistentes y medibles”, analiza Adrián Bora, Field Marketing Coordinator de Nilfisk.

✓ Foto: Distribuidora Joan



LA HIGIENE SE HA CONVERTIDO EN UN FACTOR CLAVE DE PERCEPCIÓN DEL CLIENTE

Esta evolución ha supuesto que la limpieza deje de percibirse únicamente como un proceso interno y discreto, para convertirse en un elemento visible y valorado por los huéspedes. La higiene profesional se integra así en la propuesta de valor de cada establecimiento, reforzando la percepción de seguridad y generando confianza en la experiencia global del cliente.

En relación a esto, actualmente, las cadenas hoteleras no solo cuidan aspectos como la comodidad o el diseño de habitaciones y zonas comunes; “las exigencias del propio cliente hacen que las cadenas hoteleras estén cada vez más sensibilizadas en los aspectos de higiene en general y desinfección en particular”, analiza Xènia Soler, responsable de marketing en Distribuidora Joan.

A esto le sumamos una particularidad del sector, “en comparación con otros negocios, y es que el hotel no cierra nunca y las instalaciones deben estar perfectas las 24h del día. Cumplir con esto, exige tener un plan de limpieza estricto y seguir un protocolo que garantice la calidad y una desinfección completa. Esta disciplina y profesionalidad, junto con el uso de productos de limpieza adecuados y de gama profesional, son imprescindibles para cumplir con las exigencias del sector”, continúa explicando.

Por ello, se puede observar que “la inversión ha crecido de forma sostenida en los últimos años, con especial atención a tecnologías más eficientes y sostenibles. Los hoteles entienden que la higiene ya no es solo una obligación, sino un valor añadido que impacta directamente en la satisfacción del cliente”, expone Manuel Candel Alcahud, community manager en Laboratorios Vinfer. “La inversión se ha incrementado principalmente en materia de prevención. Lo que se ha hecho para evitar la transmisión de agentes patógenos ha sido invertir en dispositivos y también incrementar el personal, sobre todo en el Departamento de PRL, con especialistas en AAPCC”, añaden desde phs Serkonten.

Mientras tanto, desde Proquimia observan que, aunque el pico de inversión se dio durante los años más duros de la pandemia, “actualmente observamos una estabilización al alza, especialmente en establecimientos que apuestan por diferenciarse por la calidad del servicio. La tendencia es clara: se invierte menos en volumen de producto y más en soluciones eficientes, concentradas y automatizadas”.

Está claro que la inversión ha pasado de ser un gasto necesario a una inversión estratégica. “Los hoteles entienden que una buena política de higiene no solo evita problemas sanitarios, sino que genera confianza y fidelización. En los últimos años ha crecido la inversión en maquinaria de mayor rendimiento, soluciones automatizadas y tecnologías sostenibles”, concluyen desde Nilfisk.

Innovación tecnológica y maquinaria avanzada

La tecnología se ha convertido en un aliado estratégico para el sector hotelero, también en el ámbito de la higiene. La búsqueda de soluciones más eficientes, seguras y sostenibles ha impulsado la llegada de herramientas que están transformando la forma de concebir y gestionar la limpieza en los establecimientos.



^ Foto: phs Serkonten

heleo

Grupo

UNA GRAN EMPRESA
QUE RESPONDE A SUS NECESIDADES

SERVICIO INTEGRAL DE PRODUCTOS Y SISTEMAS
DE LIMPIEZA E HIGIENE PROFESIONAL

info@grupopheleo.com
www.grupopheleo.com

Plza. José Moreno Villa, 2, 1º C- 28008-Madrid
Tel. (+34) 91 447 20 56 - Fax: (+34) 91 594 53 22



^ Foto: Girbau

De este modo, tal y como explica Manuel Candel Alcahud, los robots de limpieza profesionales para grandes superficies, y los sensores de calidad del aire están ganando terreno. “Estas tecnologías permiten mantener los estándares higiénicos sin afectar la operativa diaria ni la experiencia del huésped”.

Por otro lado, Toni Reig añade que los sistemas de dosificación y control conectados por el uso de sensores para el control de consumos y los sistemas de nebulización para desinfección ambiental están revolucionando el sector. Además, desde Laboratorios Vinfer añaden que se apuesta por maquinaria de bajo consumo, fregadoras compactas y sistemas de dosificación automáticos conectados. Además, se incorporan soluciones versátiles que combinan limpieza y desinfección en un solo producto y paso.

También se están desarrollando “dispositivos que ozonizan el agua para poder utilizarla en la limpieza y desinfección de suelos, superficies y tejidos, ya sea en aseos, cocina, habitaciones, bar, gimnasio... sin utilizar productos químicos y con un importante ahorro energético. Junto a esto se usan productos de limpieza certificados como biodegradables y ecológicos que se van imponiendo a los tradicionales”, comentan desde phs Serkonten.

Mientras tanto, Joan Vilaseca, Girbau Sustainability Officer, Solutions & Marketing Manager y Sergi Obiols, Girbau Commercial Range Marketing Manager, observan que los hoteles más innovadores están incorporando soluciones de lavandería profesional cada vez más eficientes, que combinan tecnologías de bajo consumo energético, sistemas de reutilización de agua y recuperación de calor. “La conectividad IoT ha convertido la lavandería en un auténtico centro de datos operativo. Gracias a esta tecnología, las máquinas no solo trabajan, sino que también aprenden, evolucionan y se adaptan a las necesidades de cada hotel, evolucionando con el negocio y no al margen de él”.

