

Nº 67

HOSTELPRO

REVISTA DEDICADA AL SECTOR HOTELERO Y DE LA RESTAURACIÓN



pro
tienes
das
editorial

ESPECIAL DISEÑO HOTELERO

PROYECTO HOTELERO

Parador de El Saler, Valencia

REPORTAJES:

Lavado Industrial

Software y programas de gestión

Servicio de mesa

Piscinas e instalaciones de bienestar



*Advertencia informativa.

NOVOPELDAÑO
ECLIPSE® AURA

Diseño Industrial
Comunitario e Internacional

 **DI0085873272**
 **DM215977**
 **DI202102261**

TAN SENCILLO, TAN **BRILLANTE**

Somos pura energía, así de sencillo. Cada uno de nosotros está rodeado por un campo de energía que nos hace especiales y diferentes.

Todos tenemos una luz y un algo mágico que nos rodea y alumbramos a lo largo de toda nuestra vida. **Novopeldaño Eclipse® Aura** tiene ese aura de distinción que ilumina todo lo que toca.

El **Novopeldaño Eclipse® Aura** es un nuevo concepto de peldaño, sin huella, que unido a la iluminación indirecta está llamado a marcar tendencia, aportando a los espacios un halo de elegancia y estilo. Por ello, además de en plata mate lo lanzamos por primera vez en negro y blanco mate.

Novopeldaño Eclipse® Aura, tan sencillo, tan brillante.



AIDIMME
INSTITUTO TECNOLÓGICO



Club
cámara
VALENCIA

Tel.: (+34) 961 532 200 | info@emac.es | www.emac.es | ESPAÑA | USA | ITALIA

EMAC®
EL TOQUE FINAL
EMAC® GRUPO | ESPAÑA | USA | ITALIA |

*Ambiente promocional elaborado con Novopeldaño Eclipse® Aura reflejando una sugerencia de opción de uso de este producto. EMAC® no fabrica, no comercializa ni suministra con este producto tira de LED alguna. La elección de la tira de LED debe ser realizada por el instalador en atención a las circunstancias del lugar de colocación.



Versión digital

SUMARIO

STAFF

Editora / Directora:
Pilar Romero

Redactora:
Laura García

Administración:
Alicia Écija

Departamento Digital:
Gabriela Morales y
Andrea Pérez

Maquetación:
Aroa Magdaleno y
Nerea Villanueva

Departamento Comercial:
Carmen Sánchez,
Paloma Elices y
Alejandro Failde

Soporte Informático:
Dimanet Informática

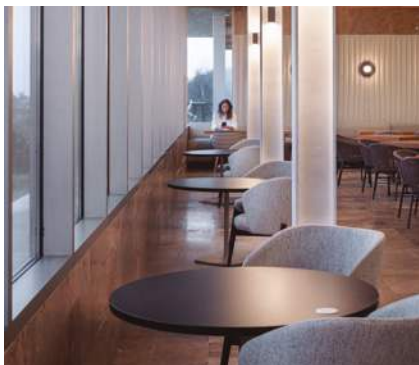
Impresión y Fotomecánica:
Advantia Comunicación
Gráfica, S.A.
Formación, 16 - Pol. Ind.
Los Olivos
28906 Getafe (Madrid)

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	Alejandra Pombo
PROYECTO HOTELERO	10	Parador de El Saler, Valencia
	16	Patricia Von Arend
REPORTAJES	24	Lavado Industrial
	36	Software y programas de gestión
	52	Servicio de mesa
	60	Piscinas e instalaciones de bienestar
OTRAS SECCIONES	70	Soluciones del Canal Horeca
	74	Agenda

Portada: Parador de El Saler, Valencia | Estudio: Denys&Von Arend



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.

ALEJANDRA POMBO

ALEJANDRA POMBO
ESTUDIO DE INTERIORISMO



Con una trayectoria marcada por el rigor y la sensibilidad, Alejandra Pombo se ha consolidado como una de las interioristas de referencia en el ámbito de la hostelería. Tras una etapa clave junto a Pascua Ortega y la fundación de su estudio en 2010, ha desarrollado un lenguaje propio donde arquitectura, luz y materiales se combinan para crear espacios con “alma”. En esta entrevista reflexiona sobre el equilibrio entre estética y funcionalidad y el papel estratégico del diseño en la experiencia gastronómica.

Tu trayectoria incluye una etapa clave junto a Pascua Ortega. ¿Qué aprendizajes de esos años siguen marcando hoy tu forma de diseñar?

Mi etapa con Pascua Ortega fue fundamental para entender la disciplina desde el rigor y la sensibilidad. Aprendí la importancia del detalle, del equilibrio entre lo atemporal y lo contemporáneo, y de trabajar el espacio como un todo coherente. Ese respeto por la arquitectura y por los materiales sigue muy presente en mi manera de diseñar.

En 2010 fundaste tu propio estudio. ¿Qué te impulsó a dar ese paso y qué identidad querías construir desde el inicio?

Fundé mi estudio en 2010 por la necesidad de desarrollar una mirada propia y asumir proyectos desde una mayor libertad creativa. Fueron surgiendo proyectos que me impulsaron a ir por mi cuenta.

Tu trabajo se caracteriza por crear espacios con “alma”. ¿Cómo se traduce ese concepto cuando diseñas un proyecto de hostelería?

Hablar de “alma” en hostelería significa crear espacios que acompañen la experiencia sin imponerse. Se traduce en atmósferas cuidadas, en una iluminación bien pensada, en materiales que envejecen bien y en una narrativa coherente con el concepto gastronómico. El objetivo es que el cliente se sienta cómodo y quiera volver.

¿Qué diferencias encuentras entre diseñar un espacio residencial y uno destinado a la restauración o el ocio?

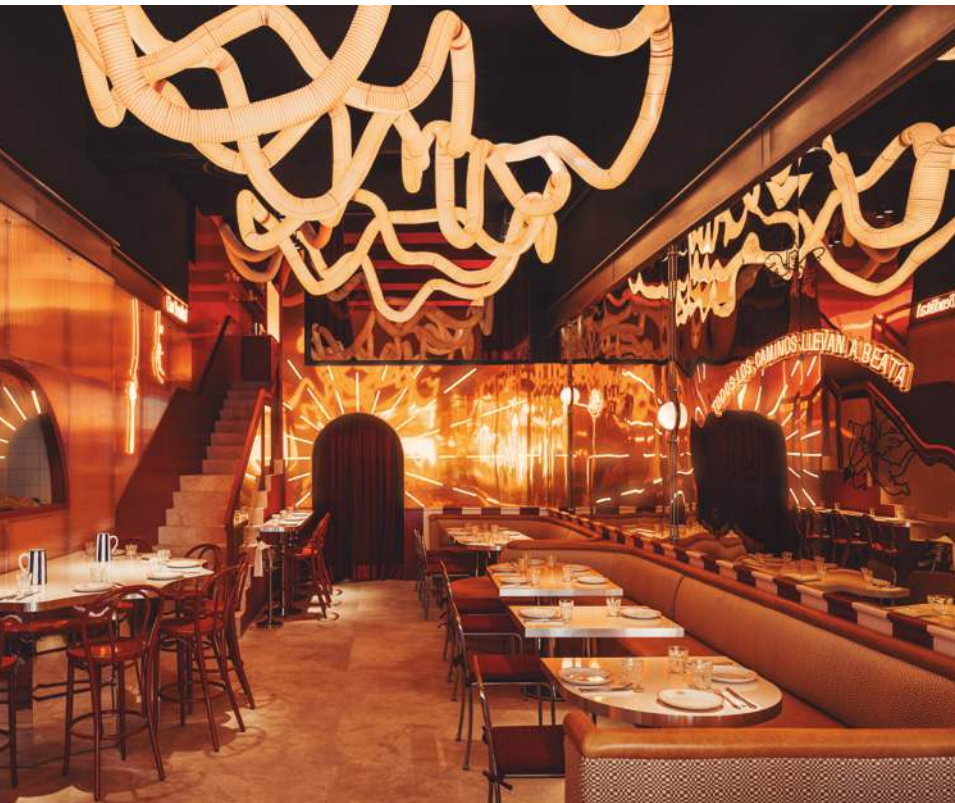
La principal diferencia está en el uso y en la intensidad. Un espacio residencial es más íntimo y flexible, mientras que en restauración el flujo, la resistencia de los materiales y la normativa condicionan mucho más el diseño. Aun así, en ambos casos busco el mismo objetivo: que el espacio sea vivido de forma natural, espacios siempre acogedores donde la máxima es que se respete el equilibrio entre diseño y funcionalidad.

Cuando comienzas un nuevo proyecto gastronómico, ¿qué es lo primero que necesitas entender del cliente y de su propuesta culinaria?

Lo primero es entender la esencia del proyecto: qué tipo de cocina se ofrece, qué historia quiere contar el cliente y a qué público se dirige. La propuesta culinaria marca el ritmo del espacio; el diseño debe reforzarla y no competir con ella.



Fotos: Paloma Pacheco



^ Fotos: Pancho Gallardo



Has firmado proyectos muy reconocidos en restauración. ¿Qué factores consideras clave para que un restaurante sea memorable más allá del diseño?

Para que un restaurante sea memorable influyen muchos factores: el servicio, la calidad gastronómica, la coherencia del concepto y, por supuesto, el ambiente. La iluminación es clave en todos nuestros proyectos, en restauración todavía más. Se piensan escenas lumínicas que se detallan para diferentes momentos del día.

¿Cómo equilibras la estética con la funcionalidad en espacios que tienen un uso tan intensivo como los de hostelería?

En hostelería la funcionalidad es irrenunciable. El equilibrio se logra diseñando desde el uso real del espacio, anticipando recorridos, necesidades del personal y mantenimiento, y luego integrando la estética de forma natural. Un espacio bonito que no funciona está condenado a fallar, estética y funcionalidad siempre de la mano.

En un momento en el que el cliente busca experiencias completas, ¿qué papel juega hoy el diseño interior en el éxito de un restaurante u hotel?

En un contexto donde el cliente busca experiencias, el diseño interior tiene un papel estratégico. Es el primer contacto emocional con el proyecto y el marco donde ocurre todo lo

demás. Puede reforzar la identidad de marca, generar recuerdo y diferenciar un proyecto en un mercado muy competitivo.

¿Qué importancia tiene el trabajo en equipo y la colaboración con chefs, promotores y proveedores dentro de tus proyectos?

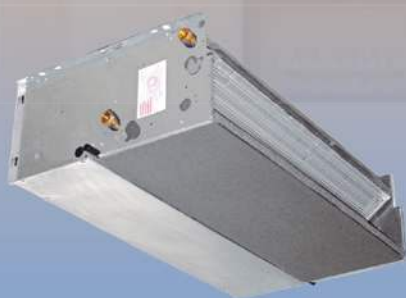
El trabajo en equipo es esencial. La colaboración con chefs, promotores, ingenierías y proveedores enriquece el proyecto y evita errores. En hostelería, donde todo está muy interrelacionado, el diálogo constante es clave para llegar a un re-

“ESTÉTICA Y
FUNCIONALIDAD
SIEMPRE DE LA MANO”



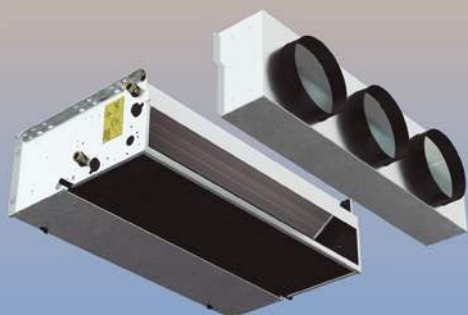
Climatización invisible, confort absoluto.

Fancoils de conducto para hoteles,
oficinas, hospitales. 2 y 4 tubos.
Disponibles con motor EC



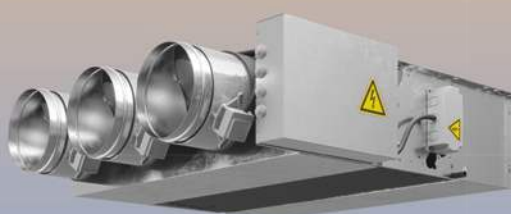
CARISMA CRC IO-IV

45 modelos. Hasta 50 Pa.



CARISMA CRSL

32 modelos. Hasta 130 Pa.



MAESTRO MTL

38 modelos. Hasta 400 Pa.

“UN ESPACIO BONITO QUE NO FUNCIONA ESTÁ CONDENADO A FALLAR”

sultado coherente y viable, sobre todo por lo que comentaba antes, es esencial entender la funcionalidad del espacio.

¿Qué tendencias —o cambios de enfoque— estás observando actualmente en el diseño de interiores aplicado a la hostelería?

En los últimos años estamos observando un cuidado mucho más estratégico de la iluminación, no solo desde el punto de vista técnico, sino como herramienta clave para construir atmósfera y narrativa. Cada proyecto de hostelería busca incor-

porar un elemento claramente diferencial —un techo espectacular, un reservado singular, un color definitorio o una pieza icónica— que le otorgue identidad propia. El objetivo ya no es únicamente estético, sino experiencial: se diseña pensando en generar un impacto global que emocione al cliente. Esa experiencia debe ser lo suficientemente memorable como para que el propio usuario quiera compartirla en redes sociales, convirtiéndose así en un canal natural de promoción y comunicación. En definitiva, se busca provocar un efecto “wow” que garantice visibilidad a través de la vivencia del propio cliente.

Mirando al futuro, ¿qué tipo de proyectos o retos te gustaría desarrollar dentro del sector hospitality?

De cara al futuro me interesan proyectos donde diseño, arquitectura y concepto gastronómico estén muy integrados, así como desarrollos hoteleros con una fuerte identidad. También me atraen los retos vinculados a la rehabilitación y a dar nueva vida a edificios con historia, que de alguna manera quede el granito de arena a largo plazo. En 2026 vamos a intervenir en dos espacios oficiales de Madrid y nos hace mucha ilusión, en 2027 podrán ver la luz.

¿Qué consejo darías a los profesionales que quieren especializarse en diseño de interiores para hostelería?

A quienes quieran especializarse en hostelería les diría que entiendan bien cómo funcionan estos espacios, que se formen en aspectos técnicos y operativos y que aprendan a escuchar. La creatividad es importante, pero en este sector la clave está en saber conjugar diseño, uso y negocio. Otro punto clave son los tiempos, son los más frenéticos porque hay que abrir cuanto antes, ya que los clientes empiezan a incurrir en gastos desde la obra. Suele haber también mucho trabajo de marketing que comunican tiempos de apertura y hay que cumplir fechas de entrega. Nada que ver con los tiempos de vivienda o proyectos hoteleros, más a largo plazo.



Foto: Manolo Yllera



Electrolux
PROFESSIONAL



LÍNEA 6000: EFICIENCIA INTELIGENTE PARA TU NEGOCIO

Soluciones de lavandería profesional diseñadas para reducir drásticamente tu consumo de agua, energía y costes desde el primer día.

Contacta con nosotros



PROYECTO HOTELERO

PARADOR DE EL SALER, VALENCIA

UN OASIS DE
DISEÑO Y
NATURALEZA

El Parador de El Saler, en Valencia, renace como un oasis de tranquilidad gracias al proyecto de interiorismo integral del estudio Denys & von Arend. Inspirado en el vuelo de las aves migratorias, los humedales y la riqueza del paisaje, el diseño de sus espacios comunes, habitaciones y zonas experienciales invita al huésped a desconectar y sumergirse en un entorno donde la naturaleza y el confort conviven en perfecta armonía.



Fotos: Parador de El Saler, Valencia





^ Foto: Parador de El Saler, Valencia

“EL INTERIORISMO INTERPRETA EL PAISAJE E INTEGRA EL ENTORNO EN CADA ESPACIO”

Entre el Mediterráneo y la Albufera, en uno de los parajes naturales más singulares de la Comunidad Valenciana, el Parador de El Saler inicia una nueva etapa. Rodeado de dunas, pinares, humedales y un campo de golf histórico, este enclave privilegiado —refugio de tortugas y punto de descanso para aves migratorias— renace gracias a la intervención integral del estudio de interiorismo Denys & von Arend.

El proyecto ha supuesto la renovación de zonas comunes, habitaciones y espacios experienciales con un objetivo claro: establecer un diálogo sincero con el entorno y convertir la estancia en una invitación real a la desconexión. Más que una actualización estética, la propuesta redefine la experiencia del huésped desde la sensibilidad, la narrativa y la coherencia con el paisaje.

Denys & von Arend ha encontrado en el ecosistema de la Albufera el hilo conductor del proyecto. El vuelo de las aves migratorias, el movimiento del agua en los humedales y la textura cambiante de la tierra inspiran un interiorismo orgánico, fluido y lleno de matices. Cada espacio del Parador se vincula simbólicamente con un elemento del paisaje, generando un recorrido conceptual que acompaña al huésped desde su llegada hasta el descanso final.

La intervención parte de una premisa clave: respetar la arquitectura original y sus materiales, como la imponente piedra existente en pavimentos y paredes, y equilibrarla con una atmósfera más cálida y acogedora. Para ello, el estudio introduce mobiliario de formas orgánicas, tejidos en tonos naturales y sutiles contrastes en negro que aportan profundidad y contemporaneidad.

El vestíbulo se concibe como una analogía entre el aterrizaje de las aves migratorias y la llegada del huésped. Es el primer contacto emocional con el hotel, y debía transmitir abrigo y calma.

La zona se articula en cuatro espacios diferenciados que evocan distintas partes de la restinga de la Albufera: dunas, tierras aplanadas, bosques y malladas. Aunque comparten una atmósfera común, cada área adapta su mobiliario y disposición a la actividad que acoge, favoreciendo la versatilidad sin perder coherencia visual.

El resultado es una recepción que contrarresta la frialdad mineral de la piedra con texturas suaves, curvas envolventes y una iluminación estudiada que genera un ambiente confortable desde el primer instante.

La cafetería se inspira en el marjal de la Albufera, origen del arroz valenciano y santuario de aves acuáticas. Aquí, el movimiento del agua y la fertilidad de la tierra se traducen en una paleta cromática que combina tonos terrosos con sutiles acentos azules.

Los colores cálidos evocan el suelo húmedo y la riqueza agrícola del entorno, mientras que los toques azules —un guiño a las ventanas de las tradicionales barracas valencianas— aportan frescura y un componente cultural cargado de simbolismo. Según la tradición, ese azul traía buena suerte a los pescadores; hoy aporta identidad y arraigo al espacio.

El equilibrio entre calidez y frescor convierte la cafetería en un punto de encuentro versátil, adecuado tanto para un café informal como para una reunión distendida, siempre con la naturaleza como telón de fondo.

Las salinas, con su marcada geometría diseñada para controlar el paso del agua, inspiran el planteamiento de las salas de reuniones. La funcionalidad del paisaje se traslada aquí a un diseño flexible y modular que responde a las distintas necesidades del segmento MICE.

Los recorridos se organizan con claridad, permitiendo guiar a los asistentes según el tipo de evento. La iluminación juega

“LA INTERVENCIÓN RESPETA LA ARQUITECTURA ORIGINAL Y SUS MATERIALES”

un papel esencial: evoca el reflejo brillante del agua salada en las balsas poco profundas, generando una atmósfera luminosa y elegante sin perder sobriedad.

De este modo, el Parador refuerza su posicionamiento como destino para encuentros profesionales en un entorno natural incomparable, donde trabajo y bienestar pueden convivir.

CONVA
Fabricando desde 1988

SEPARADOR TERRAZA **MARCO**

PERSONALIZABLE

NUEVO

Pantalla

Jardinera Baja

Describe más





El spa encuentra su inspiración en el antiguo nombre romano de la Albufera, “Nacarum Stagnum” —laguna de nácar—. Este material, apreciado por su brillo y elegancia, guía la estética de un espacio concebido para la relajación profunda.

Superficies suaves, reflejos sutiles y una iluminación envolvente crean un ambiente que invita a la desconexión sensorial. La referencia al nácar no es solo estética: también evoca sus supuestas propiedades calmantes, reforzando el concepto de refugio frente al estrés cotidiano.

Aquí, el diseño prioriza la serenidad. Cada detalle contribuye a construir una atmósfera íntima donde el huésped puede reconectar consigo mismo.

Las terrazas evocan el instante en que las aves descansan sobre los troncos junto a la laguna, contemplando el horizonte. Son espacios pensados para la pausa, equipados con mobiliario confortable que invita a disfrutar del paisaje y del clima mediterráneo. Más que simples áreas exteriores, funcionan como lugares de encuentro y socialización donde el tiempo parece detenerse.

En las habitaciones, el concepto gira en torno a la hibernación y el refugio. Inspiradas en las tortugas que se resguardan bajo su caparazón y en las aves que construyen sus nidos,



Fotos: Parador de El Saler, Valencia

ofrecen una sensación de protección y calma. Los materiales naturales, la paleta suave y la iluminación cálida refuerzan esa idea de abrigo contemporáneo.

El objetivo es claro: que el huésped encuentre aquí su propio espacio de recogimiento, un entorno donde recuperar energías en contacto con la naturaleza.

Con esta reforma integral, Denys & von Arend logra transformar el Parador de El Saler en un establecimiento contemporáneo, acogedor y profundamente conectado con su entorno. El interiorismo no compite con el paisaje; lo interpreta y lo integra, estableciendo una narrativa coherente que acompaña toda la experiencia.

En un momento en el que el sector hospitality apuesta por propuestas con identidad y relato, este proyecto demuestra cómo el diseño puede convertirse en vehículo de emoción y memoria. El Parador de El Saler no solo ofrece alojamiento en un enclave privilegiado: propone una inmersión sensorial en uno de los ecosistemas más valiosos del Mediterráneo.

Foto: Parador de El Saler, Valencia



3Claveles
SPAIN 1930

La mejor
experiencia
de corte,
en tu mesa

3claveles.com



ENTREVISTA

PATRICIA VON AREND

DENYS&VON AREND





^ Foto: Parador de El Saler, Valencia

El Parador de El Saler se ubica en un enclave natural muy singular. ¿Cómo abordaron el reto de renovar el interiorismo sin perder la esencia del entorno y, al mismo tiempo, dotarlo de una nueva identidad contemporánea?

Como interioristas, entendimos desde el primer momento que el valor principal del Parador de El Saler reside en su entorno natural único, y que cualquier intervención debía respetar y dialogar con él.

Trabajamos desde el primer momento para dotar a cada espacio de un interiorismo que respirara la identidad del entorno y, al mismo tiempo, ofreciera una nueva narrativa visual y sensorial, donde la tradición y la modernidad conviven en equilibrio, reforzando la conexión de los huéspedes con la naturaleza y la cultura local.

El concepto del proyecto gira en torno al vuelo y el descanso de las aves migratorias. ¿Cómo surgió esta idea y de qué manera se traduce en el hilo conductor del interiorismo?

Nos inspiramos en el vuelo de las aves migratorias, junto con el movimiento del agua y la tierra de este paraje natural de belleza infinita, ubicado entre el Mediterráneo y el lago más grande de la Península Ibérica, la Albufera.

Para nosotras fue clave empaparnos de esa naturaleza salvaje, como punto de partida para establecer un diálogo a partir del cual el interiorismo invita al huésped a desconectar para sumergirse en un remanso de paz, encontrar un refugio donde recuperar energías.

El vestíbulo se plantea como una analogía del aterrizaje de las aves y la llegada del huésped. ¿Qué sensaciones buscaban provocar en ese primer contacto con el hotel?

A través del interiorismo se refleja la diversidad de la restinga de la Albufera, con sus dunas, tierras aplanadas, bosques y malladas. El objetivo ha sido la creación de un espacio cálido y acogedor, una recepción que proporciona una bienvenida muy confortable al Parador y contrarresta la frialdad de



la bonita piedra original existente en pavimentos y paredes. Para lograr este efecto hemos recurrido a una selección de mobiliario de formas orgánicas, tejidos en tonos naturales y algunos puntos de contraste en negro.

Hablan de una zonificación del vestíbulo inspirada en la restinga de la Albufera. ¿Qué papel juega esta organización espacial en la experiencia del cliente?

El vestíbulo se distingue por cuatro zonas bien diferenciadas, que aluden a las distintas partes de la restinga de la Albufera. Dentro de una atmósfera común de interiorismo, las piezas de mobiliario y decoración se adaptan en función de la actividad que el huésped puede realizar en cada zona.

En la cafetería, la inspiración procede del Marjal de la Albufera y la cultura del arroz. ¿Cómo influyen el color y los materiales en la creación de un ambiente a la vez cálido y fresco?

Teníamos muy claro que el espacio debía respirar el paisaje del Marjal de la Albufera y la cultura del arroz sin caer en lo literal. El color y los materiales son las herramientas clave para lograr ese equilibrio entre calidez y frescura. Partimos de una paleta de tonos tierra, inspirada en el suelo fértil de los humedales, que aporta una sensación acogedora, orgánica y muy vinculada a la vida y al trabajo del arroz. Estos colores envuelven el espacio y generan una base cálida y tranquila, casi doméstica.

Sobre esa base aparecen toques de azul, que introducen frescor visual y remiten tanto al agua del marjal como al color de las ventanas de las barracas tradicionales, un guiño cultural cargado de simbolismo y buena fortuna. En paralelo, la elección de materiales naturales y texturas honestas —acabados mates, superficies con grano, elementos que evocan la vegetación y el movimiento del agua— ayuda a equilibrar sensaciones: el espacio es acogedor, pero nunca pesado. El resultado es una cafetería que funciona como un pequeño oasis, un lugar donde el paisaje, la tradición y el confort contemporáneo conviven de forma natural.

El spa toma como referencia el concepto de “nácar”, ligado al origen etimológico de la Albufera. ¿Qué importancia tiene el componente sensorial y emocional en el diseño de espacios de bienestar?

En un espacio de bienestar, el componente sensorial y emocional es fundamental, porque es lo que realmente permite al usuario desconectar y vivir una experiencia profunda, más allá de lo puramente funcional. En el spa, la



Fotos: Parador de El Saler, Valencia



^ Foto: Parador de El Saler, Valencia

“LA CAFETERÍA SE
INSPIRA EN EL MARJAL
Y LA CULTURA DEL
ARROZ SIN CAER
EN LO LITERAL,
EQUILIBRANDO
TONOS TIERRA Y
TOQUES DE AZUL”

referencia al nácar —vinculada al origen etimológico de la Albufera— nos ofrecía un concepto muy potente desde el punto de vista simbólico y sensorial. Su brillo suave, casi iridiscente, y su carácter natural evocan calma, delicadeza y equilibrio, cualidades esenciales en un espacio pensado para el descanso.

A partir de esa inspiración, el diseño se ha construido para estimular los sentidos de forma sutil: superficies con reflejos controlados, una iluminación envolvente y matizada, y una atmósfera cálida que transmite serenidad sin estridencias. Todo está pensado para generar una sensación de refugio, un lugar donde el tiempo se ralentiza y el cuerpo y la mente entran en un estado de relajación.

Las terrazas se conciben como lugares de pausa, contemplación y socialización. ¿Qué valor tienen hoy estos espacios exteriores dentro de un establecimiento hotelero como un Parador?

Los espacios exteriores tienen un valor esencial dentro de un establecimiento hotelero, y más aún en un Parador, donde el entorno y el paisaje forman parte de la experiencia. Las terrazas dejan de ser zonas complementarias para convertirse en auténticos lugares de estancia, pensados para bajar el ritmo, observar y conectar con el lugar.

En este proyecto, la inspiración nace de ese instante en que el ave descansa sobre los troncos de la laguna, en silencio,



^ Foto: Parador de El Saler, Valencia



“EL VALOR PRINCIPAL DEL PARADOR DE EL SALER RESIDE EN SU ENTORNO NATURAL ÚNICO”

Foto: Parador de El Saler, Valencia

contemplando el horizonte. Hemos querido trasladar esa sensación de pausa y equilibrio al diseño de las terrazas, creando espacios cómodos y acogedores, equipados con un mobiliario que invita a permanecer y a disfrutar de las vistas. Son lugares pensados tanto para la contemplación individual como para la socialización, donde los huéspedes pueden encontrarse, compartir experiencias y dejarse llevar por el paisaje.

En las habitaciones, el concepto de hibernación y refugio cobra protagonismo. ¿Qué elementos clave se han utilizado para reforzar la sensación de descanso y protección del huésped?

Para reforzar la sensación de descanso y protección en las habitaciones, nos apoyamos en varios elementos clave que transmiten la idea de hibernación y refugio. En primer lugar, la paleta cromática se ha trabajado con tonos cálidos y suaves que evocan la naturaleza y la tranquilidad, generando un ambiente acogedor que envuelve al huésped de forma sutil.

El diseño de mobiliario y texturas refuerza esta sensación de resguardo: camas amplias, cabezales envolventes, tejidos suaves y materiales naturales crean una sensación de caparazón o nido, que invita a relajarse y a desconectar del exterior. La iluminación controlada y ambiental juega un papel fundamental, con luces indirectas y regulables que permiten adaptar el espacio a los ritmos de descanso, fomentando la calma y la serenidad.

Además, la disposición del espacio asegura amplitud y privacidad, elementos esenciales para la recuperación de energías. Todo ello se combina para crear habitaciones que no solo son funcionales, sino que transmiten seguridad, confort y refugio, recordando la protección natural que encuentran las tortugas y las aves en su entorno durante los periodos de hibernación o crianza.

A lo largo del proyecto se percibe un diálogo constante entre naturaleza, arquitectura existente e interiorismo contemporáneo. ¿Cómo se gestiona ese equilibrio sin caer en lo literal?

A través de un diálogo sutil y conceptual, en lugar de recurrir a representaciones literales de la naturaleza. Partimos de la observación del entorno -el paisaje de la Albufera, los humedales, la fauna y la luz- y traducimos sus formas, colores, texturas y ritmos que transformamos en decisiones de arquitectura e interiorismo. Por ejemplo, la geometría de

LA ÚNICA GUÍA DE INTERIORISTAS



DENYS &
VON AREND



ESTUDIO ANTONIO
OBRADOR

ESTUDIO
B76



ILMIODESIGN
DISEÑO A
MEDIDA



ISABEL LOPEZ
VILALTA



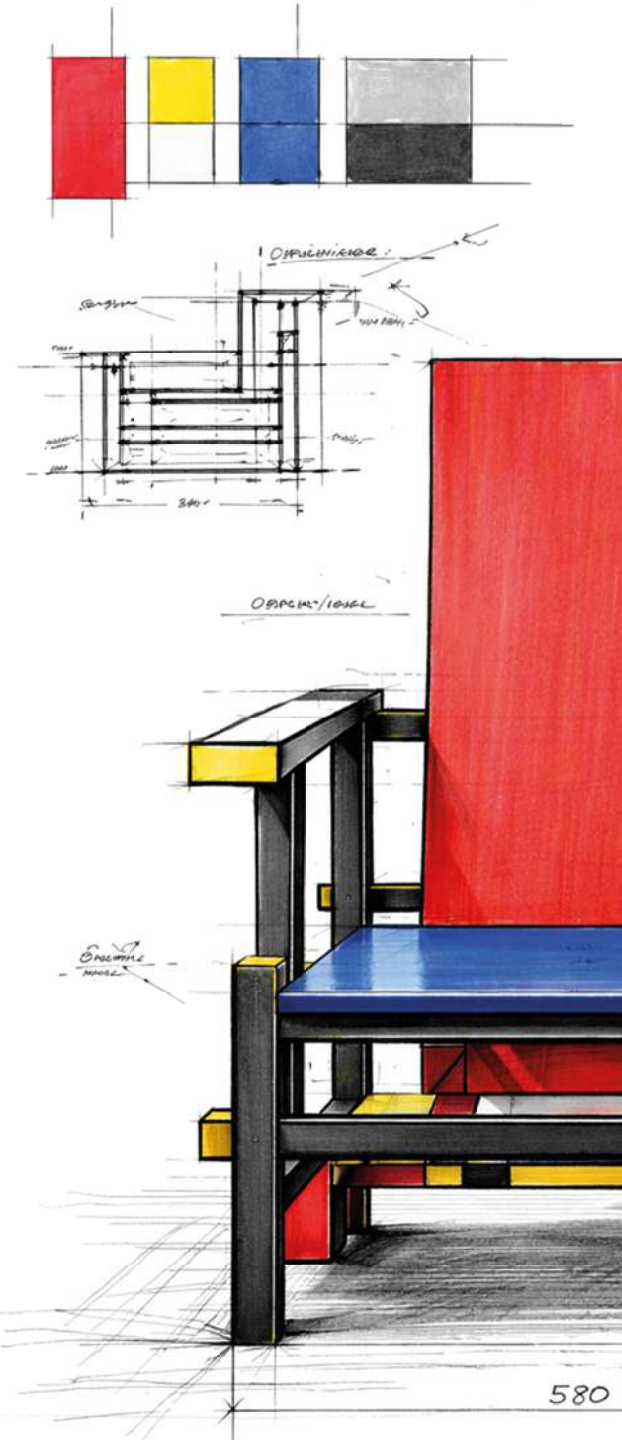
IZASKUN
CHINCHILLA
ARCHITECTS

LÁZARO
ROSA
VIOLÁN
STUDIO



TERESA SAPEY +
PARTNERS (JAMES Y
FRANCESCA S.L.)

VERUM HOTEL
DEVELOPMENT



las salinas inspira la disposición de los espacios y los recorridos, los reflejos del agua guían la iluminación, y la paleta cromática de los humedales informa los tonos de paredes, suelos y mobiliario.

Denys & Von Arend cuenta con una amplia trayectoria en proyectos hoteleros y en Paradores. ¿Qué diferencia a El Saler de otros proyectos anteriores y qué les ha aportado como estudio?

Lo cierto es que trabajar en El Saler ha supuesto una experiencia singular e irrepetible, porque no se trata únicamente de diseñar un hotel, sino de intervenir en un entorno natural único, donde el paisaje de la Albufera y los humedales condiciona cada decisión de arquitectura e interiorismo. A

diferencia de otros proyectos, aquí la relación con la naturaleza es protagonista, y cada espacio se concibe para dialogar con el entorno, respetando su riqueza ecológica y sus valores paisajísticos.

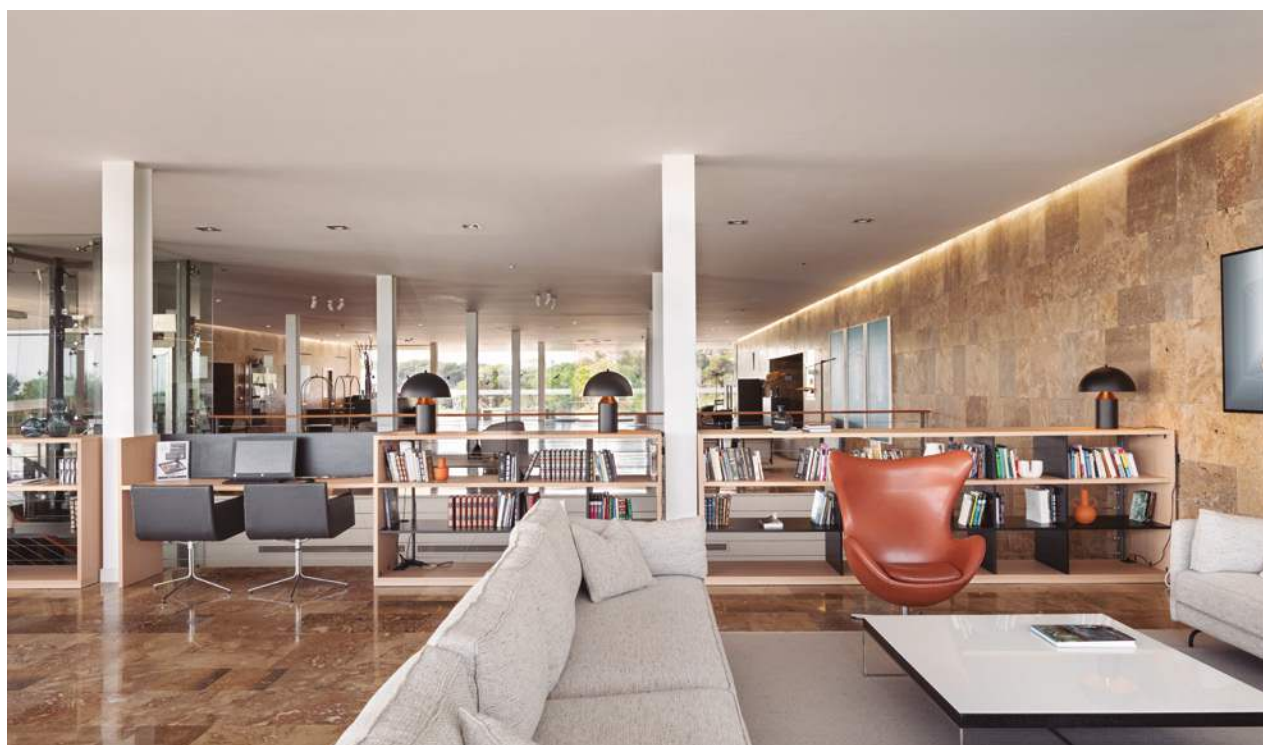
Ha sido una oportunidad valiosa para reforzar nuestro enfoque en proyectos hoteleros donde la experiencia del huésped y la conexión con el lugar son prioritarias, aportándonos aprendizajes sobre cómo equilibrar rigor técnico, emoción y narrativa espacial en contextos de gran valor ambiental y cultural.

Desde una perspectiva más amplia, ¿cómo cree que proyectos como este reflejan la evolución del interiorismo hotelero, cada vez más ligado al territorio, la sostenibilidad y la experiencia emocional del cliente?

El Parador de El Saler es el fiel reflejo de esa tendencia hotelera. Los hoteleros han comprendido que sus establecimientos no deben ser ajenos a la cultura local, que la experiencia más auténtica que puede ofrecer a sus huéspedes está en el territorio, en poner en valor lo que le hace especial. El interiorismo hotelero dice no a los hoteles impersonales en serie. Cada decisión de color, material, iluminación o distribución se toma pensando en cómo reforzar la conexión del huésped con el entorno y cómo transmitir los valores del paisaje y la cultura local. De este modo, los espacios no solo son estéticamente atractivos y funcionales, sino que generan experiencias memorables, sostenibles y emocionalmente enriquecedoras para quienes los habitan.

“LA TRADICIÓN Y
LA MODERNIDAD
CONVIVEN EN
EQUILIBRIO”

✓ Foto: Parador de El Saler, Valencia



CASA DECOR 2026



9 de abril - 24 de mayo

**Calle San Agustín 11, Madrid
(esquina con calle Cervantes)**

**#CasaDecorSostenible
#CasaDecor2026**

REPORTAJE

LAVADO INDUSTRIAL

LA REVOLUCIÓN SILENCIOSA

En el sector hotelero, donde cada detalle cuenta, la lavandería industrial ha pasado de ser un área operativa secundaria a convertirse en un pilar estratégico. La calidad de los textiles -sábanas, toallas, mantelería- influye directamente en la percepción del cliente, mientras que la eficiencia del proceso impacta en costes, sostenibilidad y productividad.

> Foto: Electrolux





En la experiencia hotelera, hay elementos que el cliente no siempre ve, pero que determinan su percepción desde el primer instante. La suavidad de una toalla, el blanco impecable de unas sábanas o el aroma de la ropa de cama hablan, y mucho, del estándar de un establecimiento. Son detalles silenciosos, casi invisibles, pero capaces de elevar o arruinar una estancia. Detrás de esa primera impresión se esconde un engranaje complejo, altamente tecnificado y cada vez más estratégico: la lavandería industrial.