De este modo, “una de las ventajas de la maquinaria inteligente es el control de tiempos, así como la reducción de car-

ga de trabajo a los empleados y con ello la reducción de errores”, especifica Xènia Soler. A lo que añade que la inteligencia artificial también puede ayudar a detectar patrones y ayudar a los empleados a saber cuándo una habitación quedará libre o no, pudiéndose anticipar a la preparación del servicio, así como anticipar el uso de recursos, como los amenities, en las habitaciones.

“Los hoteles más punteros combinan maquinaria profesional compacta, versátil y silenciosa con sistemas de control y planificación digital. Fregadoras autónomas, aspiradores de alto rendimiento con filtros HEPA, hidrolimpiadoras para exteriores o soluciones de limpieza por zonas (zonificación inteligente) son algunos ejemplos”, continúa explicando Adrián Bora.

Por otro lado, el responsable de marketing de Proquimia indica que se imponen las soluciones compactas y seguras, “como equipos de dilución automática, carros ergonómicos con sistemas de dosificación integrados y maquinaria eficiente de fregado con control de consumos. Los hoteles más innovadores buscan soluciones completas que incluyan producto, sistema y servicio postventa”.

En definitiva, “las nuevas tecnologías y sistemas de higiene profesional han evolucionado, utilizándose útiles y sistemas que facilitan las prácticas de limpieza al profesional, con una clara reducción del tiempo y mejora de resultados”, especifica la responsable de marketing en Distribuidora Joan.

Un buen ejemplo de ello, según analiza, son los carros de limpieza. “Los carros son una de las herramientas más importantes e imprescindibles para el personal de limpieza y hasta hace poco solían ser carros grandes y pesados, muchas veces difíciles de manejar en pasillos o espacios reducidos. Actualmente, gracias a las nuevas tecnologías, estos carros son mucho más prácticos, ligeros, silenciosos, fáciles de arrastrar y, sin perder espacio y funcionalidad, mejoran notablemente las tareas de limpieza del profesional”.

Sostenibilidad y productos responsables

Al igual que la tecnología ha transformado la limpieza hotelera, la sostenibilidad se ha convertido en otro eje central de los protocolos actuales. La creciente conciencia ambiental impulsa a los establecimientos a incorporar productos biodegradables y ecológicos certificados, que permiten mantener los más altos estándares de higiene sin comprometer el cuidado del medio ambiente. Esta combinación de innova-

Los hoteles entienden que la higiene es un valor añadido



17 – 20 NOVIEMBRE 2025
RECINTO GRAN VIA – BARCELONA

www.piscinabarcelona.es

#PISCINABARCELONA     

THE MOST INTERNATIONAL EVENT IN
POOL, WELLNESS & OUTDOOR

**CONNECTING INNOVATION
& SUSTAINABILITY**

Regístrate gratis
con el código
HOSTELPROPB25



^ Foto: Nilfisk

ción y responsabilidad no solo mejora la eficiencia operativa, sino que también responde a las expectativas de huéspedes cada vez más comprometidos con prácticas sostenibles y saludables.

En este sentido, desde Nilfisk detallan que “la sostenibilidad es cada vez más prioritaria en los protocolos de limpieza hotelera, y las cadenas más comprometidas apuestan por proveedores que puedan demostrar avances reales en este ámbito”.

Y esto se debe, principalmente, a que “los clientes valoran la sostenibilidad, y los hoteles están incorporando gamas ecológicas certificadas que garantizan eficacia sin impacto ambiental negativo”, definen desde Laboratorios Vinfer.

Este creciente enfoque en la sostenibilidad plantea ahora un desafío adicional para la hotelería: cómo mantener los altos estándares de limpieza y desinfección sin comprometer el medio ambiente. Cada vez más, los establecimientos buscan soluciones que reduzcan residuos, minimicen el uso de químicos agresivos y favorezcan sistemas recargables o concentrados. La clave está en encontrar un equilibrio entre eficacia, seguridad y responsabilidad ecológica, respondiendo tanto a las exigencias operativas como a las expectativas de los huéspedes, cada vez más conscientes y exigentes en materia de sostenibilidad.

De este modo, se apuesta, tal y como indica la responsable de marketing en Distribuidora Joan, por una limpieza de ambientes con este tipo de producto biodegradable o ecológico. “Podemos encontrar productos ecológicos de alto rendimiento, formulados a partir de materias primas de origen vegetal, respetuosos con el medio ambiente y con las personas. En la misma línea eco-responsable, podemos encontrar productos concentrados, fáciles de usar y que reducen los residuos de envase y emisiones de CO₂ del transporte”.

Igualmente, desde Girbau añaden que el uso de productos, biocompatibles, biodegradables y con bajo impacto ambiental es una tendencia creciente en el sector hotelero. “Con su uso se evitan químicos agresivos como fosfatos, cloro y peróxidos excesivos, que pueden causar irritación en la piel y problemas respiratorios. Se usan productos con pH controlado para evitar daños en las fibras y reducir riesgos para el personal de lavandería”.

Por otro lado, añade que el uso de formulaciones de detergencia en frío permiten reducir las altas temperaturas de las fases de lavado principal más tradicionales pudiendo reducir hasta 30°C y con ellos reducir el consumo de energía asociado al calentamiento de agua en dichas fases del proceso de lavado.

Igualmente, menciona que, con mayor frecuencia, podemos encontrar nuevas normativas que regulan su uso como la Regulación REACH en Europa o la EPA en EE. UU. Así como certificaciones ecológicas tipo EU Ecolabel o Nordic Swan, que garantizan menor toxicidad. “Cada vez más hoteles exigen productos con certificación ecológica como la Etiqueta Ecológica Europea (Ecolabel), que garantizan sostenibilidad sin comprometer la eficacia”, especifica el responsable de marketing de Proquimia.