Lejos de ser un área secundaria o meramente operativa, este servicio ha evolucionado hasta convertirse en un auténtico centro neurálgico dentro de hoteles, resorts y grandes colectividades. Su impacto va mucho más allá de la limpieza: influ-

ye en la eficiencia de los equipos, en la optimización de costes, en la sostenibilidad del negocio e incluso en la capacidad de adaptación a picos de demanda. En un contexto marcado por la exigencia del cliente, la presión sobre los márgenes y el avance de la digitalización, cada ciclo de lavado cuenta.

Además, la irrupción de nuevas tecnologías, junto con una creciente conciencia medioambiental, está redefiniendo por completo los procesos tradicionales. Hoy, hablar de lavandería industrial es hablar de automatización, trazabilidad, ahorro energético y control total de la calidad. Un ámbito en plena transformación que, aunque permanece fuera de la vista del huésped, se ha convertido en una pieza clave para garantizar su satisfacción.

¿Cómo está evolucionando este engranaje esencial dentro de la hostelería? ¿Qué innovaciones están marcando la diferencia en términos de eficiencia, higiene y sostenibilidad? Y, sobre todo, ¿qué papel jugará en el futuro inmediato de un sector cada vez más competitivo?

De servicio invisible a factor clave

Durante años, la lavandería operó en la sombra, como un engranaje silencioso dentro del hotel. Sin embargo, en la era de las reseñas online y la hiperexigencia del cliente, su impacto se ha vuelto más visible que nunca. Hoy, la gestión del lavado no solo condiciona la operativa interna, sino que influye directamente en la reputación del establecimiento.

En relación a esto, desde LAVATUR Autoservicio de Lavandería, su directora comercial, Mercedes Calleja García, explica que, en los últimos años, la lavandería industrial ha pasado de ser un servicio operativo de soporte a convertirse en un elemento estratégico dentro de la experiencia del cliente. Tal y como describe, “la calidad, frescura e higiene de la ropa de cama, toallas o textiles influyen directamente en la percepción del huésped y en la reputación del establecimiento. Hoy en día, este departamento contribuye también a la eficiencia operativa, la sostenibilidad y el control de costes, por lo que se integra cada vez más en la gestión global del hotel o restaurante”.

A la vez, desde DOMUS, Andreu Arrom, director comercial, detalla que este servicio impacta en la actualidad directamente en tres factores clave: experiencia del huésped, control de costes y sostenibilidad. En su opinión, “la calidad de los textiles es visible para el cliente, pero la eficiencia del proceso es crítica para la rentabilidad del establecimiento”.

En concreto, Rocío Matesanz, Digital Marketing Specialist de Electrolux Professional España, observa que la evolución ha sido drástica: la lavandería ha pasado de ser un mero proceso de limpieza a convertirse en un motor central de rentabilidad y sostenibilidad para el hotel. “Hoy en día, la operación global exige priorizar la eficiencia operativa”.



Además, describe que la incorporación de equipos de lavandería profesionales supone importantes ahorros, ya que reducen considerablemente los gastos corrientes a la vez que aumentan la eficiencia operativa. “Teniendo en cuenta que los consumos de agua, energía y productos químicos representan hasta el 90% del coste del ciclo de vida de una lavadora comercial, la decisión de integrar equipos eficientes impacta directamente en la cuenta de resultados del establecimiento. Esto permite ofrecer un estándar de calidad, higiene y bienestar de máximo nivel a los huéspedes, mientras se protege y maximiza la rentabilidad”.

No obstante, lo cierto es que lograr una lavandería eficiente no es caso de improvisación, es decir, tal y como indica Andreu Arrom, se diseña como un sistema productivo completo. El diseño de una lavandería eficiente empieza mucho antes de instalar las máquinas. “Es necesario analizar el volumen de textiles, los flujos de trabajo, el espacio disponible y la organización operativa para definir la combinación adecuada de equipos. Cuando la planificación es correcta, se consigue una instalación capaz de procesar más textiles con menos energía, menos agua y menos tiempo operativo”.

Además, Mercedes Calleja García añade los pasos que se deben llevar a cabo, como, por ejemplo, realizar un estudio

LA CALIDAD DE LOS
TEXTILES ES VISIBLE
PARA EL CLIENTE,
PERO LA EFICIENCIA
DEL PROCESO ES
CRÍTICA PARA LA
RENTABILIDAD DEL
ESTABLECIMIENTO.

ECOSMART LAUNDRY

La solución avanzada para la lavandería industrial y hotelera,
que integra tecnologías de última generación en un único sistema.



Da un paso hacia el futuro de la lavandería:
revolucionla operativa de tu negocio
con un sistema inteligente y optimizado.



DOMUS
DOMUSLAUNDRY.COM

Externalización vs lavandería interna: eficiencia, control y estrategia operativa

En la gestión hotelera contemporánea, la decisión entre mantener una lavandería interna o externalizar el servicio se ha convertido en un eje estratégico de primer nivel. No se trata únicamente de una cuestión de costes, sino de cómo cada establecimiento entiende su modelo operativo y qué nivel de control desea mantener sobre un proceso clave pero poco visible para el cliente final. La lavandería interna ofrece inmediatez, supervisión directa y mayor capacidad de adaptación a las necesidades específicas del hotel, especialmente en entornos de alta exigencia o con estándares muy personalizados.

Por otro lado, la externalización aporta escalabilidad, reducción de inversión en maquinaria y personal, y una mayor flexibilidad ante picos de demanda, algo especialmente relevante en destinos turísticos estacionales o en grandes cadenas con múltiples ubicaciones. Sin embargo, también implica depender de terceros en aspectos críticos como los tiempos de entrega, la consistencia en la calidad o la capacidad de respuesta.

En este contexto, Andreu Arrom, director comercial de DOMUS señala que “gestionar la lavandería internamente significa tener control total sobre la experiencia textil del cliente”.

Mientras tanto, considera que externalizar la lavandería puede ser una opción válida para algunos establecimientos, especialmente cuando el volumen de textiles es reducido. Sin embargo, en su opinión, “muchos hoteles optan por mantener la lavandería interna porque les permite tener control directo sobre la calidad, los tiempos de servicio y los costes operativos. Además, con maquinaria eficiente y sistemas de gestión conectada, la lavandería interna puede convertirse en un elemento estratégico dentro de la operación del hotel”.

Por su parte, Mercedes Calleja García, directora Comercial de LAVATUR Autoservicio de Lavandería, apunta que la externalización permite reducir costes de inversión, liberar espacio y centrarse en la actividad principal. También aporta flexibilidad y acceso a tecnología avanzada. Sin embargo, “la lavandería interna ofrece mayor control de calidad y tiempos, por lo que la combinación de ambos modelos suele ser la opción más eficiente”.

En este equilibrio entre control y eficiencia, cada hotel debe definir qué peso tiene la lavandería dentro de su propuesta de valor y qué modelo le permite operar con mayor estabilidad y rentabilidad.

LA DIGITALIZACIÓN PERMITIRÁ GESTIONAR LAS INSTALACIONES MEDIANTE DATOS



Foto: Domus

previo de volumen, rotación de textiles, espacio disponible y recursos. “El dimensionamiento adecuado de lavadoras, secadoras y equipos de acabado es clave. En muchos casos, se combina maquinaria de gran capacidad con equipos más flexibles para picos de demanda, optimizando así tiempos y consumos”.

Innovación tecnológica

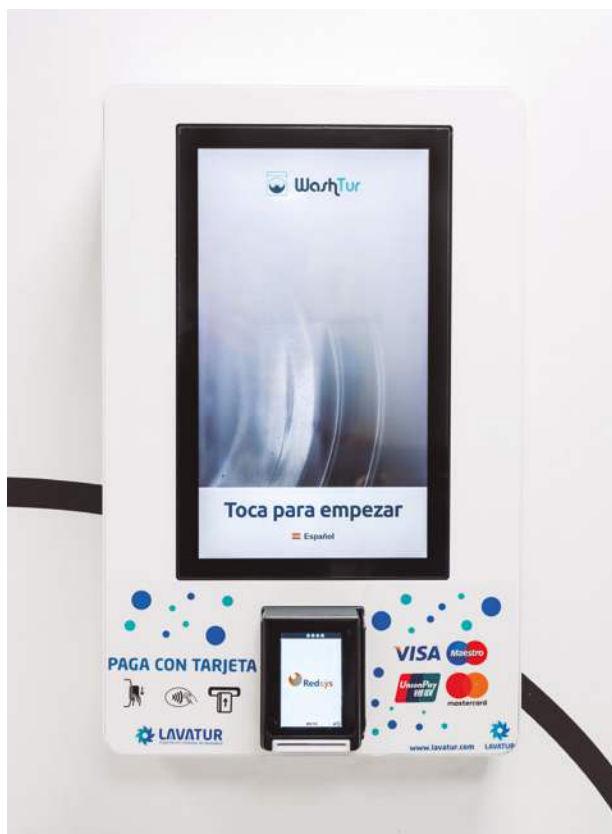
Si algo define la evolución reciente del lavado industrial es la incorporación de inteligencia en cada fase del proceso. Las máquinas ya no solo lavan: analizan, dosifican, optimizan y aprenden. Esta transformación tecnológica está permitiendo alcanzar niveles inéditos de precisión, reduciendo tiempos y elevando los estándares de higiene sin aumentar los costes operativos.

En este punto, Andreu Arrom explica que la innovación en lavandería industrial se centra en procesar más textiles con menos recursos. Según analiza, “las lavadoras actuales optimizan automáticamente parámetros como agua, temperatura o detergente para garantizar resultados constantes con menor consumo”. “La principal diferencia actual radica en la tecnología inteligente que maximiza el rendimiento y elimina el desperdicio”, comparte Rocío Matesanz.



PRODUCTOS QUÍMICOS de limpieza





^ Fotos: LAVATUR Autoservicio de Lavandería

Igualmente, Mercedes Calleja García observa que los avances más relevantes incluyen sistemas de control de humedad en secadoras, optimización automática de ciclos, reducción de tiempos de lavado y tecnologías de ahorro energético. Mientras tanto, en planchado, indica que los sistemas de vapor y prensas automáticas permiten mayor rapidez, menor desgaste de los textiles y resultados más homogéneos. Además, “los equipos actuales garantizan temperaturas y procesos que aseguran altos niveles de desinfección”.

Igualmente, continúa explicando que los fabricantes están incorporando sensores de carga, sistemas de dosificación automática y control remoto a través de aplicaciones. “Estas tecnologías optimizan el uso de agua, energía y productos químicos, reducen errores humanos, mejoran la trazabilidad y permiten anticipar incidencias mediante mantenimiento predictivo, lo que incrementa la productividad y la sostenibilidad”.

Por otro lado, la digitalización está transformando el sector. “Hoy las máquinas pueden integrar sensores de carga, dosificación automática de detergente, control remoto y plataformas de conectividad que permiten supervisar toda la lavandería”, opinan desde DOMUS. De igual manera, desde Electrolux Professional España, añaden que, a nivel global, la industria de la lavandería está adoptando la digitalización y el Internet de las Cosas (IoT) como el nuevo estándar. “La ten-



dencia general de los fabricantes es incorporar sensores de pesaje dinámico y bombas de dosificación automática para evitar el error humano y dejar de lavar basándose en estimaciones. Estas novedades impactan radicalmente en la sostenibilidad, al evitar la sobredosis de detergente y el desperdicio de recursos, así como en la productividad, automatizando procesos mecánicos”.

Sin embargo, continúa explicando que no basta solo con sensores físicos; la clave está en cómo conectar toda esa información, siendo necesario entender la lavandería como un ecosistema interconectado.

La tecnología también debe simplificar el trabajo del operador. En este sentido, el director comercial de DOMUS detalla que el diseño de la maquinaria actual busca facilitar el trabajo del personal y reducir errores operativos. “Interfaces intuitivas, sistemas de programación simplificados y automatización de procesos permiten que la operación diaria sea más eficiente y precisa. Además, el diseño ergonómico de las máquinas, y accesorios como zócalos integrados, contribuyen a mejorar las condiciones de trabajo en la lavandería”.

En este aspecto, el Digital Marketing Specialist de Electrolux Professional España, observa que el sector se enfrenta a un doble reto diario: la altísima exigencia física del operario y la constante rotación de personal. Por eso, “la ergonomía y la



usabilidad ya no son un lujo, sino herramientas fundamentales para garantizar la retención de talento, seguridad y productividad en una lavandería profesional”.

Además, continúa explicando cómo, desde su experiencia diseñando equipos, se ha comprobado que los pequeños detalles, como adaptar la altura de las puertas o facilitar el acceso de los filtros, lo cambian todo.

Por otro lado, en cuanto al esfuerzo formativo, “la solución pasa por replicar la tecnología que todos llevamos en el bolsillo. Si integramos interfaces táctiles intuitivas como un smartphone, la curva de aprendizaje desaparece. Cualquier empleado nuevo sabe operar la máquina con precisión desde el primer momento, evitando errores humanos que pueden arruinar los textiles de un hotel”.

Equipos especializados y optimización de procesos

Pero la verdadera revolución no está únicamente en mejorar lo existente, sino en repensar el proceso completo. La incorporación de equipos especializados ha cambiado la lógica de trabajo en muchas lavanderías, permitiendo flujos más continuos, automatizados y adaptados a cada tipo de textil. El resultado: más eficiencia con menos intervención.

**LAVANDERÍA
CINCO ESTRELLAS**

GIRBAU
BEYOND LAUNDRY

La atención al detalle, la experiencia y la búsqueda de la excelencia son pilares fundamentales tanto para nosotros como para nuestros clientes. Este compromiso nos ha llevado a ser el referente en soluciones completas de lavandería para todo tipo de hoteles y grandes cadenas. En Girbau, no nos limitamos a diseñar y entregar máquinas fiables y sostenibles; también ofrecemos un servicio cinco estrellas mediante un apoyo continuo con consultoría y auditoría en las instalaciones del cliente. Estos servicios de alto valor nos permiten mejorar la eficiencia y sostenibilidad de la lavandería, generando un impacto positivo en el negocio, los huéspedes y el planeta.



^ Foto: Electrolux

En este aspecto, “cuando el volumen de textiles aumenta, la clave no está en una máquina concreta sino en cómo se diseña todo el sistema de lavandería. Equipos de acabado como calandras industriales o plegadoras permiten optimizar el flujo de trabajo y aumentar la productividad del personal”, analiza Andreu Arrom.

Estos equipos permiten trabajar con grandes volúmenes de manera continua, “reduciendo tiempos de procesamiento y costes de mano de obra. Los túneles de lavado optimizan el consumo de agua y energía, las planchas automáticas mejoran la calidad y velocidad del acabado, y los sistemas de plegado reducen errores y aumentan la productividad, especialmente en entornos de alta demanda”, continúa exponiendo Mercedes Calleja García.

Y, detalla cómo las máquinas modernas permiten programar ciclos específicos según tejido, grado de suciedad, dureza del agua o tipo de producto químico. “Esto facilita adaptar los procesos a distintos sectores como hoteles, restauración, wellness o gimnasios, garantizando mejores resultados y mayor durabilidad de los textiles”.

En definitiva, cada textil necesita su propio proceso para obtener el mejor resultado. Junto a esto, también, “cada establecimiento hotelero trabaja con textiles y necesidades diferentes. Las máquinas actuales permiten configurar programas específicos según el tipo de tejido, nivel de suciedad o proceso de acabado requerido. Esta flexibilidad permite optimizar cada ciclo y garantizar resultados consistentes en distintos tipos de textiles”, concluyen desde DOMUS.

Sostenibilidad: menos consumo + rendimiento

En paralelo, la presión por reducir el impacto ambiental ha dejado de ser una opción para convertirse en una prioridad estratégica. La lavandería, tradicionalmente intensiva en consumo de agua y energía, se sitúa hoy en el centro de los esfuerzos por avanzar hacia modelos más responsables. De este modo, la clave está en hacer más con menos... sin renunciar a la calidad.

Como indican desde DOMUS, la eficiencia energética es hoy uno de los principales retos del sector. “Las nuevas generaciones de maquinaria permiten optimizar el consumo de agua, energía y detergentes mediante control electrónico avanzado y ciclos de lavado más eficientes”.

De este modo, el gran reto de la industria hoy es conseguir hacer más con menos. “A nivel general, los fabricantes estamos rediseñando los equipos para abandonar los ciclos de lavado fijos y apostar por la adaptación en tiempo real. La tendencia es mejorar la acción mecánica de los tambores y desarrollar sistemas que ajusten los recursos a la carga exacta, para que un establecimiento no gaste lo mismo lavando a media carga que a carga completa”, definen desde Electrolux Professional España. Asimismo, desde LAVATUR Autoservicio de Lavandería añaden que los equipos actuales incorporan programas de lavado en frío, recuperación de agua, reducción de consumo energético y sistemas inteligentes de dosificación. Además, “se diseñan para trabajar con productos químicos más ecológicos y biodegradables, manteniendo altos estándares de limpieza”.

LA CONECTIVIDAD ESTÁ TRANSFORMANDO EL CONTROL DE CALIDAD EN LAVANDERÍA.

Sin embargo, el mayor salto en eficiencia energética lo estamos viendo en la fase de secado. De hecho, “como empresa de maquinaria industrial, hemos apostado fuertemente por estandarizar la tecnología de bomba de calor. Al integrarla en las secadoras de la Línea 6000, hemos logrado reducir su consumo un 65% respecto a una secadora de evacuación. Lo más interesante de esta adaptación técnica es que no sacrifica la calidad y, en cambio, la mejora. Al operar a temperaturas más bajas, el proceso no solo ahorra energía, sino que también protege los tejidos delicados, como la seda y la lana. Es la demostración perfecta de que la máxima eficiencia y el cuidado textil van de la mano”, analiza Rocío Matesanz.

Asimismo, destaca que, más allá del ahorro de energía, la verdadera innovación en los procesos busca reducir la huella química en el agua y alargar la vida útil de los tejidos. En su mayoría, “el sector ha entendido que sobrelavar o “resecar”

las prendas no solo contamina más, sino que destruye la ropa prematuramente, obligando a reponerla y multiplicando el impacto medioambiental”.

Mientras tanto, Mercedes Calleja García indica que destacan los ciclos optimizados, la reutilización de agua, el control de humedad en secado y el uso de detergentes sostenibles. “También se están implantando procesos que reducen la necesidad de planchado o permiten trabajar con temperaturas más bajas sin perder eficacia”.

En definitiva, desde DOMUS determinan que la sostenibilidad real se consigue cuando cada decisión operativa está basada en datos. Así, pues, en su opinión, la reducción de la huella ambiental pasa por optimizar todo el proceso de lavandería. “Desde el diseño de máquinas más eficientes hasta la gestión inteligente de consumos mediante sistemas de monitoriza-

RAPID-O

LAVADO TEXTIL
CON OZONO



PÁSATE AL SISTEMA RAPID-O Y EMPIEZA A AHORRAR EN CADA LAVADO

LAVADO A TEMPERATURA AMBIENTE

AHORRO DE ENERGÍA, TIEMPO Y COSTES

MAYOR VIDA ÚTIL DE LOS TEJIDOS

REDUCCIÓN DE LA HUELLA DE CARBONO

EXPERTS IN CLEAN. PARTNERS IN CARE.


CHRISTEYNS
PROFESSIONAL HYGIENE

EL DISEÑO DE UNA LAVANDERÍA EFICIENTE EMPIEZA MUCHO ANTES DE INSTALAR LAS MÁQUINAS.

ción, cada mejora contribuye a reducir el impacto ambiental. El análisis de datos operativos permite identificar oportunidades de mejora en ciclos, cargas o consumos energéticos, facilitando una gestión mucho más eficiente”.

Higiene, trazabilidad y control de calidad

Sin embargo, eficiencia y sostenibilidad no pueden comprometer un aspecto crítico: la higiene. En un entorno donde la seguridad sanitaria es irrenunciable, garantizar procesos de desinfección fiables y medibles es fundamental. Aquí es donde entran en juego la trazabilidad y los sistemas de control, que aportan transparencia y confianza tanto al operador como al cliente final. Por ejemplo, en lavandería profesional, “la higiene no depende solo del detergente, sino del control

preciso de todo el proceso. La hostelería exige estándares de higiene cada vez más rigurosos. Las lavadoras industriales actuales permiten trabajar con programas específicos de desinfección que combinan temperatura, acción mecánica y control preciso del proceso. Esto permite garantizar resultados higiénicos consistentes sin comprometer la durabilidad de los textiles”, analiza Andreu Arrom.

Asimismo, Mercedes Calleja García concreta que las máquinas actuales integran ciclos específicos de desinfección con control de temperatura, tiempos prolongados y productos adecuados como oxígeno activo o cloro según el tipo de tejido. “El secado a temperaturas controladas y los programas específicos garantizan la eliminación de bacterias, virus y olores. Sin olvidar los procesos de lavado con generadores de OZONO y productos específicos para este tipo de lavados siempre en FRÍO”.

✓ Foto: Electrolux



Junto a esto, otro tema de gran relevancia es asegurar que cada lote de ropa o textil que se trata cumpla con los requisitos de inocuidad y satisfacción del cliente. En este sentido, el director comercial de DOMUS indica que la telemetría convierte la lavandería en un proceso medible y optimizable. “La conectividad está transformando el control de calidad en lavandería. Los sistemas actuales permiten registrar información de cada ciclo, desde parámetros de lavado hasta consumos o rendimiento de las máquinas”.

Y, la directora Comercial de LAVATUR Autoservicio de Lavandería concluye indicando que los sistemas actuales permiten registrar datos de cada ciclo, controlar remotamente los procesos y asegurar que se cumplen los parámetros de lavado. “Algunas soluciones incluyen sistemas de trazabilidad y control digital que facilitan auditorías, control de calidad y prevención de incidencias”.

El futuro

Y mientras el presente ya exige eficiencia como condición indispensable para competir en el sector hotelero, el futuro de la lavandería industrial apunta aún más alto, hacia un ecosistema completamente interconectado y basado en la inteligencia operativa. La digitalización, el análisis de datos en tiempo real y la integración de soluciones cada vez más sostenibles están dibujando una nueva generación de lavanderías donde la automatización dejará de ser una mejora

puntual para convertirse en el estándar del sector. En este modelo emergente, cada fase del proceso, desde la clasificación inicial hasta el acabado final, estará monitorizada, conectada y optimizada al milímetro, permitiendo decisiones más rápidas, precisas y eficientes en el uso de recursos.

De esta manera, desde LAVATUR Autoservicio de Lavandería detallan que el futuro estará marcado por la automatización, la digitalización, la sostenibilidad y la integración de sistemas inteligentes. Tal como explica se verá más control remoto, mantenimiento predictivo, soluciones ecológicas y centralización de servicios. “La inversión en equipos avanzados y formación será clave para mejorar la eficiencia, reducir costes y ofrecer una experiencia superior al cliente”.

Al mismo tiempo, desde DOMUS también observan que el futuro de la lavandería industrial es la gestión inteligente del sistema completo. “La lavandería del futuro será más conectada, más automatizada y más eficiente energéticamente. La digitalización permitirá gestionar las instalaciones mediante datos, optimizando consumos, anticipando mantenimiento y mejorando la productividad. En este escenario, conceptos como ECOVOLUTION reflejan la dirección del sector: tecnología avanzada aplicada a mejorar eficiencia, sostenibilidad y control operativo”.

LA CALIDAD,
FRESCURA E HIGIENE
DE LA ROPA INFLUYEN
DIRECTAMENTE EN
LA PERCEPCIÓN DEL
HUÉSPED Y EN LA
REPUTACIÓN DEL
ESTABLECIMIENTO.

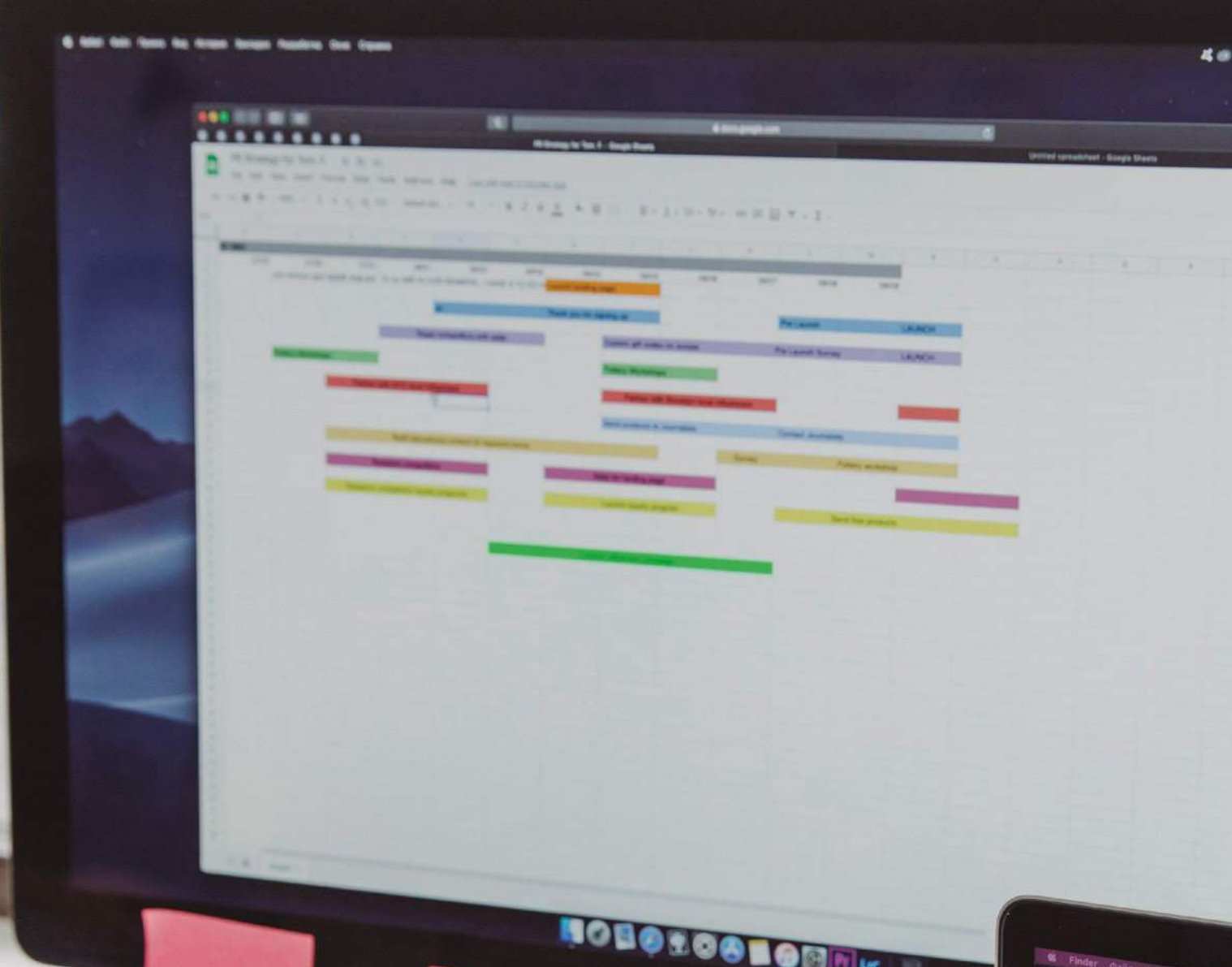
Productos de alto rendimiento para Lavandería Industrial

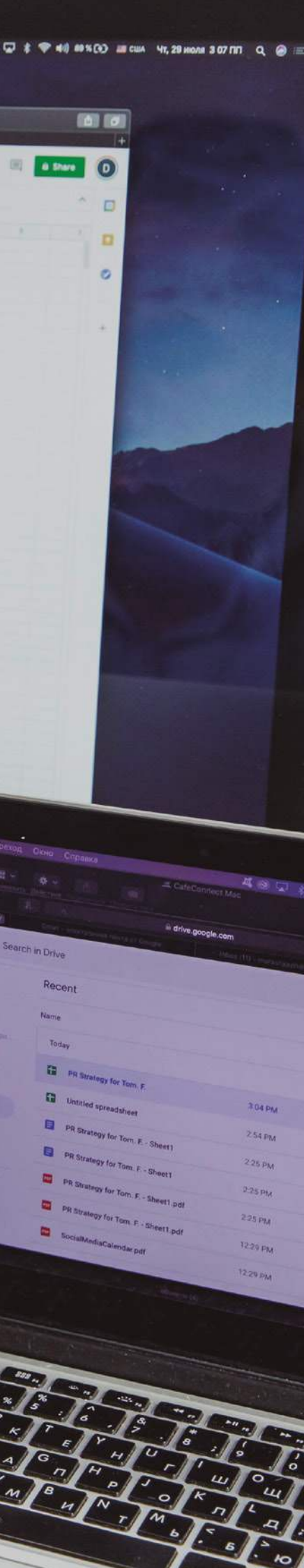
Reducción de la huella hídrica
Máxima eficacia de lavado
Optimización de recursos
Protección de tejidos



Tel. +34 937 132 025 | info@saproder.com · www.saproder.com
Registro Desinfectantes Hospitalarios: 6181DS
Registro Productos Sanitarios: 6128-PS
ROESP - B-0102-E







REPORTAJE

SOFTWARE Y PROGRAMAS DE GESTIÓN

EL CEREBRO DEL HOTEL

La hostelería ya no se gestiona solo entre fogones, mostradores o recepciones. Hoy, gran parte del éxito de un negocio se decide en un entorno invisible: el de los datos, la automatización y la conectividad. El software de gestión ha pasado de ser un apoyo administrativo a convertirse en el auténtico sistema nervioso del establecimiento. Pero ¿hasta qué punto está transformando la operativa, la experiencia del cliente y la rentabilidad? Y, sobre todo, ¿están los negocios aprovechando todo su potencial?

Hubo un tiempo en el que digitalizarse era una opción. Hoy, directamente, no hacerlo es quedarse fuera del mercado.

En los últimos años, la adopción de software de gestión ha dado un salto definitivo en la hostelería, impulsada tanto por la presión competitiva como por la evolución del cliente digital. A ello se suma la consolidación de la nube, que ha eliminado muchas de las barreras de acceso tradicionales.

El resultado es claro: la tecnología ya no solo acompaña al negocio, sino que lo define. Y este cambio de paradigma es el punto de partida de todo lo demás.

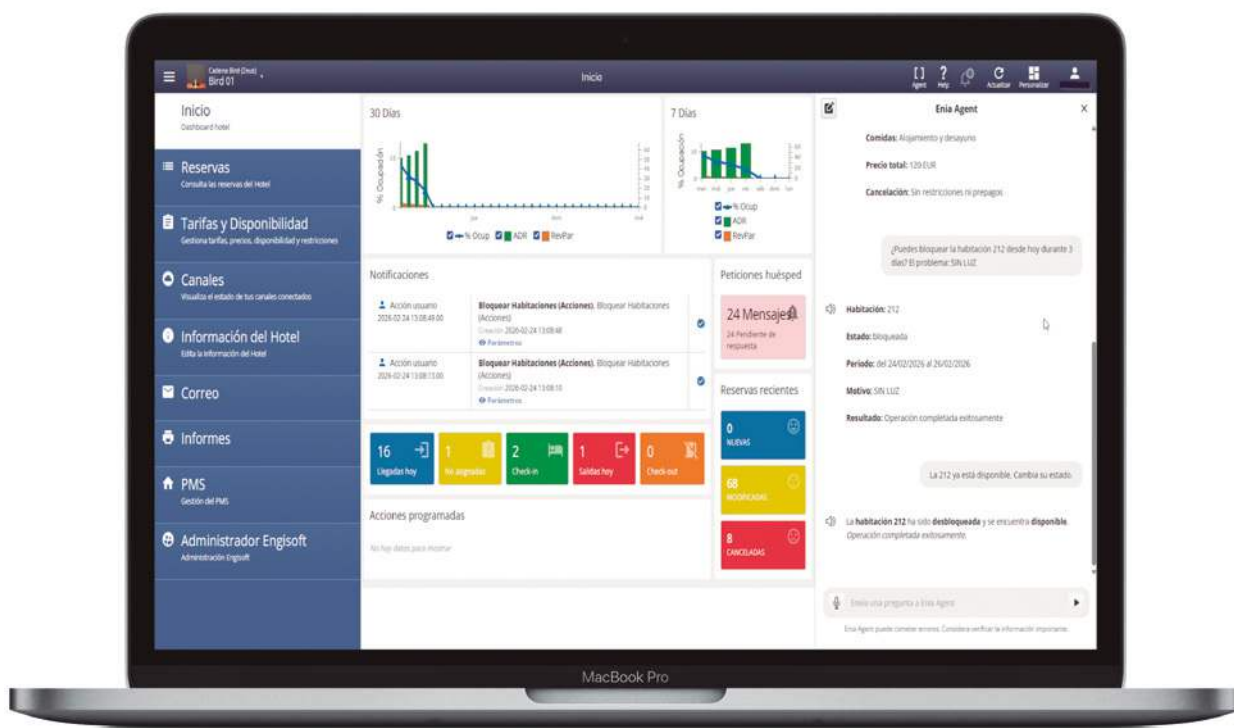
Así pues, Sebastia Vidal, director Turismo en CEI / QuoHotel, observa que la adopción de software de gestión en la hostelería ha experimentado un crecimiento acelerado, impulsado por la necesidad de operar con mayor eficiencia y por el impacto de la digitalización en la experiencia del huésped. “La diferencia frente a etapas anteriores es clara: hoy el software no es un soporte administrativo, sino un activo estratégico que determina la competitividad del establecimiento”.

Lo cierto es que, tal y como indica Jorge Juárez Ayuso, relaciones Institucionales de Loomis Pay, la hostelería ha pasado de “tener un TPV” a construir un ecosistema conectado: gestión operativa, pagos, control de caja, datos y experiencia de cliente, todo en tiempo real. Así, detalla que la adopción se ha acelerado por tres motivos claros: falta de tiempo (menos personal y más rotación), necesidad de control (márgenes ajustados) y expectativas del cliente (rapidez y fricción cero).

En este sentido, en los últimos años hemos pasado de sistemas aislados a plataformas que conectan todas las áreas del negocio. “La pandemia fue el empujón definitivo, aunque para muchos llegó antes de estar preparados. Hoy el software de gestión ya no es un lujo, es un pilar esencial para que el negocio hostelero funcione. Y la diferencia entre los establecimientos que van bien y los que luchan tiene mucho que ver con si la tecnología forma parte real de su día a día o sigue siendo algo que está ahí y no se acaba de usar”, define Miguel Á. Reboreda, Desarrollador de software en Landín Informática.

Además, según indica Mariola Molina Lloret, directora Comercial de Gruphotel, cada vez más, los clientes buscan soluciones que simplifiquen la operativa y les permitan tener una visión más clara de su negocio. En su opinión, hoy la tecnología no solo mejora la gestión interna, sino que también influye directamente en la experiencia del cliente. “Cuando los procesos funcionan bien y la información está centralizada, los equipos pueden dedicar más tiempo a lo realmente importante en hostelería: cuidar al huésped y ofrecer un mejor servicio”. En este sentido, la competitividad de un establecimiento no solo depende de sus instalaciones, sino de su agilidad digital. “Contar con una plataforma moderna permite reaccionar a los cambios del mercado en tiempo real, algo vital en un sector donde cada decisión basada en datos marca la diferencia en la rentabilidad”, explica Marta Sàbat, Dpto. Marketing de ENGISOFT Hotel. A lo que Jorge Juárez Ayuso añade que esta competitividad se decide en detalles operativos: cobrar más rápido, reducir errores, cerrar caja sin sustos,

✓ Foto: Engisoft



consolidar datos de ventas y tomar decisiones con información fiable. “El software ya no es un “extra”: es el motor que permite servir mejor, con más control y menos esfuerzo”.

En este proceso de transformación, hay un elemento que ha actuado como verdadero catalizador: la migración a la nube. Más allá de una evolución tecnológica, supone un cambio estructural en la forma de gestionar los negocios hosteleros, eliminando barreras técnicas y abriendo la puerta a modelos más ágiles, escalables y conectados. Pero ¿hasta qué punto esta transición está impactando realmente en la operativa diaria y en la rentabilidad?

Tal y como explica Iñigo Azcona, Hospitality Business Development Director, TP-Link España, la migración a la nube permite gestionar de forma remota todos los sistemas del establecimiento sin necesidad de infraestructura local compleja. Esto facilita el despliegue, reduce costes de mantenimiento y permite escalar rápidamente según las necesidades del negocio. Además, “en entornos con varias ubicaciones, la gestión centralizada desde la nube permite monitorizar, configurar y mantener todos los sistemas desde una única plataforma, mejorando el control operativo y la capacidad de respuesta ante incidencias”.

EL SOFTWARE YA NO ES UN EXTRA: ES EL MOTOR QUE PERMITE SERVIR MEJOR, CON MÁS CONTROL Y MENOS ESFUERZO.

Asimismo, Jordi Ferrer, director Marketing y Comunicación tSpoonLab, añade que la nube permite el acceso a información crítica en tiempo real desde cualquier lugar. “En el contexto actual de inflación, donde los márgenes se han estrechado y los precios de venta han subido, la rentabilidad ya no

El PMS con Inteligencia Artificial

Automatiza procesos, resuelve dudas al instante y ejecuta acciones desde el PMS.



EFICIENCIA
OPERATIVA



DISPONIBLE 24/7



MULTILINGÜE

ENGISOFT [HOTEL]

<El Software que facilita tu día a día>

engisofthotel.com

se recupera repercutiendo costes al cliente, sino mejorando la eficiencia interna. La tecnología cloud es la herramienta que permite esa sostenibilidad operativa necesaria para seguir siendo competitivos”.

El modelo Cloud ha democratizado el acceso a la mejor tecnología. Ahora, “hoteles de cualquier tamaño pueden disponer de herramientas de alto nivel sin necesidad de invertir en servidores físicos ni mantenimiento técnico complejo. Además, aporta una ventaja competitiva clave: la movilidad. El gestor puede supervisar su negocio y tomar decisiones desde cualquier lugar y dispositivo”, analizan desde Engisoft.

Lo cierto es que, hace no tanto, cambiar de software en un hotel implicaba técnicos, servidores, instalaciones y días de interrupciones. “La nube ha cambiado eso por completo. Hoy una actualización llega sola, puedes acceder al sistema des-

de cualquier sitio y no hay un servidor en el sótano del que dependa todo. Ahora bien, no es la solución universal que a veces se vende. Un establecimiento pequeño y sencillo puede no necesitar esa complejidad, y la dependencia de una buena conexión a internet o los cortes de servicio puntuales son realidades que hay que tener en cuenta”, describen desde Landín Informática

Como todo, la clave está en elegir la herramienta que encaja con el negocio que tienes, no con el que te gustaría tener.

El ecosistema digital

Digitalizar un negocio hostelero ya no consiste en sumar aplicaciones o incorporar soluciones aisladas. El verdadero salto cualitativo está en construir un ecosistema tecnológico coherente, donde cada pieza no solo cumple una función, sino que encaja con el resto para generar una operativa fluida, conectada y eficiente.