Así pues, se puede indicar que “cada vez se apuesta más por soluciones concentradas, fáciles de usar y que reducen los residuos de envase y emisiones de CO₂ del transporte, así como sistemas de dosificación orientados al correcto consumo de químicos evitando desperdicios de producto y reducción de costes”, definen desde Distribuidora Joan. A lo que desde Laboratorios Vinfer añaden que las soluciones concentradas permiten reducir el volumen de envases y transporte. “Los sistemas recargables y sin químicos agresivos aportan seguridad para los trabajadores y menores residuos para el entorno”.

REPLANTEAR
RENOVAR
ACTUALIZAR

RENUEVE LOS SUELOS ELÁSTICOS DESGASTADOS CON LA SOLUCIÓN RESILIENTE DE BONA

¿Quiere darle un aspecto completamente nuevo al suelo de una oficina sin tener que arrancarlo? Con la innovadora Solución para Suelos Resilientes Bona esto es posible. Este completo y eficaz sistema de renovación: restaura, renueva y mejora los suelos elásticos para satisfacer todas sus necesidades.

Para que un espacio de oficinas mantenga un aspecto impecable, es importante que el suelo sea resistente a derrames, arañazos y marcas de desgaste. Un suelo seguro y saludable también contribuye a la comodidad de la zona de trabajo. Ya sea de caucho, PVC o linóleo, el tratamiento de revestimiento único, seguro y sostenible de Bona proporciona el suelo perfecto en **cuestión de horas**. Incluso los cambios de imagen y de color del pavimento pueden conseguirse fácilmente por **menos de la mitad de lo que costaría sustituir un suelo**. Además, renovar un suelo en lugar de sustituirlo contribuye a **reducir la huella de carbono en hasta un 90%**.

Nosotros lo llamamos **La Solución para Suelos Resilientes Bona**, usted podría llamarlo un suelo completamente nuevo.



Escanea el código QR
para ver paso a paso
como restaurar un suelo
resiliente o elástico

Bona®

REPORTAJE

MOBILIARIO FUNCIONAL PARA HOTELES

ENTRE DISEÑO,
CONFORT Y EFICIENCIA

El mobiliario de un hotel ya no es solo un complemento decorativo: se ha convertido en un protagonista que impacta directamente en la percepción y experiencia del huésped. Más allá de la funcionalidad, cada pieza transmite identidad, confort y calidad, al mismo tiempo que debe responder a las exigencias de eficiencia y durabilidad propias del uso intensivo del sector. La tendencia actual combina diseño personalizado, sostenibilidad, materiales innovadores y soluciones modulares, creando espacios que resultan atractivos, versátiles y adaptados a las necesidades tanto de los clientes como del personal del hotel.

> Foto: Frajumar







^ Foto: Conva



^ Foto: Enea, Momentum Contract Furniture



^ Foto: Ezpeleta

SOSTENIBILIDAD Y DISEÑO COMO EJES PRINCIPALES

En un contexto en el que la industria hotelera continúa transformándose para responder a las nuevas exigencias de los viajeros, el mobiliario juega un papel clave como elemento diferenciador. No solo se trata de funcionalidad, sino también de transmitir identidad, sostenibilidad y exclusividad, aspectos que están marcando la dirección del mercado.

Actualmente el sector hotelero se encuentra en un gran momento debido al auge del turismo en los últimos años, especialmente en el sur de Europa y otras zonas del mundo como Caribe, Oriente Medio o Sudeste Asiático. “Cada vez hay más demanda de productos con buen diseño, fabricados con materiales duraderos y de calidad y que cumplan todos los estándares medioambientales posibles”, especifica Álvaro Gandía-Blasco Lloret, CEO GANDIA BLASCO. Además, considera que el mercado de mobiliario para hoteles seguirá creciendo en los próximos años, en particular el segmento más alto. “Vemos que, cada vez más, los hoteles demandan productos diseñados especialmente para ellos, por tanto, las marcas de mobiliario debemos ser capaces de adaptarnos a estas necesidades de customización”.

De igual modo, Diego Portela, director Contract de Ezpeleta, observa un mercado hotelero en crecimiento sostenido, impulsado por la renovación constante de espacios y la demanda de productos más sostenibles y funcionales. “Las cadenas buscan diferenciación mediante diseño, y los hoteles independientes apuestan por mobiliario versátil y de alta calidad. En este contexto, la innovación en materiales como el polipropileno y el diseño personalizado son claves, como parasoles ‘a medida’. Estamos alineados con estas tendencias para seguir siendo referentes en el canal contract”, especifica. Asimismo, Fernando Cancio, director Comercial de Cancio, explica que el mercado del amueblamiento de hoteles está en un período de crecimiento y cambio, impulsado por tendencias como la personalización, la sostenibilidad, la tecnología y la creciente demanda de experiencias únicas para los usuarios.

De igual modo, desde GROSFILLEX, su director Comercial, Jordi Gregori establece que el mercado del mobiliario para hoteles está en un momento de ligero crecimiento, impulsado por inversiones en el sector y la evolución de las expectativas de los huéspedes. “Las tendencias giran en torno a la sostenibilidad, la integración inteligente de la tecnología, la personalización, la funcionalidad y la creación de espacios que prioricen el bienestar y la conexión con la naturaleza”.

En este punto, Alejandro Diz Soler, director Departamento de Proyectos de Vondom, también está observando una creciente apuesta por crear espacios que no solo sean funcionales, sino que comuniquen identidad y exclusividad. “Los hoteles buscan diferenciarse mediante el diseño y la personalización del mobiliario. Al mismo tiempo, existe una demanda clara de soluciones sostenibles, resistentes y de rápida implementación”. “Existe una demanda creciente por soluciones personalizadas que refuercen la identidad de marca del hotel y mejoren la experiencia del huésped. Observamos un enfoque cada vez mayor en la sostenibilidad, el diseño emocional y la durabilidad, así como un interés por espacios más versátiles que se adapten a nuevas formas de viajar, trabajar y convivir”, añade Robert Ortega Sánchez, responsable de Diseño de Frajumar.