Hoy, PMS, TPV, CRM, ERP o channel managers forman la base tecnológica de cualquier establecimiento competitivo. Sin embargo, como apuntan los expertos, el valor no está en cada sistema por separado, sino en su capacidad de integrarse y trabajar como un todo. Porque cuando la información fluye sin fricciones, el negocio gana en agilidad, control y visión estratégica, y es ahí donde empieza a notarse el impacto real en el día a día.

En este sentido, desde el sector tecnológico lo resumen de forma clara: “para nosotros, un ecosistema sólido se apoya en tres pilares. Primero, el PMS (Property Management System), que es el centro de mando donde se gestiona toda la operativa. Segundo, el Channel Manager, que actúa como un distribuidor global para que tus habitaciones estén a la venta en todos los portales (como Booking o Expedia) de forma sincronizada. Y tercero, el CRM, que es la memoria del hotel; nos permite conocer al huésped para ofrecerle una experiencia personalizada. Si estos sistemas no están integrados, el hotelero pierde eficiencia y oportunidades de venta”, señalan desde Engisoft.

En la misma línea, desde la perspectiva operativa, se subraya que “un negocio hostelero moderno necesita varios sistemas que trabajen de forma integrada para poder gestionar el día a día con eficiencia”. En el caso de los hoteles, el PMS se sitúa como núcleo del sistema, ya que gestiona reservas, disponibilidad y la operativa diaria. A su alrededor, los channel managers permiten optimizar la distribución online manteniendo tarifas y cupos actualizados en todos los canales, mientras



Foto: Pixabay

que los CRM ganan protagonismo al permitir conocer mejor al huésped, anticipar sus preferencias y personalizar la comunicación antes, durante y después de la estancia, tal y como explican desde Gruphotel.

Pero la clave, insisten, no está solo en disponer de estas herramientas, sino en que “estén integradas y compartan información en tiempo real”. En este punto, incluso la infraestructura tecnológica cobra relevancia: “todos estos sistemas deben estar interconectados y operar en tiempo real para garantizar una operativa eficiente y una experiencia fluida para el cliente. En este contexto, la infraestructura de red juega un papel clave, ya que actúa como base sobre la que funcionan todos estos sistemas, asegurando estabilidad, disponibilidad y comunicación continua entre ellos”, apuntan desde TP-Link España.

La integración, de hecho, se ha convertido en un criterio estructural. “Un software cerrado es una barrera para el crecimiento”, advierten desde Engissoft, que defiende la conectividad total mediante APIs, “conectores universales que permiten que el sistema se comunique con programas de contabilidad, marketing o fidelización”. El objetivo, explican, es claro: disponer de “un dato único y fiable en toda la organización, evitando duplicidades y ahorrando tiempo de ges-

HOY EL SOFTWARE ES UN ACTIVO ESTRATÉGICO QUE DETERMINA LA COMPETITIVIDAD DEL ESTABLECIMIENTO.

La fibra no ocupa lugar

- La convergencia entre la arquitectura bioclimática y la infraestructura de telecomunicaciones sostenible es un paso esencial para transformar la industria hotelera.
- Al integrar diseños energéticamente eficientes con redes GPON, los hoteles no solo optimizan sus recursos, sino que también contribuyen a la preservación del medioambiente y a la construcción de un futuro más sostenible.
- Invertir en estas tecnologías es una decisión estratégica que beneficia tanto a los operadores hoteleros como a sus huéspedes, posicionando a los hoteles como referentes en innovación y sostenibilidad.

En la actualidad, la sostenibilidad en la industria hotelera ha dejado de ser un diferenciador para convertirse en un estándar en constante evolución. Una búsqueda de soluciones y metodologías que permitan reducir el impacto ambiental y mejorar la eficiencia operativa que replantea cómo se diseñan, construyen y operan los hoteles; integrando estrategias de infraestructura sostenible con un enfoque holístico capaz de combinar innovación, eficiencia y rentabilidad.

En este sentido, los hoteles de vanguardia han encontrado en los principios de arquitectura bioclimática su principal aliado a la hora de minimizar el consumo energético y optimizar el confort térmico de los huéspedes. Mediante un diseño adecuado que permite maximizar la captación de luz natural y la ventilación cruzada, el uso de materiales con alta inercia térmica, como el adobe, la piedra o el hormigón, y la implementación de estrategias como la ventilación natural y la protección solar, las instalaciones más vanguardistas han sido capaces de reducir la huella de carbono de los hoteles, mejorar la experiencia del huésped y prolongar la vida útil de los edificios.



Televes

Conectividad sostenible: la clave para la eficiencia y la innovación en el sector hotelero

Para que un hotel sea realmente eficiente y sostenible, la infraestructura tecnológica debe estar alineada con estos principios. En este sentido, las redes de fibra óptica pasiva (GPON, por sus siglas en inglés) representan una solución clave, proporcionando ventajas competitivas indispensables como:

- 1. Reducción del consumo energético:** la fibra óptica requiere menos energía que las redes tradicionales de cobre, disminuyendo la demanda de electricidad en los centros de datos y equipos de transmisión.
- 2. Menor infraestructura física:** una única red de fibra óptica puede reemplazar múltiples redes de datos, voz y video, optimizando el uso del espacio y reduciendo el uso de materiales contaminantes.
- 3. Mayor durabilidad y menor mantenimiento:** a diferencia de otras tecnologías, la fibra óptica es altamente resistente y tiene una vida útil más larga, reduciendo los costos de reposición y mantenimiento.
- 4. Conectividad de alta velocidad y fiabilidad:** la implementación de GPON permite garantizar una conexión estable y de alta capacidad, mejorando la experiencia digital del huésped y facilitando la automatización de sistemas inteligentes dentro del hotel.

José Luis Pineda,
director Hospitality

Televes



ción”. Esta visión es compartida por otros actores del sector, así, desde Quohotel continúan exponiendo que la integración es hoy un elemento imprescindible. Los hoteles utilizan múltiples soluciones externas: contabilidad avanzada, marketing automation, OTAs, channel managers, pasarelas de pago o programas de fidelización.

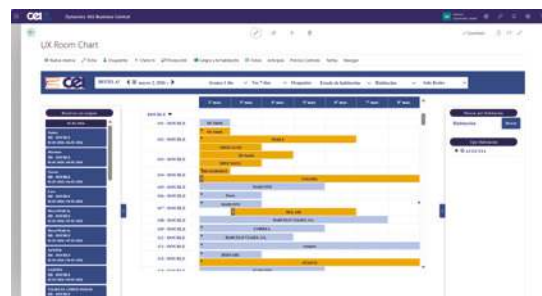
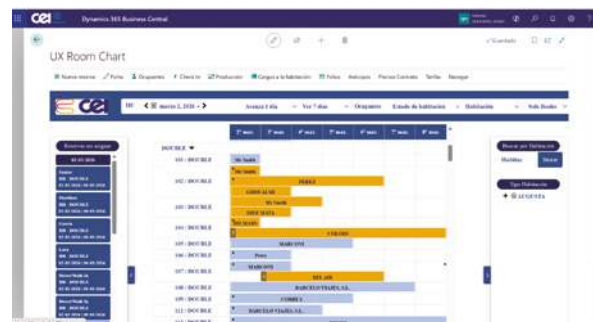
Desde el punto de vista práctico, el impacto es inmediato. “Un establecimiento maneja a diario herramientas muy distintas: el sistema de reservas, la contabilidad, las OTAs, el email marketing, la plataforma de fidelización... Cuando todo está desconectado, la información se introduce varias veces, los errores se multiplican y nadie tiene una visión clara de lo que está pasando. Cuando esas piezas encajan, el día a día cambia: los datos fluyen solos, el equipo pierde menos tiempo en tareas administrativas y las decisiones se toman con mucha más información. No es magia, es simplemente tener todo en el mismo sitio”, explican desde Landín Informática.

En esta misma línea, se insiste en que los sistemas actuales están diseñados precisamente para facilitar esa interoperabilidad. “A través de APIs y conexiones estándar, diferentes plataformas pueden compartir información de forma automática y en tiempo real. Esto permite que el PMS se conecte con channel managers, sistemas de contabilidad o ERP, herramientas de marketing y CRM, plataformas de fidelización o soluciones orientadas a la experiencia del huésped”, detallan desde Gruphotel.

El resultado es una operativa más eficiente, donde se evitan duplicidades, se reducen errores y se garantiza la coherencia de los datos en toda la organización. Además, esta arquitectura flexible permite que cada área del negocio utilice las herramientas más adecuadas sin perder la coherencia global del sistema.

Eficiencia operativa: automatizar para crecer

En la hostelería contemporánea, la eficiencia ya no se mide solo en velocidad, sino en capacidad de liberar tiempo para lo verdaderamente importante: el cliente. Menos tareas manuales, menos errores y más agilidad operativa. Bajo esta premisa, la automatización se ha consolidado como uno de los grandes motores de transformación del sector, permitiendo simplificar procesos que antes consumían recursos y generaban ineficiencias en cadena.



^ Fotos: Quohotel

Porque cuando la operativa funciona, el impacto no se limita al back office: el siguiente paso es inevitable y se traslada directamente a la experiencia del huésped.

En esta línea, desde el ámbito tecnológico se insiste en que “el objetivo principal es eliminar la carga de tareas administrativas que no aportan valor. Al automatizar procesos como el volcado de datos de identidad o la gestión de cobros, el personal puede dedicar su tiempo a lo que realmente importa: el trato directo con el cliente. Un sistema eficiente reduce los errores manuales y garantiza que la información fluya sin interrupciones entre departamentos”, señala Marta Sàbat.

LA HOSTELERÍA HA PASADO DE TENER UN TPV A CONSTRUIR UN ECOSISTEMA CONECTADO.

En el día a día del hotel, este impacto es especialmente visible. “Uno de los efectos más claros del software de gestión está en la automatización de tareas repetitivas como la introducción de reservas, la actualización de disponibilidad en canales, la generación de facturas, el envío de confirmaciones o la elaboración de informes”, explica Mariola Molina Lloret. Procesos que antes requerían tiempo y atención constante pasan ahora a ejecutarse de forma automática, reduciendo la carga administrativa del equipo y agilizando la operativa general.

Además del ahorro de tiempo, la automatización introduce un elemento clave: la fiabilidad. “Cuando la información se gestiona de forma automática y centralizada, se reducen errores habituales como duplicidades, inconsistencias o problemas de sincronización entre canales de venta”, apunta.

Desde una perspectiva más operativa, esta transformación también redefine el trabajo interno. “Automatizar tareas repetitivas como confirmaciones, check-in previo, facturación o comunicaciones libera al equipo para centrarse en el servicio. Y cuando la información fluye en tiempo real entre departamentos, los errores se reducen. En hostelería, un fallo de comunicación interna casi siempre lo acaba pagando el huésped”, advierte Miguel Á. Rebores.



^ Foto: Gruphotel

L@ndín[®]

SOFTWARE

Da el paso a la digitalización

Soluciones que se adaptan a ti

Software para **hostelería**



Software para **hoteles**

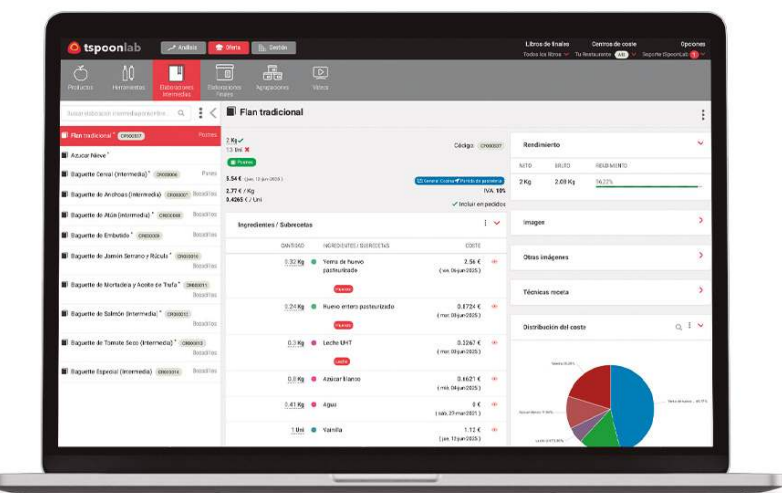


Soluciones de **movilidad**



☎ 986 858 858

🌐 www.landin.es



^ Fotos: tSpoonLab

Este cambio no solo afecta a procesos concretos, sino a la estructura completa de la operativa hotelera. “Los sistemas de gestión modernos permiten automatizar procesos clave como pedidos, reservas, facturación o control de stock, reduciendo errores y mejorando la productividad del personal”, explica Sebastia Vidal. Entre los ejemplos más habituales destacan la automatización de cargos, upgrades, asignación de habitaciones, la eliminación de tareas duplicadas entre departamentos o el control en tiempo real de áreas como housekeeping, mantenimiento o facturación.

El resultado, subraya, es una mejora global en la eficiencia: “una reducción significativa de tiempos de operación y la capacidad de trabajar con datos consistentes a nivel corporativo en el caso de cadenas”.

Ahora bien, esta automatización no sería posible sin una base tecnológica sólida. “Para que funcione de forma continua, es imprescindible contar con una infraestructura de red estable que garantice la comunicación en tiempo real entre todos los sistemas. Una conectividad fiable evita caídas del servicio y asegura que la operativa diaria no se vea interrumpida, especialmente en momentos de alta demanda”, señala Iñigo Azcona.

En última instancia, el efecto más profundo de esta transformación no es solo operativo, sino cultural. “El primer beneficio es la profesionalización de la toma de decisiones: pasamos de gestionar por sensaciones a gestionar mediante datos objetivos”, concluye Jordi Ferrer.



La experiencia del cliente

Lo cierto es que si algo ha cambiado de forma radical en la hostelería es el propio cliente. Más digital, más informado y mucho menos dispuesto a esperar, el huésped actual ya no compara solo precios o ubicación, sino experiencias. Exige inmediatez, comodidad y servicios adaptados a sus preferencias, en un contexto en el que herramientas como el check-in online, los pagos digitales o las comunicaciones automatizadas han dejado de ser un valor añadido para convertirse prácticamente en un estándar del sector.

Pero el verdadero punto de inflexión no está únicamente en la digitalización del proceso, sino en su evolución hacia la personalización. Y ahí es donde el dato se convierte en el nuevo activo estratégico de la experiencia.

En este sentido, desde el ámbito de la gestión hotelera se subraya que “la experiencia del huésped empieza mucho antes de la llegada al hotel y continúa después de la estancia. Desde el momento de la reserva, el hotel puede mantener una comunicación continua, compartir información útil y ofrecer servicios adaptados a las preferencias de cada huésped”, explican desde Gruphotel.

Esta nueva forma de relación se apoya en herramientas que transforman por completo la interacción con el cliente. “Funcionalidades como el check-in online, los pagos digitales o las encuestas de satisfacción no solo agilizan procesos, sino que también facilitan la interacción con el huésped y aportan mayor autonomía durante su estancia”, añaden. Incluso detalles que antes pasaban desapercibidos ahora condicionan la percepción global del servicio: “el check-in online, los pagos previos a la llegada o simplemente poder escribirle al hotel antes de llegar parecen pequeños gestos, pero marcan cómo se siente el cliente antes de cruzar la puerta”.

A medida que estos sistemas evolucionan, también lo hace la capacidad de personalización. “Este tipo de soluciones permite conocer mejor al huésped y anticiparse a sus necesidades, creando una relación más cercana y una experiencia más satisfactoria para ambas partes”, continúan. En algunos



DIGITALIZAR UN NEGOCIO REQUIERE UN CAMBIO CULTURAL Y UNA ADAPTACIÓN REAL DEL EQUIPO.

La tranquilidad de tenerlo todo

Optimizamos la gestión de tu local con un sistema de TPV que agiliza el servicio en tu restaurante y minimiza los errores. Así, tus clientes disfrutan de una experiencia más cómoda, segura y organizada, lo que convierte tu establecimiento en un lugar de confianza.



Todos los pagos son bienvenidos



Una solución 360° para tu negocio

- ➔ **TPV:** Gestiona las distintas tareas de venta.
- ➔ **Pasarela de pago:** Todos los pagos son bienvenidos.
- ➔ **Management:** Controla tus datos en tiempo real, donde y cuando quieras.
- ➔ **Gestión de efectivo:** Nos encargamos de organizar y transportar su dinero efectivo.
- ➔ **Soporte y Formación:** Formamos a tu equipo para que pueda manejar el sistema fácilmente.
- ➔ **Control y eficiencia:** Todo en uno. Toma nota, cobra, imprime ticket y control total del negocio.

LOOMIS—PAY
loomispay.es

CUANDO LA INFORMACIÓN FLUYE EN TIEMPO REAL, LOS ERRORES SE REDUCEN.

casos, ese nivel de detalle marca una diferencia decisiva: “cuando el sistema recuerda que ese huésped ya estuvo el año pasado y prefiere una habitación tranquila, la experiencia cambia por completo. Ese nivel de atención antes solo se lo podían permitir las grandes cadenas. Hoy está al alcance de la gran mayoría”, apuntan desde Landín Informática.

Desde una perspectiva operativa, esta transformación redefine el propio concepto de servicio. “La tecnología actual permite que el viaje del cliente sea fluido y sin esperas. Herramientas como el check-in online o los pagos digitales dan autonomía al visitante y eliminan las colas en recepción. No se trata de sustituir el contacto humano, sino de mejorarlo; cuando el proceso administrativo es invisible y rápido, el huésped percibe un servicio mucho más profesional y moderno”, explican desde Engisoft.

Sin embargo, para que esta experiencia sea realmente consistente, existe un elemento invisible pero determinante: la infraestructura tecnológica. “Para que esta experiencia sea

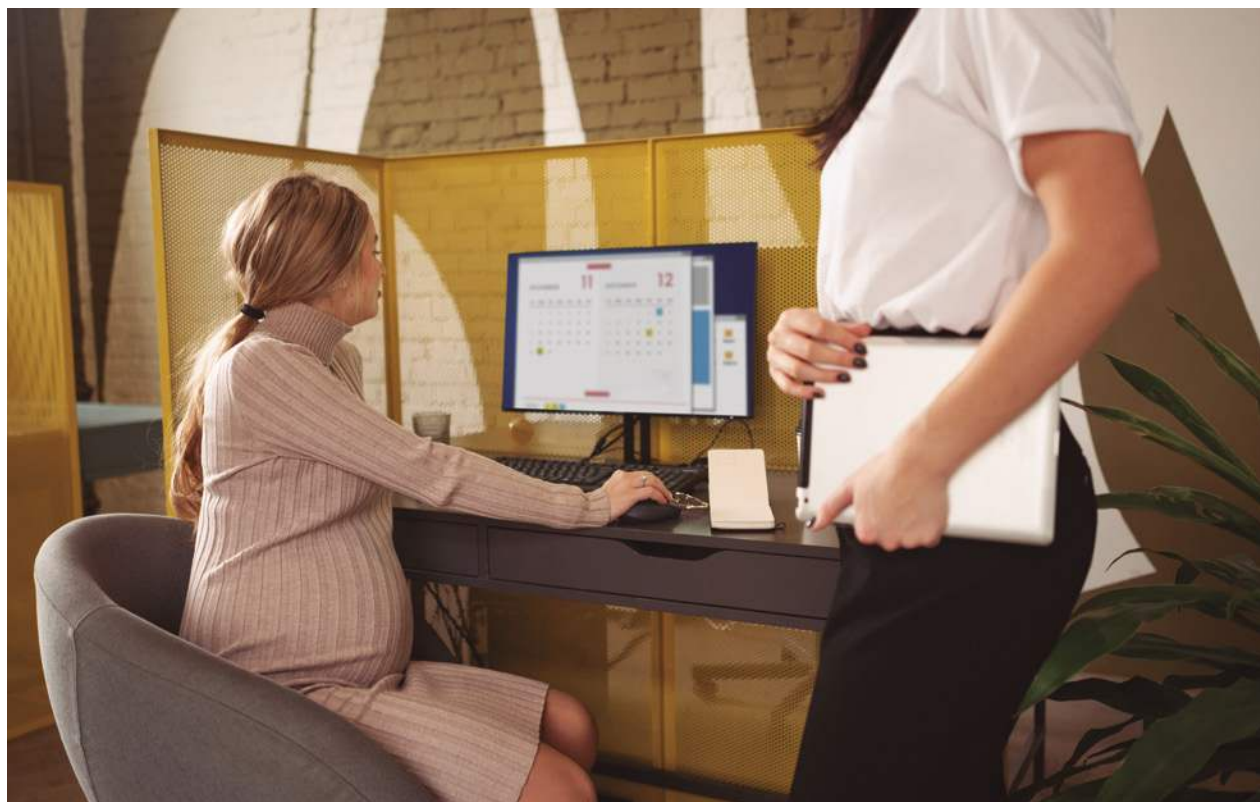
fluida, es fundamental contar con una conectividad Wi-Fi estable y de alto rendimiento, capaz de soportar muchos dispositivos conectados y aplicaciones simultáneamente sin afectar a la calidad del servicio”, señalan desde TP-Link España.

El poder del dato: decisiones inteligentes

Detrás de cada reserva, cada consumo y cada interacción en un establecimiento hay un volumen de información que, bien interpretado, puede marcar la diferencia entre reaccionar o anticiparse. Los sistemas de gestión actuales permiten precisamente eso: transformar datos dispersos en decisiones concretas capaces de ajustar precios, prever la demanda o detectar nuevas oportunidades de negocio.

En este nuevo escenario, la intuición deja paso a la estrategia basada en datos. Sin embargo, hay un requisito imprescindible para que esta evolución funcione: la conexión total entre sistemas. Sin integración, el dato pierde valor; con ella, se convierte en una herramienta de gestión en tiempo real.

✓ Foto: Freepik





En este contexto, se está consolidando lo que muchos ya denominan la “cultura del dato”, un cambio que nació en grandes grupos y que hoy se extiende también a los establecimientos independientes. “Mientras que la restauración organizada ya cuenta con directores de operaciones y chefs ejecutivos que trabajan bajo objetivos y procesos rigurosos, los locales más pequeños están empezando a descubrir las ventajas de tener visibilidad en tiempo real. Ahora, un restaurador independiente puede saber con precisión qué platos son los más rentables o cómo evoluciona su gasto frente al presupuesto, transformando su gestión en una estrategia profesional”, explica Jordi Ferrer.

Esta evolución se apoya en el uso creciente de la analítica aplicada a la operativa diaria. “Los negocios hosteleros utilizan cada vez más los datos para optimizar precios, prever la demanda y ajustar la disponibilidad en tiempo real. La analítica permite tomar decisiones más precisas y anticiparse a los picos de actividad para mejorar tanto la rentabilidad como la experiencia del cliente”, señala Iñigo Azcona, subrayando además la importancia de contar con una infraestructura tecnológica sólida que garantice la continuidad del flujo de datos entre sistemas.

ofi
HO ofiHotelcloud

Software Cloud para Hoteles - PMS

**Solución
para tu Hotel
360°**

OFI SC ofiScan **OFI RE ofiReservas** **OFI CH ofiChannel**

OFI KI ofiKiosko **OFI IN ofiCheckin** **OFI HQ ofiHQ**

JAÉN - MADRID - BARCELONA - MÁLAGA - A CORUÑA - ALICANTE - ASTURIAS - CHILE - MÉXICO - PERÚ - GUATEMALA - DOMINICANA - PANAMÁ

ofi.es marketing@ofi.es

Simática DESDE 1981

verifactu
Software adaptado

+1.100
Hoteles mecanizados
en España y Latinoamérica

**Adaptado a
SES.Hospedajes**



La utilidad del dato, sin embargo, no reside en su volumen, sino en su capacidad de respuesta. En este sentido, se vuelve clave responder a preguntas muy concretas del negocio: qué productos generan margen real, qué franjas horarias requieren más personal, cómo influye cada canal de venta en la rentabilidad o qué impacto tienen las devoluciones y descuentos en la cuenta de resultados. Cuando esta información está bien estructurada, permite optimizar precios, carta, turnos o compras con mayor seguridad y sin depender de interpretaciones aisladas, tal y como apunta Jorge Juárez Ayuso.

En el día a día del establecimiento, esta analítica se traduce en una visión mucho más precisa del negocio: cuándo se llena

el hotel o restaurante, desde qué canales llegan los clientes, qué perfiles repiten o en qué momentos se pierde capacidad de venta. “Con esa información encima de la mesa, ajustar precios, anticipar temporadas o gestionar bien el inventario deja de ser una intuición para convertirse en algo concreto. No se trata de sustituir la experiencia del gestor, sino de darle una base más sólida sobre la que apoyarse”, explica Miguel Á. Reboreda.

Desde una perspectiva más estructural, los sistemas de gestión hotelera permiten profundizar aún más en esta lógica analítica. “Los establecimientos utilizan la analítica del PMS para analizar el ritmo de reservas, la ocupación prevista por fechas, la antelación media de reserva, la rentabilidad por canal y el comportamiento de cancelaciones”, detalla Mariola Molina Lloret. A partir de estos datos, es posible tomar decisiones estratégicas en tres grandes áreas: la optimización dinámica de precios según la demanda real, la previsión de ocupación para planificar recursos y campañas, y la gestión inteligente de la disponibilidad por canal para maximizar la rentabilidad y evitar sobreventas.

Cuando toda esta información se centraliza, el dato deja de ser un informe estático para convertirse en una herramienta viva de gestión. “Ya no se fijan precios por intuición. Utilizamos el Business Intelligence para convertir los datos en decisiones estratégicas. El sistema nos ayuda a prever la demanda y optimizar la disponibilidad, permitiendo que el hotelero ajuste sus tarifas de forma dinámica para maximizar los ingresos en cada canal de venta”, señala Marta Sàbat.

Innovación tecnológica

Cuando los datos se combinan con tecnología avanzada, la hostelería entra en un escenario completamente nuevo, lleno de posibilidades que hace apenas unos años parecían futuristas. Inteligencia artificial, automatización avanzada o chatbots ya no son conceptos aspiracionales, sino herramientas reales que están transformando la gestión diaria, desde la predicción de comportamientos hasta la atención al cliente en tiempo real.

Este salto tecnológico no solo optimiza procesos: abre la puerta a modelos de negocio más eficientes, conectados

La nube permite gestionar de forma remota todos los sistemas del establecimiento.



y diferenciales. Aunque, como ocurre en toda transformación profunda, su adopción no está exenta de matices ni de complejidad.

En este sentido, las plataformas de gestión están incorporando progresivamente tecnologías diseñadas para mejorar tanto la operativa como la relación con el cliente. “La IA y la analítica avanzada permiten analizar grandes volúmenes de datos para identificar patrones de demanda, comportamiento de reservas o preferencias del huésped. Esto ayuda a optimizar precios, prever ocupación y tomar decisiones más informadas”, explican desde Gruphotel.

A esta capa analítica se suma la automatización de procesos, que está redefiniendo tareas cotidianas del sector. “El envío automático de confirmaciones, recordatorios de estancia o encuestas de satisfacción simplifica el día a día y permite mantener una relación más fluida con el cliente antes, durante y después de su estancia”, apuntan.

Otro de los elementos que gana protagonismo son los chat-bots y asistentes virtuales, capaces de responder consultas frecuentes o gestionar solicitudes básicas de forma inmediata, mejorando la capacidad de respuesta del establecimiento y liberando carga operativa en los equipos.



{∅} GreenSoftware

PMS para la **gestión integral** de hoteles, residencias de estudiantes y colegios mayores

Nos gusta escuchar a los clientes para adaptar nuestro software a sus necesidades

¿Por qué elegir GreenSoftware?

Ofrecemos soluciones **potentes, intuitivas, flexibles, interconectadas y adaptadas** a cada tipo de alojamiento



Nuestro mejor activo:
un **equipo de soporte humano**, cercano y siempre listo para ayudarte

{📖} GreenStudent {H} GreenHotel

Potencia el software, **optimiza** tu tiempo...
Complementa tu PMS con productos de nuestro **ecosistema**, **integrados** y diseñados para **facilitar** tu trabajo



GreenChannel



GreenBooking.Engine



GreenPreCheck-in



GreenScan



GreenSign



GreenWaiter



GreenHousekeeper



MyStudentLife

y **mucho** más...



EL VALOR REAL NO ESTÁ EN TENER TECNOLOGÍA, SINO EN QUE ESTA REDUZCA FRICCIONES.

La evolución tecnológica no se limita al front office o a la gestión comercial. “Las plataformas de gestión están incorporando tecnologías como inteligencia artificial, automatización y analítica en tiempo real para optimizar operaciones y mejorar la toma de decisiones”, señalan desde TP-Link España. En este contexto, incluso la analítica de vídeo aplicada a la seguridad comienza a aportar valor añadido, no solo en la protección del establecimiento, sino también en el análisis de flujos de personas, ocupación de espacios y optimización de recursos.

En conjunto, estas innovaciones permiten avanzar hacia una gestión más inteligente, basada en datos y orientada a la eficiencia. Sin embargo, como recuerdan desde el sector, el verdadero valor no reside en la tecnología en sí misma, sino en su aplicación práctica. “El valor real no está en ‘tener IA’, sino en que la tecnología quite fricción, reduzca errores y ayude a tomar decisiones sin convertir el día a día en un Excel infinito”, apuntan desde Loomis Pay.

Retos pendientes

La transformación digital en la hostelería avanza con rapidez, pero no lo hace sin fricciones. La inversión inicial, la resistencia al cambio y la falta de formación siguen siendo algunas de las principales barreras para muchos negocios. A ello se

suma un elemento cada vez más crítico: la seguridad y el cumplimiento normativo, especialmente en lo relativo a la protección de datos y a la gestión de pagos.

En este contexto, el reto no es únicamente tecnológico. Es, sobre todo, cultural. Y es ahí donde se marca la diferencia entre quienes incorporan herramientas digitales de forma superficial y quienes logran transformar realmente su modelo de gestión.

Uno de los primeros obstáculos suele encontrarse en el propio equipo. “Uno de los principales retos suele ser la adaptación al cambio y la formación del equipo. Implantar un nuevo sistema implica modificar hábitos de trabajo y asegurarse de que todo el personal conoce bien la herramienta para aprovechar realmente sus funcionalidades”, explican desde Gruphotel.

En la misma línea, desde el terreno operativo se subraya que los frenos más habituales están en la organización interna: “la resistencia al cambio interno, el coste percibido y la dificultad de migrar desde sistemas heredados”, enumeran desde Landín Informática. En este sentido, la formación se convierte en un factor decisivo, a menudo infravalorado. “El acompañamiento en la implantación y el soporte continuo son tan importantes como el propio producto. Una buena he-

✓ Foto: Loomis Pay



herramienta mal implementada no genera resultados. La herramienta puede ser excelente y apropiada para el cliente, pero si el equipo no se implica, los resultados no llegan”, señalan.

Más allá de la formación, el desafío es profundamente estructural. “Digitalizar un negocio no es solo comprar un software; requiere que la gerencia entienda que la tecnología debe nutrirse de datos y que el equipo necesita una fase de formación y adaptación. Una vez superado ese periodo inicial de training e involucración del personal, los beneficios operativos son exponenciales”, apuntan desde tSpoonLab.

A estos factores se suman elementos como la inversión inicial o la complejidad de integración con sistemas ya existentes. Por ello, “la flexibilidad de las soluciones y su capacidad de conectarse con otras herramientas del ecosistema tecnológico se convierten en aspectos clave para su adopción real”, analizan desde Gruphotel.

Otro punto crítico que señala es la seguridad. “Especialmente cuando se gestionan pagos o información de clientes, trabajar con plataformas actualizadas y bien integradas ayuda a minimizar riesgos y a garantizar una gestión más eficiente y segura del establecimiento”.

Sin embargo, en muchos casos, la dificultad no es solo conceptual, sino también técnica. “La dificultad de integración entre sistemas o la dependencia de múltiples proveedores puede limitar la implantación. Además, sin una infraestructura tecnológica adecuada, el rendimiento de estos sistemas se ve afectado, reduciendo el retorno de la inversión y generando resistencia al cambio”, advierten desde TP-Link España.

AUTOMATIZAR TAREAS LIBERA AL EQUIPO PARA CENTRARSE EN EL SERVICIO

soulsuite.

Todo tu hotel, en un solo sistema

Gestiona cada área de tu hotel desde una plataforma **integrada e intuitiva** diseñada para mejorar tu día a día.

PRODUCTO DE  **GRUPHOTEL**
SOLUCIONES INFORMÁTICAS



RECEPCIÓN & RACK
Control total de habitaciones, reservas y disponibilidad. en tiempo real



DISTRIBUCIÓN
Sincronización con los principales canales de venta



HUÉSPED
Check-in online, pagos, comunicación y experiencia personalizada



**RESTAURACIÓN
TPV, ORDER Y STOCK**
Integrados. Control de ventas, costes y márgenes



HOUSEKEEPING & MANTENIMIENTO
Equipos conectados, incidencias bajo control



INFORMES & YIELD
Datos, análisis y previsión. Mejora de decisiones y mayor rentabilidad



AHORRA TIEMPO
Automatiza procesos y reduce tareas manuales



MEJORA LA EXPERIENCIA
Un servicio más ágil, personalizado y sin errores



AUMENTA LA RENTABILIDAD
Más control, menos fugas de ingresos



INTEGRACIONES
Conecta con los mejores partners y herramientas que ya utilizas



SOPORTE CERCANO
Un equipo especializado siempre a tu lado cuando lo necesitas

REPORTAJE

SERVICIO DE MESA

DISEÑO, EXPERIENCIA Y FUTURO

Antes de probar el primer bocado, el cliente ya ha tomado una decisión emocional. La mesa, con su vajilla, cristalería y textiles, se convierte en el primer punto de contacto con la marca, capaz de transmitir estilo, calidad y personalidad en cuestión de segundos. En un entorno cada vez más visual y competitivo, su diseño ya no es accesorio: es estrategia. El reto está en equilibrar impacto, confort y eficiencia para construir experiencias memorables.





En hostelería, la mesa ha dejado de ser un simple soporte para el servicio para convertirse en un auténtico lenguaje de marca. Vajilla, cristalería y textiles construyen una narrativa silenciosa que define la identidad del establecimiento antes incluso del primer bocado. La experiencia gastronómica ya no empieza en la cocina, sino en la mesa.

Hoy, el servicio de mesa es una herramienta estratégica: la estética comunica valores, posicionamiento y personalidad, mientras que el impacto visual en redes sociales convierte cada puesta en escena en un escaparate global.

En paralelo, la funcionalidad, la ergonomía y la eficiencia operativa siguen siendo esenciales. Este equilibrio entre diseño, emoción y operativa define el presente del sector y convierte la mesa en un elemento clave para diferenciarse y generar experiencias memorables.

La mesa como escenario de experiencia y marca

Si la primera impresión es decisiva, la mesa se ha convertido en su mejor embajadora dentro del universo gastronómico actual. Colores, texturas y composiciones han dejado de ser una elección puramente estética para transformarse en una auténtica herramienta narrativa que construye identidad desde el primer contacto visual.

En este sentido, Félix Martí, director general de Resuinsa, subraya que la mesa es “el primer mensaje que recibe el cliente”. Antes incluso de probar el plato, lo que encuentra frente a él ya está transmitiendo el nivel de cuidado, el estilo y la

personalidad del restaurante. En su visión, el textil juega un papel determinante: “un mantel bien elegido o una servilleta con carácter pueden cambiar por completo cómo se percibe el espacio”. Además, defiende que cada vez más restaurantes entienden la mesa como una extensión natural de su concepto gastronómico y de su interiorismo, hasta el punto de que la experiencia “no empieza con el primer bocado, sino cuando el cliente se sienta a la mesa”.

En la misma línea, Alejandra Hamann, directora del departamento de marketing y comunicación de Vayoil Textil, recuerda que el menaje y el servicio de mesa se han consolidado como instrumentos estratégicos dentro de la experiencia gastronómica. Diversos expertos del sector coinciden en que la mesa actúa hoy como un auténtico punto de contacto de marca: antes de probar el plato, el cliente ya percibe el posicionamiento, la calidad y la identidad del establecimiento a través de textiles, vajilla, cristalería o cubertería.

Esta evolución se refleja claramente en las tendencias actuales. Así, apunta a una creciente apuesta por textiles con patrones geométricos, vajillas con relieves o acabados arte-

“Vajilla, cristalería y textiles construyen identidad y diferencian al establecimiento”



CIRCULARIS: UNA NUEVA GENERACIÓN DE TEXTIL HOTELERO DESDE LA ECONOMÍA CIRCULAR

Resuinsa impulsa un modelo pionero que permite reincorporar textiles post-consumo al proceso productivo con estándares profesionales



Fruto del proyecto CDTI de I+D+i desarrollado durante tres años, Resuinsa ha puesto en marcha un **modelo pionero a nivel mundial: una Economía Circular Hotelera** capaz de dar una segunda vida a los textiles utilizados previamente en hoteles.

Este modelo se materializa en Circularis, la línea desarrollada por la compañía, bajo el concepto “Circularis Collection, Designed to Return”, que introduce un cambio de enfoque en el textil profesional, incorporando desde su origen material recuperado. Cada producto integra **al menos un 20% de materia prima post-consumo**, procedente de textiles que ya han completado su ciclo de uso en el entorno hotelero.

Hasta ahora, ningún fabricante había trabajado con este tipo de material en el sector. A diferencia de otros residuos textiles, el procedente de la hostelería presenta un nivel de exigencia mayor, debido a su uso intensivo y a los continuos procesos de lavado industrial a los que ha sido sometido, lo que afecta directamente a la resistencia de la fibra y al comportamiento del tejido.

Este contexto ha requerido desarrollar un sistema específico capaz de dar respuesta a toda la cadena de valor: desde la recogida en los propios establecimientos hoteleros, pasando por la clasificación y preparación del material, hasta su transformación en hilo y tejido aptos para un nuevo uso profesional.

“El gran reto no era solo recuperar el material, sino conseguir que volviera a cumplir con los estándares que exige el sector hotelero. Hablamos de textiles sometidos a un uso muy intensivo, y eso implica replantear todo el proceso desde el origen”, explica **Félix Martí, CEO de Resuinsa**.

El objetivo ha sido garantizar que el nuevo producto mantenga los niveles de calidad exigidos en términos de durabilidad, comportamiento en lavado y consistencia en el acabado, aspectos clave en la operativa diaria de los establecimientos.

Con Circularis, Resuinsa introduce una nueva forma de entender el ciclo de vida del textil en hostelería, **integrando la circularidad como parte del propio proceso productivo** y alineándose con las nuevas exigencias regulatorias y de sostenibilidad del sector.

Este avance se enmarca en una estrategia más amplia de la compañía orientada a desarrollar soluciones que combinen innovación, eficiencia operativa y una gestión más responsable de los recursos en la industria hotelera.

“LA MESA SE HA CONVERTIDO EN EL PRIMER GRAN MENSAJE DE LA MARCA”



^ Fotos: Vayoil

sanales, y cristalerías minimalistas que potencian el color de las bebidas. Todo ello responde a una búsqueda de personalidad y coherencia estética que refuerce el concepto del restaurante.

En este mismo contexto, Jorge Mateos, Global Hospitality Director de Textiles J.F. Almeida, destaca que las tendencias giran en torno a criterios de sostenibilidad, durabilidad y estética, con una clara preferencia por tejidos naturales como el lino lavado, el yute o el algodón orgánico.

Por su parte, desde Vayoil Textil añaden que a nivel cromático muchos establecimientos están abandonando el blanco



tradicional para incorporar tonos tierra, verdes o azules, así como combinaciones de tejidos mate y brillo que aportan contraste visual. El objetivo es construir mesas con personalidad propia que refuercen la experiencia sensorial.