^ Foto: Grosfillex



**OUTDOOR FURNITURE
AND PARASOLS**

Manufacturing since 1935





^ Foto: Ambiazza

En este aspecto, “el mobiliario es uno de los elementos más cercanos al cliente durante su estancia, ya que existe un contacto físico directo con él. En mi opinión, se trata de un factor clave que contribuye a transmitir el concepto de diseño, el posicionamiento y la propuesta de servicios del establecimiento”, opina Luis García, director de LDK LIVING OUTDOORS. Además, Diego Portela destaca que el mobiliario influye directamente: si es cómodo, bonito y funcional, el cliente se siente bien y recuerda su estancia como positiva. Un espacio cuidado transmite calidad, orden y coherencia con el estilo del hotel. Al final, el mobiliario ayuda a crear ese “efecto wow” que marca la diferencia. En este sentido, “cada hotel define sus conceptos de diseño en función de la experiencia que desea ofrecer a su cliente”, determina Luís García.

Como vemos, la experiencia del huésped depende tanto del confort y la estética como de la funcionalidad y durabilidad del mobiliario. Gracias a avances en materiales, modularidad y sistemas de montaje, los hoteles pueden ofrecer espacios versátiles y resistentes que mejoran la estancia del cliente y facilitan la gestión diaria, reflejando un diseño pensado para el bienestar real del usuario.

En este sentido, “los avances en tejidos técnicos, estructuras ligeras y nuevos sistemas de montaje han permitido mejorar mucho la resistencia, el mantenimiento y la logística. También la demanda de productos modulares o reconfigurables ha crecido”, observa Ignacio Bravo, CEO de Conva. Pero, sobre todo, según analiza, lo que marca la diferencia hoy es la capacidad de ofrecer un servicio rápido, productos contrastados y soluciones ajustadas al uso profesional diario. Mientras tanto, Joel Bravo, Co-founder & Brand Manager de Ambiazza, considera que la gran revolución ha sido el diseño con propó-

sito, orientado al bienestar real del usuario y al confort prolongado. “Innovaciones como la modularidad avanzada, que permite reconfiguraciones rápidas según las necesidades del hotel, y la incorporación de tejidos técnicos altamente resistentes han marcado un antes y un después”.

Por otro lado, desde Vondom observan cómo las principales innovaciones giran en torno a materiales técnicos, soluciones modulares y diseño sostenible. “El uso de polímeros de alta calidad como el polipropileno inyectado ha permitido desarrollar piezas ligeras, duraderas y reciclables”. “Muchas de las innovaciones vienen marcadas por nuevos materiales aplicados al mobiliario, la integración de la tecnología y la multifuncionalidad”, añaden desde Cancio. A lo que desde Frajumar continúan explicando que las principales innovaciones se centran en la integración de tecnología, la multifuncionalidad del mobiliario y el uso de materiales ecoeficientes. “El mobiliario ya no es solo decorativo, sino que aporta soluciones prácticas: desde cabezales con carga inalámbrica hasta sofás que se convierten en estaciones de trabajo. Además, el diseño biofílico y el enfoque sensorial cobran protagonismo para conectar al huésped con el entorno”.

En los últimos años, “el mobiliario hotelero ha evolucionado con un enfoque claro en sostenibilidad, tecnología y experiencia del cliente. Se destacan materiales reciclados, diseños modulares y multifuncionales que optimizan el espacio sin sacrificar el diseño. Además, la integración de tecnología, como cargadores inalámbricos o controles inteligentes, mejora la comodidad. También se prioriza la personalización, con muebles adaptables a distintos estilos y necesidades”, especifica María Querejeta, Técnico de Comunicación y Marketing de Enea.

✓ Foto: Cancio





ALFOMBRAS
Y MOQUETAS
RUGS & CARPETS

Cada espacio, una alfombra.
Cada alfombra, una experiencia.



alfombrasveoveo.es
info@alfombrasveoveo.es
@alfombrasveoveocustomade



^ Foto: LDK living outdoors

Mobiliario como factor experiencia

El mobiliario va mucho más allá de su función práctica dentro de un hotel: se convierte en un protagonista silencioso de la experiencia del huésped. Desde la comodidad y la estética hasta la coherencia con el estilo del establecimiento, cada pieza influye en cómo los clientes perciben su estancia, generando sensaciones de bienestar, confort y satisfacción.

En este sentido, tal y como observan desde Ambiazza, el mobiliario determina gran parte de la experiencia emocional y física del huésped. “Una pieza bien diseñada, cómoda y adaptada al entorno puede convertir un simple espacio exterior en un recuerdo excepcional”. A lo que desde Frajumar añaden que el mobiliario es un elemento clave en la narrativa del hotel. A través del diseño, los materiales y la disposición, se transmite confort, exclusividad y cuidado por el detalle. Una pieza bien diseñada no solo aporta estética, sino que mejora la funcionalidad del espacio, invita a quedarse y potencia el recuerdo positivo del huésped.

Asimismo, desde Enea añaden que el mobiliario comunica calidad, confort y diseño desde el primer momento. “Una habitación con muebles bien diseñados y funcionales transmite orden, cuidado y profesionalismo. El confort de una cama, la practicidad de un escritorio o la calidez de un sillón pueden marcar la diferencia en la percepción general del cliente. Además, el diseño y los materiales elegidos refuerzan la identidad del hotel y generan una atmósfera coherente”. En su opinión, en conjunto, el mobiliario no solo decora, sino que mejora la experiencia del cliente durante toda la estancia.

Por otro lado, desde Conva detallan que, aunque no siempre se verbalice, el cliente percibe si el mobiliario está limpio, cuidado y si transmite calidad. “Una tumbona cómoda o una mesa que no cojea influyen directamente en la satisfacción.

Por eso apostamos por materiales duraderos, tejidos fáciles de mantener y productos testados para uso intensivo”. “El mobiliario es una extensión del concepto del hotel. Su diseño, comodidad y estado influyen directamente en cómo el huésped percibe la marca. Un mobiliario bien elegido transmite cuidado, estilo y coherencia con el entorno”, determinan desde Vondom.

Criterios de elección y funcionalidad

La elección del mobiliario en un hotel requiere considerar múltiples factores que van más allá de la apariencia. Desde la comodidad del huésped hasta la eficiencia en el funcionamiento diario del establecimiento, cada pieza debe cumplir varios objetivos: aportar confort, facilitar la operativa y adaptarse a diferentes necesidades de uso.

En este sentido, Jordi Gregori detalla que, al elegir mobiliario para un hotel, es fundamental encontrar un equilibrio correcto entre el confort del huésped, el precio, el diseño, la durabilidad y un bajo mantenimiento y la eficiencia operativa. “No se trata solo de la apariencia, sino de cómo el mueble funciona en un entorno de alto tráfico y uso constante. Los criterios clave a considerar en cuanto al confort del huésped son, entre otros, la ergonomía y la elección de materiales y texturas. En cuanto a la eficiencia debemos considerar la resistencia y durabilidad, la facilidad de mantenimiento y limpieza, su multifuncionalidad, la optimización del espacio y su seguridad”, analiza.

Por otro lado, Diego Portela opina que cada decisión de compra debe medirse pensando en la rentabilidad del negocio. Por eso, “el mobiliario tiene que aportar confort al huésped, pero también ser resistente, fácil de mantener y optimizar el espacio. Hay que ponerse en el lugar de quien invierte: valorar el diseño, sí, pero también la durabilidad, la versatilidad



ROPA DE CAMA

En Royal Europe Textile nos complace poder ofrecer un amplio catálogo de ropa de cama para hostelería.



ROPA DE BAÑO

Nuestros productos de baño de alta gama están fabricados con la más alta calidad en 100% algodón Egipcio, Pima y Paquistani.



ROPA DE MESA

Con Royal Europe Textile su mesa lucirá impecable. Disponemos de un amplio catálogo en mantelería y complementos para la mesa.



TEXTILES PARA LAVANDERÍAS INDUSTRIALES

Amplia gama de productos para lavanderías industriales especializadas en hoteles, hospitales, restaurantes, etc.



UNIFORMIDAD

Diseño y fabricación de tejidos y prendas técnicas para la uniformidad laboral, otorgando un sello de distinción y exclusividad a la altura de su negocio.



ROYAL EUROPE TEXTILE SL

"The Quality Textiles"



TEXTILES DE CALIDAD PARA HOSTELERIA

Ofrecemos y suministramos artículos textiles de la más alta calidad para hoteles y otros establecimientos de hostelería avalados por dos décadas de dedicación a este sector. Vestir sus habitaciones con productos Royal equivale a una garantía de comodidad y elegancia con un cuidadoso y exclusivo diseño.

Disponemos de una amplia selección de textiles para hostelería, restauración, textiles para el sector sanitario, uniformes personalizables. Oportunidades de financiamiento, grandes descuentos por volumen, amplio stock. Queremos ser su proveedor, hablemos.

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

y el plazo de amortización. Elegir bien es asegurar que la inversión se paga sola con el tiempo y sin generar costes extra". A lo que Joel Bravo añade que el mobiliario ideal debe equilibrar confort excepcional para el huésped con practicidad operativa. "Debe ser cómodo, inspirador, fácil de mover, mantener y almacenar".

Lo importante es buscar un equilibrio entre diseño, ergonomía, facilidad de uso, durabilidad y logística. "Un mobiliario bien diseñado facilita la limpieza, agiliza el montaje o sustitución y mejora la percepción del huésped desde el primer momento. Además, una buena planificación del layout y de los flujos ayuda a optimizar tanto la experiencia, como la operativa interna", especifica Robert Ortega.

A lo que Luis García añade que es fundamental tener en cuenta el material estructural de cada mueble y que los acabados se adapten a la ubicación, al perfil de cliente y al concepto del hotel. "En el caso del mobiliario de exterior, presente tanto en terrazas de habitaciones como en zonas comunes, la operativa de mantenimiento cobra especial relevancia. Además, resulta clave incorporar criterios de movilidad que permitan ofrecer versatilidad sin comprometer la ergonomía ni los principios de diseño del lugar".

Más allá de la estética y el confort, es clave que los muebles sean duraderos y fáciles de mantener, especialmente en entornos de uso intensivo o exterior. "El mobiliario en hote-

✓ Foto: Vandom



DURABILIDAD CON ESTILO PROPIO

les está sometido a un uso intensivo, por lo que los materiales deben ser duraderos, resistentes a manchas y fáciles de limpiar. Elegir bien en este sentido implica una inversión rentable a largo plazo, minimizando los costes de reposición y mantenimiento", detallan desde Frajumar. En este sentido, desde Conva determinan que en hostelería no hay margen para piezas frágiles o que se deterioren con facilidad. "Un producto que envejece mal genera quejas, trabajo extra y más costes". Idea que también comparten desde Vandom, desde donde se destaca que un mobiliario que envejece mal genera una percepción negativa inmediata en el huésped. "Nuestra experiencia nos ha enseñado que los hoteles valoran especialmente la resistencia al desgaste, la limpieza fácil y la durabilidad estética".