Una visión que complementa Gregorio Sanz, CEO de Hostelería10.com, quien apunta a la importancia de la psicología del color en hostelería: “se huye del blanco hospitalario” para dar paso a tonos tierra, verdes profundos o contrastes vibrantes que realzan los alimentos y estimulan el apetito antes incluso del primer bocado.

Además, destaca tres grandes líneas de evolución: el eclecticismo del estilo mix & match, que combina piezas vintage con diseños contemporáneos para generar espacios únicos; el llamado efecto Instagram, donde la estética de la mesa se convierte en contenido compartible y amplificador de marca; y la conexión emocional, impulsada por el uso de materiales naturales como madera, cerámica orgánica o vidrio reciclado, que transmiten sostenibilidad y autenticidad.

En definitiva, el conjunto de estas visiones, un buen menaje no solo acompaña la gastronomía: la eleva, la comunica y, en muchos casos, justifica el valor percibido de toda la experiencia.

Textiles y ergonomía

Pero la experiencia en la mesa no se construye solo desde lo que se ve, sino también desde lo que se siente. Mantelerías, servilletas y textiles aportan una capa sensorial determinante que influye directamente en la percepción de confort del comensal. En paralelo, la ergonomía de la vajilla y los utensilios actúa de forma silenciosa pero decisiva: lo que funciona bien pasa desapercibido, pero lo que falla condiciona toda la experiencia. En ese equilibrio entre estética y uso, el servicio de sala encuentra uno de sus mayores retos operativos.

En este contexto, desde Vayoil Textil se subraya que en restauración y hotelería cada elemento de la mesa comunica. La mantelería, la vajilla y la cristalería transmiten los valores de la marca, su exclusividad, su autenticidad, su modernidad o su interpretación de la tradición. Cada detalle, desde la paleta cromática hasta los acabados, suma en la construcción de la experiencia, ya que los comensales perciben tanto lo evidente como lo más sutil.

En la misma línea, desde Resuinsa destacan que el textil es clave en la identidad de marca: igual que un buen escenario realza una obra, un mantel, una servilleta o un tejido bien elegido refuerzan el carácter del espacio y acompañan toda la experiencia gastronómica. El diseño del menaje y los textiles actúan, así, como un hilo conductor tangible de la marca, capaz de materializar sus valores y convertir la filosofía del negocio en algo que el huésped puede ver, tocar y sentir.

Desde esta perspectiva, desde Hosteleria10.com apuntan que el textil y el menaje cumplen una función estratégica en tres niveles. En primer lugar, la coherencia narrativa, al traducir los valores del establecimiento en materiales y acabados concretos, como el lino para conceptos de lujo orgánico o el metal para propuestas de estética industrial. En segundo lugar, la diferenciación visual, creando una “firma” estética

“EL FUTURO DEL
SERVICIO DE
MESA APUNTA A
EXPERIENCIAS MÁS
INMERSIVAS”

Kings of Sheffield



Arbaiza Vilallonga y Kings of Sheffield

pone una elegancia cotidiana al alcance

de los mejores restaurantes, caterings y

hoteles. Pueden elegir entre sus diferentes

terminaciones, acero inoxidable, baño

de plata y plata de ley.

Con los múltiples diseños que ofrecen,

pueden crear el mejor ambiente para la

satisfacción de sus clientes. La última

tecnología en su fabricación, da una

garantía para el uso diario en el lavavajillas.

Por todo esto, nuestros clientes hoteles,

restaurantes y caterings son el mejor

activo de nuestra empresa.

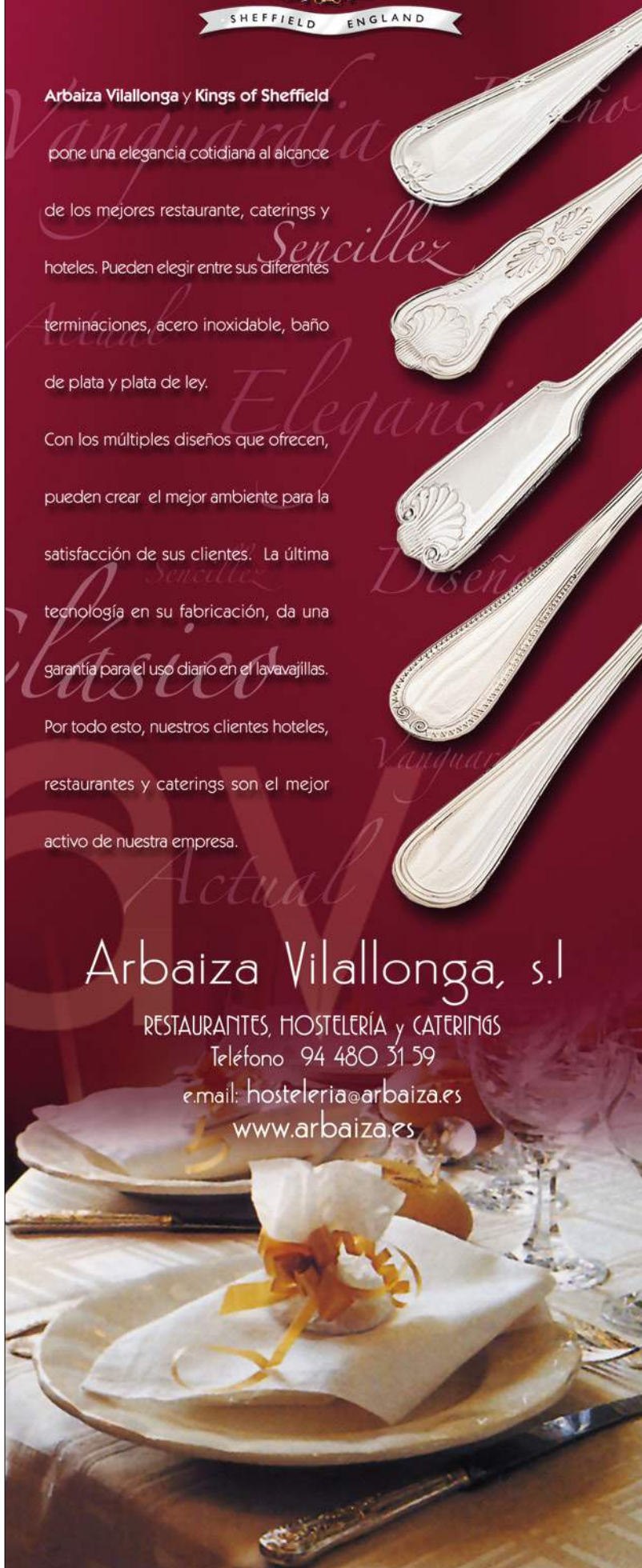
Arbaiza Vilallonga, s.l

RESTAURANTES, HOSTELERÍA y CATERINGS

Teléfono 94 480 31 59

e.mail: hosteleria@arbaiza.es

www.arbaiza.es





^ Fotos: Resuinsa

reconocible que refuerza el recuerdo de marca. Y, en tercer lugar, la percepción de valor, ya que los materiales de alta calidad elevan el estatus percibido del servicio y justifican el posicionamiento del precio.

En conjunto, estos elementos no son accesorios, sino herramientas que transforman un servicio funcional en una identidad memorable.

Además, Félix Martí continúa destacando que los textiles cumplen una doble función esencial en la mesa: confort y coherencia. Por un lado, aportan bienestar al comensal, amortiguando el sonido de la vajilla, suavizando el contacto y transmitiendo una sensación de mayor cuidado en el servicio. Por otro, actúan como base visual que ordena la composición de la mesa, permitiendo que la vajilla, la cristalería y la presentación del plato destaquen con mayor equilibrio.

Cuando el textil está bien elegido, concluyen, todo el servicio gana en armonía. Y es precisamente ese equilibrio entre confort y estética el que permite que la mesa acompañe la experiencia sin imponerse sobre ella.

Reinventando la experiencia

Imaginar la experiencia gastronómica sin restricciones abre la puerta a un universo donde cada elemento, vajilla, cristalería, textiles y presentación, se diseña exclusivamente para sorprender. En este escenario, la creatividad sustituye a la norma y la mesa deja de ser un soporte para convertirse en un vehículo de emoción, capaz de construir un viaje sensorial completo donde cada detalle está pensado para impactar y permanecer en la memoria del huésped.

“La experiencia del comensal depende del equilibrio entre estética, ergonomía y operativa”



Así, Félix Martí apunta que, sin limitaciones, la evolución pasaría por explorar aún más la dimensión sensorial del textil, no solo como elemento visual, sino como parte activa de la experiencia táctil del comensal. En la misma línea, Alejandra Hamann imagina una mesa donde vajillas con formas, texturas y colores acompañen el relato gastronómico, y donde la cristalería esté concebida para resaltar aromas y temperaturas sin renunciar a la ergonomía ni al diseño. Los textiles, añaden, evolucionarían hacia acabados más sofisticados que refuercen esa experiencia global.

Por su parte, Gregorio Sanz se plantea un salto aún más disruptivo: convertir la mesa en una extensión inteligente de los sentidos. Su propuesta dibuja un concepto de mesa “me-

ta-sensorial” donde la tecnología y el diseño convergen para transformar la experiencia:

Vajilla con memoria térmica y cromática, capaz de mantener la temperatura exacta del plato y modificar sutilmente su tonalidad en función del alimento, generando un diálogo visual con el comensal.

Cristalería de resonancia aromática, con tecnología integrada que potencia los aromas mediante vibraciones imperceptibles, intensificando la experiencia olfativa.

Textiles neuro-sensoriales, desarrollados con materiales avanzados como fibra óptica o grafeno, capaces de absorber el ruido ambiental o incluso modificar su textura para activar el sentido del tacto entre platos.

Presentaciones que desafían la gravedad, utilizando sistemas invisibles para crear composiciones en suspensión que aporten un efecto visual inesperado y diferencial.

En conjunto, esta visión redefine por completo el papel de la mesa: deja de ser un elemento pasivo para convertirse en un sistema interactivo que siente, responde y acompaña al comensal.





APS[®]
buffet | tabletop | bar

THE GRID

When buffet meets table –
a modular link.
Design by sieger design.



THE GRID lleva el principio modular de VALO a un nuevo nivel: el sistema crea transiciones fluidas entre el bufé y la mesa, dando lugar a un concepto continuo que combina de forma armoniosa eficiencia, diseño y ambiente.

Descubre
ahora la
colección
completa



Assheuer + Pott GmbH & Co. KG Sucursal en España
C/ Enric Prat de la Riba, 6 | Pol. ind. Fonollar
08830 Sant Boi de Llobregat (Barcelona) – ESPAÑA
Telf. 93 662 81 61 | info@gci-brands | www.aps.es





REPORTAJE

PISCINAS E INSTALACIONES DE BIENESTAR

DEL DISEÑO FUNCIONAL A LA EXPERIENCIA EMOCIONAL

Ya no basta con tener piscina. En la hotelería actual, estos espacios se han convertido en escenarios donde se construyen experiencias, se generan imágenes virales y, sobre todo, se decide parte de la satisfacción del huésped. El diseño, la tecnología, la sostenibilidad y, cada vez con más peso, el mobiliario, están redefiniendo el papel de las zonas de agua dentro del hotel. De lo sensorial a lo operativo, pasando por la estética y la eficiencia, analizamos cómo las piscinas y áreas wellness evolucionan para convertirse en uno de los activos más estratégicos del negocio hotelero.

< Foto: Grosfillex

EL MOBILIARIO DEJA DE SER UN COMPLEMENTO PARA CONVERTIRSE EN UN ELEMENTO ESTRUCTURAL DE LA EXPERIENCIA.



^ Fotos: Ambiazza

Todo comienza mucho antes del primer chapuzón. La experiencia de piscina se construye desde el instante en que el huésped se aproxima al espacio: la luz, el sonido ambiente, las vistas o incluso la temperatura del entorno empiezan ya a activar los sentidos. Ya no se trata únicamente de bañarse, sino de generar una atmósfera envolvente que conecte emocionalmente con el usuario y anticipe lo que está por venir.

En este sentido, los hoteles trabajan cada vez más con una idea clara: diseñar espacios que no solo se recuerden, sino que se deseen repetir. La piscina se consolida, así como un elemento clave de fidelización, donde cada detalle, por sutil que sea, contribuye a construir una vivencia diferencial y reconocible.

“Hoy en día, una piscina de hotel ya no es solo un lugar para refrescarse; es una puesta en escena en la que el entorno y el equipamiento de la zona de piscina deben ser agradables y de confort”, apunta Jordi Gregori, director Comercial de GROSFILLEX ESPAÑOLA, subrayando cómo los hoteles de lujo y diseño buscan convertir estas áreas en “experiencias sensoriales completas que apelen a la memoria emocional del huésped”.

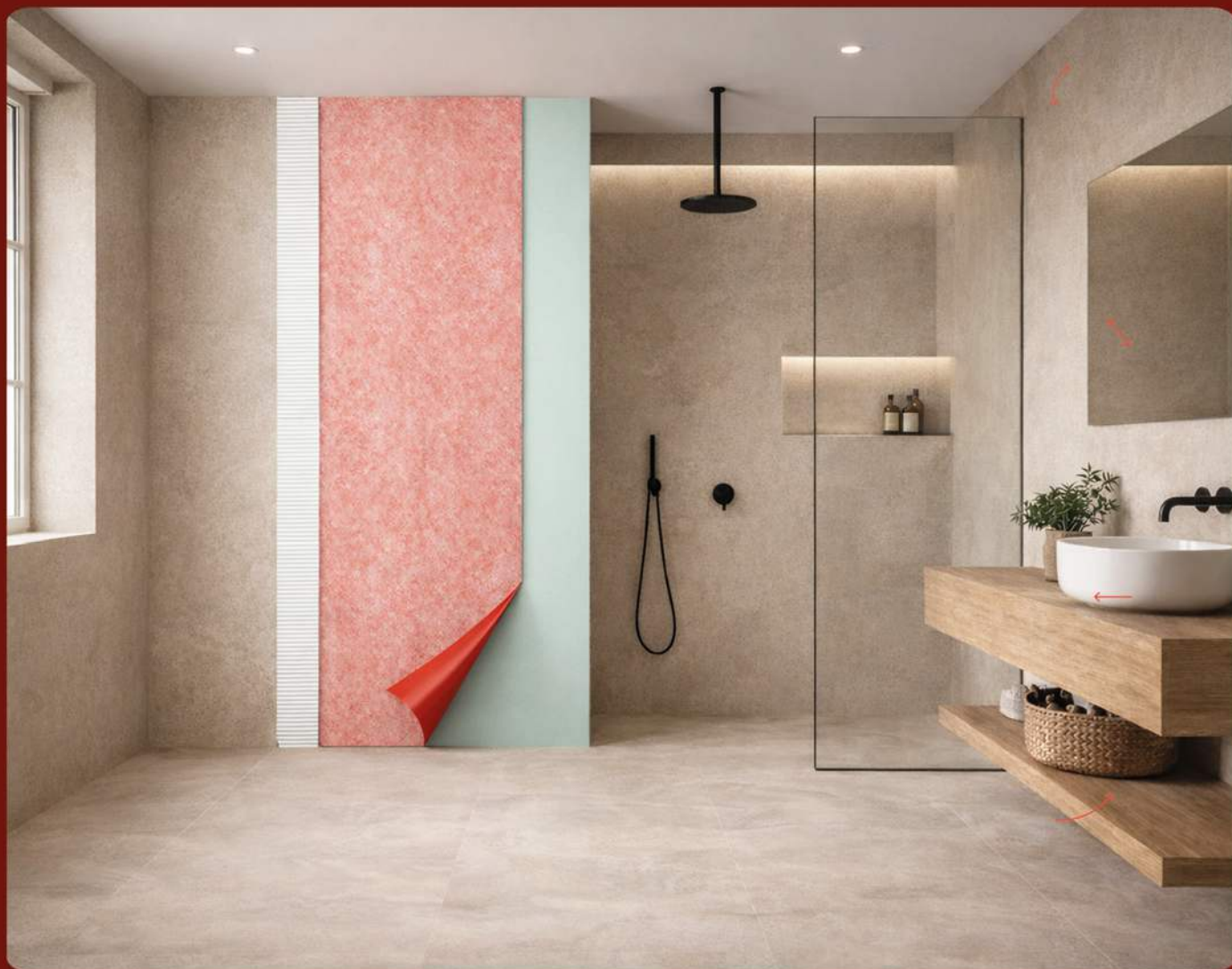
En esa misma línea, desde Ambiazza, su Brand Manager, Joel Bravo, lo resume de forma clara: “Hoy los hoteles entienden



la piscina como un espacio emocional, no solo funcional. Buscan crear atmósferas donde el huésped quiera quedarse: sombra agradable, zonas lounge cómodas, textiles suaves y espacios donde descansar o socializar”. Y añade una idea clave en la evolución del sector: “Cuando el diseño está bien pensado, la piscina deja de ser solo un equipamiento y se convierte en una escena. Un lugar donde el huésped quiere pasar tiempo, relajarse y, naturalmente, compartirlo. La combinación de paisaje, confort y diseño es lo que transforma una piscina en una experiencia memorable”.

Ese componente visual y sensorial se amplifica también a través de los materiales. Así, Juan M. Duroudier, Export Mgr de Reviglass, destaca el papel del acabado en la percepción del espacio: “Los hoteles buscan crear piscinas memorables a través del impacto visual y sensorial. El mosaico de vidrio aporta brillo, profundidad y reflejos únicos bajo el agua, generando superficies fotogénicas que elevan la experiencia y se comparten fácilmente en redes sociales”.

The Waterproofing Experts



Fácil adhesión
superficies lisas



Impermeable



Sujeción vertical



Estructura
multicapa



Garantía

W-S Autoadhesiva

Lámina autoadhesiva

WWW.ESTILGURU.COM



Más allá de la estética, la funcionalidad sigue siendo determinante. Como explica José Monzó, Director Commercial Manager de Conva, “la piscina es uno de los espacios donde el cliente pasa más tiempo, por lo que los hoteles buscan que sea cómoda, funcional y agradable durante muchas horas al día”. Esto implica, añade, “buena sombra, zonas de descanso bien distribuidas y mobiliario resistente que mantenga una imagen ordenada durante toda la jornada”. Y concluye con una idea clave para la rentabilidad del espacio: “Cuando el espacio está bien planteado y funciona correctamente, el huésped lo disfruta más y el hotel obtiene un mayor rendimiento de esa zona”.

En esa misma lógica de equilibrio, Ambiazza insiste en la necesidad de construir atmósferas coherentes: “Un espacio de bienestar memorable se construye equilibrando estímulos. La luz natural, el sonido del agua en movimiento, materiales nobles y zonas de descanso realmente cómodas crean una atmósfera que invita a desconectar”.

Desde el punto de vista operativo, Conva refuerza esta idea desde la base funcional del diseño: “Lo primero es asegurar que el espacio funcione bien durante todo el día. Buena sombra, zonas de descanso cómodas y mobiliario preparado para exterior son la base de cualquier área de piscina”. Y añade una consecuencia directa: “Cuando estas condiciones están bien resueltas, el cliente puede relajarse sin preocuparse por nada y el espacio se mantiene operativo incluso con un uso intensivo”.

Finalmente, desde GROSFILLEX ESPAÑOLA se pone el acento en la evolución del mobiliario en el sector contract: “Incluiría elementos de descanso ergonómicos, agradables y cómodos. En el sector contract (hoteles, spas y complejos de lujo), la innovación en elementos de descanso ha pasado de la ‘comodidad pasiva’ a la ‘ergonomía activa y sensorial’”. Una transformación que redefine el concepto mismo de confort: “Ya no se busca solo una silla donde sentarse o una tumbona donde tumbarse, sino una herramienta de recuperación física y mental que soporte el uso intensivo sin perder su esencia vanguardista”.