Por ello, "cada pieza debe estar adaptada a los requerimientos de cada uso y tener en cuenta el tipo de cliente, la zona, la exposición a los elementos o la ubicación del establecimiento. La elección de materiales, y las soluciones de protección y mantenimiento son realmente relevantes", determinan desde LDK LIVING OUTDOORS.

En definitiva, "la facilidad de mantenimiento y la resistencia no son solo importantes, son absolutamente cruciales y pilares fundamentales en la elección del mobiliario para hoteles. Dado el uso intensivo y continuo que experimentan estas piezas, su durabilidad y la sencillez de su cuidado impactan directamente en la rentabilidad, la imagen y la eficiencia operativa del establecimiento", analiza Jordi Gregori. "La facilidad de mantenimiento y la resistencia son factores clave en la elección del mobiliario para hoteles debido al uso intensivo y continuo que se da a estos elementos. La reducción de tiempo de limpieza genera un impacto directo en los costos de un hotel, y la durabilidad de un producto reduce de forma significativa el impacto medioambiental", añade Fernando Cancio.

En definitiva, el mobiliario con un mantenimiento sencillo permite mantener altos estándares de higiene y presentación. Además, "al tratarse de espacios con uso intensivo, es esencial que el mobiliario conserve su funcionalidad y estética a lo largo del tiempo. Elegir piezas resistentes y prácticas no solo mejora la eficiencia operativa, sino que también transmite profesionalismo y compromiso con la calidad", concluye Maria Querejeta.

BUTSIR®

FUEGOS
DE JARDÍN



El calor y la luz del
fuego en exteriores

Halo
DESIGN BY - estudi{H}ac - jmferrero

butsir.com

BUTSIR presenta HALO, diseñado por estudi{H}ac

BUTSIR presenta HALO, una creación del estudio de diseño estudi{H}ac: una reinterpretación contemporánea de los clásicos sistemas portátiles de calor. Con un enfoque profundamente arquitectónico y una estética depurada, HALO eleva un objeto técnico a la categoría de icono emocional y funcional, redefiniendo cómo entendemos el confort al aire libre.

Pensado como una pieza escultórica que dialoga con el mobiliario contemporáneo, HALO propone un nuevo lenguaje en calefacción portátil. Su quemador lineal y simétrico elimina los troncos cerámicos tradicionales para dar protagonismo absoluto a una llama continua, serena y visualmente poderosa. La línea de fuego se convierte en un gesto luminoso que genera ambientes cálidos, elegantes y compartidos.

Inspirado en el universo textil y la precisión del sastre, HALO incorpora paneles frontales con particiones simétricas que recuerdan una cinta métrica. Estas líneas verticales, realizadas en madera de teca natural, funcionan como costuras visuales que aportan ritmo, orden y proporción. El resultado: una pieza gráfica, táctil y profundamente conectada con el cuerpo y el espacio.

La estructura general —sólida y esencial— evoca la forma de un pabellón moderno. El fuego, contenido y enmarcado por vidrio templado, se convierte en el corazón de una composición donde materialidad, orden y funcionalidad conviven con armonía. La madera de teca aporta una textura cálida y orgánica, mientras que la versión en piedra sinterizada ofe-



ce resistencia extrema al uso exterior y una estética sobria y atemporal.

HALO es más que una fuente de calor: es un híbrido entre mueble auxiliar, escultura funcional y sistema técnico de calefacción. Gracias a su diseño modular y sus opciones de personalización —desde el acabado del top hasta la placa de los laterales metálicos— se adapta con naturalidad tanto a entornos domésticos como a los proyectos contract más exigentes del sector hospitality.

Con HALO, BUTSIR consolida su apuesta por el diseño innovador, la funcionalidad inteligente y la adaptabilidad que exigen los espacios contemporáneos. Esta pieza redefine la categoría de los “fuegos de jardín”, demostrando que la técnica y la emoción pueden convivir en perfecta armonía.



Nueva actualización del controlador de estancia LS TOUCH de JUNG

Una reciente actualización de software para el controlador de estancia LS TOUCH de JUNG ha expandido sus capacidades, permitiendo un mayor grado de personalización de la interfaz y un control más detallado y sencillo para el usuario final, aspectos de gran valor en proyectos de arquitectura e interiorismo.

Una de las nuevas funcionalidades más relevantes es la capacidad de integrar y controlar directamente unidades de aire acondicionado de tipo split, lo que elimina la necesidad de instalar termostatos adicionales o de utilizar mandos a distancia específicos. De este modo, se consigue una estética más limpia y unificada en la estancia.

Para mejorar la usabilidad del dispositivo, en esta actualización aumenta el número de páginas de favoritos disponibles de tres a diez. Esto facilita al usuario un acceso más rápido a más funciones frecuentes. Además, ahora es posible rotular las funciones directamente en la pantalla del LS TOUCH, mejorando la claridad y la comprensión inmediata de cada opción de menú.

Otra mejora interesante desde el punto de vista estético y funcional es la posibilidad de mostrar valores de estado, numéricos y de texto, como salvapantallas del dispositivo. Esto resulta muy práctico para el usuario, ya que el dispositivo se convierte en un centro de información con la hora, la fecha y las condiciones de temperatura exterior e interior, el nivel de CO2 o el estado de las persianas.

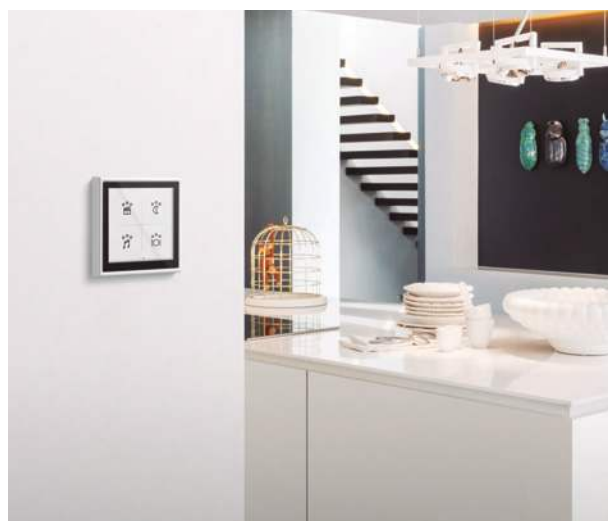
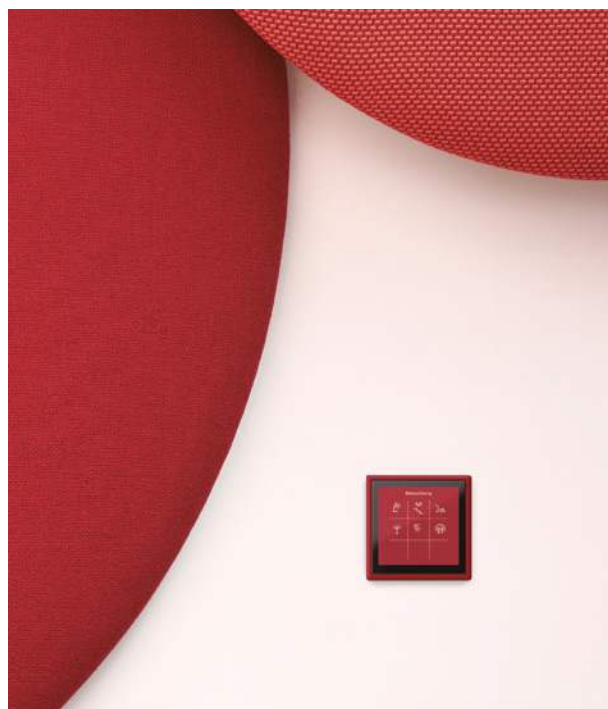
La interacción con el usuario también ha sido objeto de mejoras. Se han implementado gestos de deslizamiento vertical que se pueden asignar a funciones específicas, o bien para acceder rápidamente a una página concreta de favoritos.

Estas nuevas características se suman a una base ya sólida para el control de instalaciones, como la gestión avanzada de iluminación para un control preciso del color y el brillo. El control de la protección solar y la capacidad para guardar y ejecutar escenas completan su repertorio funcional.

Desde la perspectiva del diseño y la integración arquitectónica, el LS TOUCH ofrece una gran versatilidad. Se integra en los marcos de los programas de JUNG de interruptores LS 990 o LS ZERO, entre otros. Esta compatibilidad permite a arquitectos e interioristas mantener una estética coherente de la instalación eléctrica con el resto de la decoración.

JUNG

La variedad de materiales disponibles incluye también acabados en metales auténticos como el aluminio, el acero inoxidable o el latón, que aportan un carácter singular a cada proyecto. Para una integración minimalista, el programa LS ZERO permite una instalación completamente enrasada con la pared, creando una superficie continua.



PiedraDecor presenta las primeras placas de piedra real curvables y ultrafinas

Nace PiedraDecor, una marca pionera que redefine el concepto de revestimiento arquitectónico con un producto único en el mercado: placas de piedra real ultrafinas y curvables, diseñadas para transformar la manera de construir y diseñar espacios.

Con espesores desde solo 2,5 a 3,5 mm y longitudes de hasta 3,5 metros, PiedraDecor combina la autenticidad de la piedra natural con un formato ligero, resistente e innovador que se adapta tanto a interiores (baños, cocinas, mobiliario, paredes) como a exteriores (fachadas, proyectos arquitectónicos de gran escala).

Estas placas representan una alternativa superior a los materiales tradicionales:

- Más ligera y segura que la piedra en bloque.
- Más resistente en obra que la cerámica, que puede partirse durante la instalación.
- Más exclusiva que las placas decorativas imitativas, al tratarse de piedra natural auténtica.

Además, PiedraDecor es un material ecológico y 100% reciclable, con una estructura innovadora en fibra de vidrio natural que aporta estabilidad, resistencia y permite su curvabilidad en proyectos arquitectónicos singulares.

En cuanto a rendimiento, cuenta con certificación de fuego A2 (un nivel de seguridad altísimo, solo un paso por debajo del acero A1), resistencia al agua, rayos UV y manchas, y una

estabilidad de color garantizada del 99% en 30 años, equivalente a la del mármol natural.

El lanzamiento exclusivo de PiedraDecor tendrá lugar en la feria Interihotel 2025 de Barcelona el próximo 21 de octubre, donde se presentarán los nuevos catálogos, muestrarios físicos y las primeras referencias disponibles para arquitectos, interioristas, constructores y distribuidores.

Con más de 200 modelos entre mármoles, travertinos, hormigones y texturas 3D, PiedraDecor abre un nuevo capítulo en el diseño arquitectónico, ofreciendo una solución sostenible, innovadora y exclusiva que une durabilidad, estética y tecnología de vanguardia.



Sighore se incorpora a Loomis Pay

SIGHORE
BY LOOMIS—PAY

SIGHORE, empresa líder en el desarrollo de soluciones tecnológicas para la gestión de negocios en los sectores de hostelería y retail, anuncia su incorporación al grupo Loomis Pay, referente internacional en soluciones de pago y servicios financieros innovadores.

Esta integración estratégica marca un nuevo capítulo en la trayectoria de Sighore, que refuerza su propuesta de valor uniendo su experiencia en software de gestión con el alcance global y las capacidades tecnológicas de Loomis Pay. La operación permitirá ofrecer a los clientes un ecosistema completo que combina plataformas de pago avanzadas, automatización del efectivo y herramientas inteligentes de gestión empresarial.

“Nuestra unión con Loomis Pay nos permite evolucionar hacia un modelo de gestión más ágil, digital y conectado”, ha señalado Jorge C. Juárez, Fundador y CEO de Sighore-ICS. “Seguiremos fieles a nuestro compromiso de calidad, cercanía y servicio, ahora con el respaldo de un grupo internacional que comparte nuestra visión de futuro.”

Con más de 30 años de historia, Sighore se ha consolidado como una empresa de referencia en soluciones verticales para la hostelería, con clientes que van desde restaurantes independientes hasta cadenas, colectividades, clubes deportivos y grandes grupos de restauración organizada. Su software modular y escalable permite gestionar con precisión



LOOMIS—PAY

SIGHORE

áreas clave como ventas, producción, almacén, escandallos, reservas y control económico.

La incorporación a Loomis Pay abre la puerta a una oferta más completa, integrando también soluciones de pago físico y digital, servicios financieros adaptados y tecnologías diseñadas para simplificar el día a día de los negocios.

A si mismo Jorge C. Juárez se incorpora a la estructura de Loomis Pay España, como responsable de Relaciones Institucionales. Con la misión de potenciar la imagen de marca y de conocimiento de esta en los sectores de la restauración, hostelería y del retail.

Con esta operación, Loomis Pay refuerza su presencia en España y Europa, y continúa su estrategia de crecimiento mediante la integración de soluciones especializadas que impulsan la transformación digital de los sectores con mayor dinamismo y necesidad de eficiencia operativa.

Juntos, Loomis Pay y la nueva SIGHORE by Loomis Pay dan un paso decidido hacia el futuro de la gestión y los pagos.

Para más información: sighore.es loomispay.es



AGENDA

OCTUBRE 2025

INTERIHOTEL

EVENTO EUROPEO DE DISEÑO DE HOTELES
Y RESTAURANTES
DEL 21 AL 23 DE OCTUBRE
EN BARCELONA
www.interihotel.com

NOVIEMBRE 2025

GASTRONOMIC FORUM BARCELONA

EVENTO PARA LOS PROFESIONALES DEL
MUNDO DE LA GASTRONOMÍA
DEL 03 AL 05 DE NOVIEMBRE
EN BARCELONA
www.gastronomicforumbarcelona.com

HYGIENALIA

ALWAYS MOVING FORWARD

DEL 04 AL 06 DE NOVIEMBRE 2025

EN MADRID

www.ifema.es

PISCINA BARCELONA

SALÓN INTERNACIONAL DE LA PISCINA,
WELLNESS Y OUTDOOR
DEL 17 AL 20 DE NOVIEMBRE
EN BARCELONA
www.piscinabarcelona.es

CLIMATIZACIÓN Y REFRIGERACIÓN

DEL 18 AL 20 DE NOVIEMBRE
EN MADRID
www.ifema.es

ARCHITECT@WORK VALENCIA

DEL 19 AL 20 DE NOVIEMBRE

EN VALENCIA

<https://www.architectatwork.com/atwvalencia2025/>

ENERO 2026

FITUR

FERIA INTERNACIONAL DE TURISMO
DEL 21 AL 25 DE FEBRERO
EN MADRID
www.ifema.es

FEBRERO 2026

SICUR

25ª EDICIÓN DEL SALÓN INTERNACIONAL
DE LA SEGURIDAD
DEL 24 AL 27 DE FEBRERO
EN MADRID
www.ifema.es

Revistas Profesionales.

PROARQUITECTURA



Último número

Precio: 15€
(IVA Incluido)

Suscripción anual (9 ejemplares)

Precio: 120€
(IVA Incluido)

PROTIENDAS



Último número

Precio: 15€
(IVA Incluido)

HOSTELPRO



Último número

Precio: 15€
(IVA Incluido)

Suscripción anual (5 ejemplares)

Precio: 60€
(IVA Incluido)



Ediciones especiales (Guía de Estudio de Arquitectura y Anuario de Materiales de Construcción)

Precio: 120€ ejemplar.
(IVA Incluido)



Suscripción anual (5 ejemplares)

Precio: 60€ (IVA Incluido)



Ediciones especiales (Guía de Interioristas)

Precio: 120€ (IVA Incluido)





En 1989 se utilizó el término «Eco-Friendly» por primera vez. Nosotros ya estábamos allí.

Desde hace 35 años, Clivet es sinónimo de bombas de calor.

Una tecnología eficiente y sostenible en la que seguimos invirtiendo para obtener el máximo rendimiento en todos los entornos.



THUNDER

Bomba de calor reversible con un rango de potencia de 40 a 85 kW

Compresores scroll y ventiladores full inverter

Producción de agua caliente hasta 75°C

Modularidad de hasta 16 unidades

Rango operativo para calefacción de -20°C a +42°C

tecNA

MBTClimate

CERERIA MOLLÁ

1899™



CARE
ABOUT
EARTH

alu botella

8g
BOLSA
RECICLABLE

COSMÉTICA
TRAZABLE

TUBO
DE ORIGEN
VEGETAL

TAPA DE
PLÁSTICO
RECICLADO

VEGAN

GROUPE GM
AMENITIES EXCLUSIVOS

Madrid T. +34 914 310 614 | Porto T. +351 225 574 387
www.groupegm.es