Diseño icónico

Si la experiencia es importante, su capacidad de difusión lo es aún más. En la era digital, las piscinas han pasado a ocupar un lugar destacado como uno de los principales escaparates del hotel, espacios concebidos no solo para disfrutarse, sino también para ser compartidos y amplificados a través de redes sociales.

Fotos: Conva

Formas, materiales, iluminación y entorno se articulan hoy con una intención clara: construir escenarios visualmente impactantes que funcionen como herramienta de marketing experiencial. Sin embargo, el verdadero desafío no reside únicamente en captar la atención en una imagen, sino en sostener esa promesa cuando el huésped vive el espacio en primera persona.

En este contexto, muchos hoteles están reforzando el cuidado de sus zonas de piscina por su alta visibilidad. “Se tiende a ordenar mejor el mobiliario, crear composiciones claras de tumbonas, camas balinesas o parasoles y mantener una estética coherente con el hotel. Pero al mismo tiempo todo debe ser resistente y fácil de mantener, porque son áreas con mucho movimiento”, apuntan desde Conva, subrayando ese equilibrio entre imagen y uso intensivo.

Esa idea se refuerza desde la perspectiva del diseño de marca. “Cada vez más hoteles entienden la piscina como una extensión de su identidad de marca”, explican desde Ambiazza. Esto se traduce en composiciones cuidadosamente estudia-

Foto: Grosfillex





das: “daybeds, pufs lounge, textiles coordinados o parasoles con personalidad”, elementos que construyen una narrativa visual coherente con el concepto del establecimiento.

En esa misma línea, el diseño trasciende lo funcional para convertirse en lenguaje visual. “El diseño deja de ser solo funcional para convertirse en una escena. Cuando el espacio está bien pensado, la propia atmósfera del lugar genera imágenes que funcionan casi de forma natural en redes sociales. En muchos casos la piscina se convierte en el corazón visual del hotel”, añaden desde Ambiazza.

Desde GROSFILLEX ESPAÑOLA se apunta a una evolución clara en el tipo de estética demandada: “Actualmente la tendencia ha pasado de buscar el lujo llamativo a un lujo escenográfico y sensorial. El objetivo no es solo que la piscina o spa sea un lugar bonito, sino que funcione como un imán visual que cuente una historia en redes sociales y genere un deseo inmediato de ‘estar ahí’”. Una narrativa en la que, además, “es indispensable que el entorno sea relajado y sin estridencias”.

La innovación en materiales también juega un papel clave en esta construcción visual. Desde Reviglass destacan que “las tendencias apuntan a piscinas infinity, fondos degradados y efectos visuales personalizados”. En este sentido, el mosaico de vidrio permite ir un paso más allá: “permite personalizar sin límite mediante la creación de dibujos, logotipos o transiciones cromáticas que convierten la piscina en un icono reconocible del hotel”.



ZONAS DE DESCANSO REALMENTE CÓMODAS CREAN UNA ATMÓSFERA QUE INVITA A DESCONECTAR.

No obstante, el impacto visual debe convivir con la exigencia operativa. “En una piscina de hotel el espacio tiene que funcionar muchas horas al día y con bastante movimiento de personas. Por eso el equipamiento debe ser resistente, estable y fácil de manejar por el personal”, señalan desde Conva. Y añaden una idea clave para la sostenibilidad del proyecto: “Si se eligen bien los materiales y las piezas están pensadas para uso profesional, el espacio mantiene una buena imagen con el paso del tiempo y se reduce mucho el mantenimiento diario”.

Desde la perspectiva del diseño, el equilibrio vuelve a situarse en el centro. “La clave está en diseñar pensando en el uso real del espacio. Un hotel necesita piezas cómodas, resistentes al



exterior y fáciles de mantener, pero que también transmitan una estética cuidada”, apuntan desde Ambiazza, reforzando la necesidad de unir funcionalidad y narrativa visual.

Finalmente, desde GROSFILLEX ESPAÑOLA se subraya la importancia de la durabilidad como parte de la experiencia estética: “Para que un espacio contract pase la prueba del tiempo sin perder su atractivo visual, la elección de materiales no puede ser puramente estética. En el entorno de una piscina o spa, el material es el punto de contacto directo con la piel del huésped; por tanto, la suavidad es un requisito emocional, mientras que la durabilidad es un requisito básico que conlleva un ahorro para el establecimiento”.

Una visión que se completa desde Reviglass al destacar soluciones técnicas que refuerzan ambos planos: “La combinación se logra eligiendo mosaicos de vidrio antideslizantes no rugosos y de fácil limpieza. Así se mantiene un alto impacto estético con superficies higiénicas, resistentes, seguras y suaves al tacto”.

Fotos: Reviglass



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

Mobiliario exterior

Sin embargo, hay un elemento que está redefiniendo por completo la percepción de las áreas de piscina y bienestar: el mobiliario. Más allá de su función práctica, tumbonas, camas balinesas o zonas chill-out se han convertido en auténticos generadores de experiencia, capaces de transformar la forma en la que el huésped habita el espacio.

El usuario ya no busca únicamente un lugar donde tumbarse, sino entornos donde permanecer, relajarse y socializar. En este contexto, el mobiliario deja de ser un complemento para convertirse en un elemento estructural de la experiencia: marca el ritmo de uso, condiciona la estética global y, en muchos casos, influye directamente en la rentabilidad del área.

Desde la perspectiva del diseño experiencial, “el mobiliario exterior define gran parte de la experiencia del huésped. No se trata solo de colocar tumbonas, sino de crear diferentes formas de habitar el espacio: descansar, leer, socializar o simplemente observar el paisaje”, apuntan desde Ambiazza, subrayando esa nueva dimensión del confort.

En paralelo, la exigencia operativa se mantiene como un factor determinante. “En hostelería el primer criterio es que el mobiliario aguante bien el uso diario. Las tumbonas, parasoles o zonas chill-out tienen que soportar sol, viento, humedad y muchas horas de utilización”, explica José Monzó, recordando que la resistencia es un punto de partida innegociable. A ello se suma la necesidad de eficiencia en el trabajo diario: “También es importante que sean fáciles de mover y mantener, ya que el personal del hotel trabaja con ellos constantemente”.

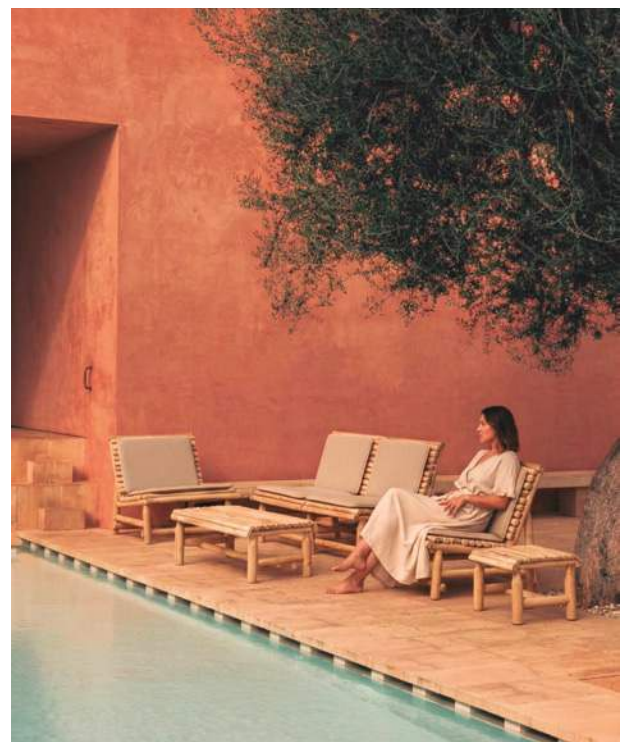
Esa combinación entre durabilidad y facilidad de uso se complementa con la búsqueda de coherencia estética. Así, Juan M. Duroudier se destaca cómo el entorno contribuye a esa continuidad visual: “Se prioriza ergonomía, resistencia a la intemperie y coherencia estética. El entorno decorado en mosaico de vidrio aporta continuidad visual entre agua y zona de descanso, reforzando la identidad del espacio”.

La versatilidad del mobiliario es otro de los aspectos clave en su evolución reciente. “Las zonas lounge, los pufs o los parasoles con carácter ayudan a construir pequeños espacios

dentro del área de piscina”, señala Joel Bravo, añadiendo que “es clave pensar en el uso diario: el personal del hotel mueve, limpia y gestiona el mobiliario constantemente, por lo que la ligereza, la durabilidad y la facilidad de mantenimiento son esenciales”.

A esa funcionalidad se suma la dimensión estética, cada vez más relevante en la configuración de estos espacios. “La personalización permite integrar colores, textiles y formas con la arquitectura del hotel y reforzar la identidad del espacio”, apuntan desde Ambiazza, consolidando la idea de que el mobiliario es también un vehículo de marca.

Finalmente, Jordi Gregori subraya la exigencia global que define al sector contract: “Para que el mobiliario en un entorno contract (hotelero de alto nivel) sea exitoso, debe superar la prueba del ‘uso rudo’ sin sacrificar la estética de lujo”. Un equilibrio que, según explican, se basa en “un diseño cómodo y confortable, la ergonomía intuitiva, un bajo mantenimiento y la resistencia climática extrema”.

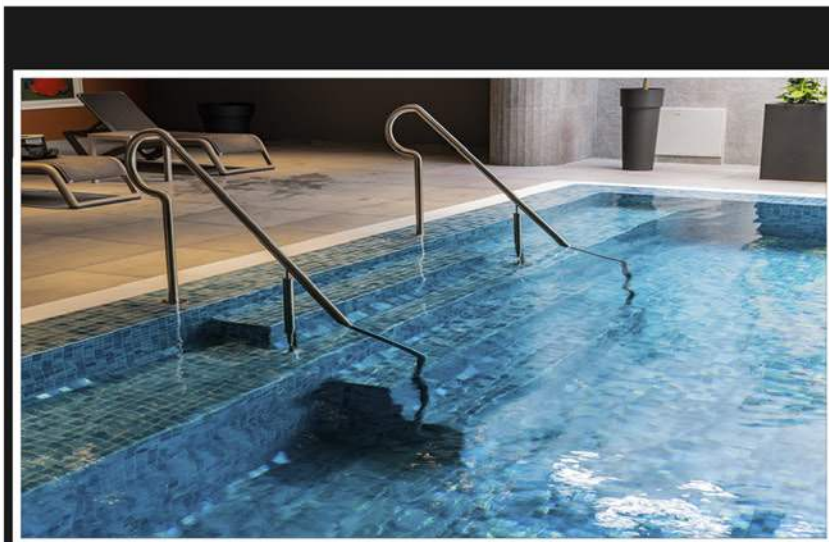
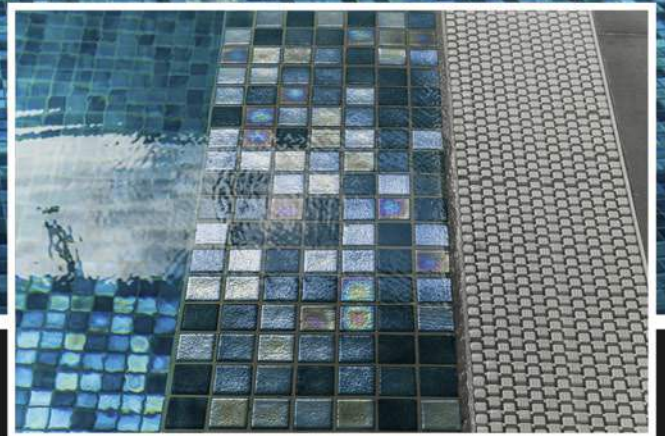


^ Foto: Ambiazza

UNA PISCINA DE HOTEL YA NO ES SOLO UN LUGAR PARA REFRESCARSE; ES UNA PUESTA EN ESCENA.

EL TAMAÑO IMPORTA

5x5 cm: La escala del lujo



reviglass
mosaic



Eficiencia en cocina, ritmo en sala, excelencia en la mesa



The clean solution

La eficiencia energética es hoy un reto global que impacta directamente en el sector de la hostelería y la hotelería. Desde hace décadas, el consumo de recursos como el agua y la energía supera la capacidad de regeneración del planeta, una situación advertida por multitud de organizaciones y agravada por el cambio climático. A esta realidad se suma una subida sin precedentes del coste de la electricidad, que ha incrementado notablemente los gastos de explotación.

Características del perfil de hostelería consideradas

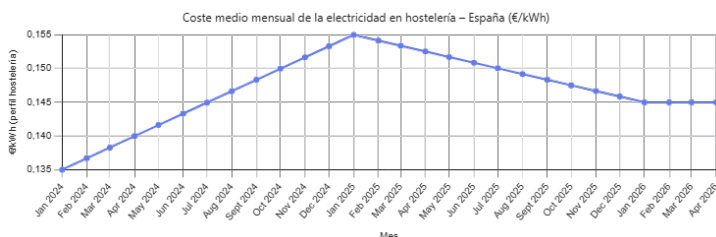
Alto consumo en horas punta (servicios de comidas y cenas)
Uso intensivo de cocina, lavado de vajilla, refrigeración y climatización

Menor capacidad de desplazamiento del consumo a horas valle

Tarifas habituales 3.0TD / 6.1TD

Penalización mayor por potencia contratada y picos de demanda

Resultado: el coste efectivo por kWh en hostelería suele situarse entre un 10 % y un 15 % por encima del promedio empresarial general.



Fuentes: Eurostat – NRG_PC_205 1, Trading Economics – Spain electricity prices (non-household), REE – Informe del sistema eléctrico / Precio medio final, AEGE – Barómetro Energético en España

En hostelería, el consumo energético se concentra principalmente en la cocina, la refrigeración y, en tercer lugar, en el lavado de la vajilla. Sin embargo, este último no solo influye en los costes, sino también en la calidad del servicio. Una vajilla perfectamente limpia, seca y disponible a tiempo es esencial para mantener una presentación de mesa impecable, agilizar el ritmo en sala y garantizar una experiencia positiva para el cliente.

Por ello, la elección de un lavavajillas profesional energéticamente eficiente es clave. Fabricantes comprometidos como MEIKO apuestan por tecnologías de lavado sostenibles y que mejoran la rentabilidad del negocio. Un ejemplo son las soluciones de la gama M-iClean H, adaptadas a la capacidad real de trabajo (hasta 60 cestos/hora.), evitan sobredimensionar instalaciones y permiten un flujo constante de vajilla limpia incluso en momentos de alta demanda.

El uso responsable del equipo también marca la diferencia: evitar ciclos a media carga, prescindir del modo standby cuando no es necesario y programar los encendidos en horarios de menor coste contribuye a reducir consumos sin afectar al servicio.



Además, MEIKO desarrolla tecnologías avanzadas como M-iQ AirConcept, que recupera hasta un 21 % de energía mediante la reutilización del calor del vapor de lavado. Esto no solo reduce costes, sino que mejora el confort del personal en la zona de lavado.

En definitiva, un lavado eficiente es sinónimo de ahorro, ergonomía y excelencia en el servicio de mesa.

La Lavandería Hotelera del Futuro: Ecosmart Laundry by DOMUS



La gestión de la lavandería es un elemento estratégico en el sector hotelero. La necesidad de garantizar calidad constante, rapidez en los procesos y control de costes exige soluciones cada vez más avanzadas. En este contexto, DOMUS presenta ECOSMART LAUNDRY, un concepto diseñado para transformar la lavandería hotelera en un sistema inteligente, conectado y altamente eficiente.

ECOSMART LAUNDRY va más allá de la maquinaria individual. Se basa en la integración de equipos, tecnología y datos para optimizar el funcionamiento global de la lavandería. El objetivo es claro: mejorar la PRODUCTIVIDAD operativa del hotel, reducir consumos y facilitar una GESTIÓN MÁS EFICIENTE DEL NEGOCIO.

La propuesta incluye una amplia gama de equipamiento profesional adaptado a las necesidades de las lavanderías hoteleras: lavadoras industriales frontales de 8 a 120 kg, secadoras altamente eficientes, calandras y líneas completas de planchado, plegadoras automáticas y soluciones de higienización mediante ozono. Cada equipo está diseñado para integrarse dentro de un ecosistema que permite gestionar la lavandería como un sistema coordinado.

Uno de los elementos clave de esta visión es la conectividad. A través de DOMUSCONNECT, los hoteles pueden supervisar y optimizar el funcionamiento de sus equipos en tiempo real desde cualquier lugar. Este sistema permite controlar parámetros operativos, monitorizar el rendimiento de las máquinas y tomar decisiones basadas en datos, mejorando la eficiencia y reduciendo los costes de operación.

La sostenibilidad también forma parte esencial del concepto ECOSMART LAUNDRY. DOMUS ha desarrollado tecnologías específicas para reducir el consumo de recursos en los procesos de lavado. Entre ellas destacan los tanques de recuperación de agua ECOTANK y ECOTANK XL, que permiten reutilizar agua procedente de los ciclos de lavado, disminuyendo significativamente el consumo hídrico de la instalación.

Además, el sistema LEMS by Onnera (Laundry Efficiency Management System) permite medir con precisión el consumo de agua, gas y electricidad de cada equipo. Gracias a su estructura basada en LEMS Brain y LEMS Counter Box, el sistema recoge los datos generados por la instalación y los integra

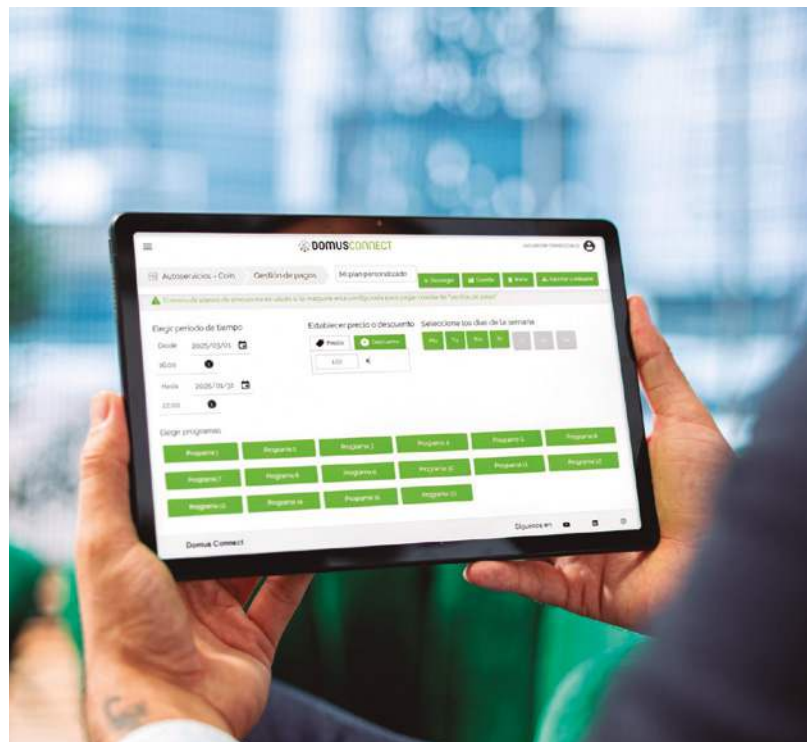
en la plataforma digital, facilitando una gestión energética mucho más eficiente y sostenible.

Más allá de la tecnología, DOMUS acompaña a sus clientes con un enfoque integral que incluye asesoría en diseño de lavanderías, optimización de procesos, formación técnica y una amplia red de servicio técnico y recambios. Este enfoque permite a los hoteles mejorar el rendimiento de sus instalaciones y asegurar la continuidad operativa de sus lavanderías.

Con ECOSMART LAUNDRY, DOMUS impulsa una nueva forma de entender la lavandería hotelera: conectada, eficiente y preparada para responder a las exigencias del sector hotelero moderno, donde la tecnología y la gestión inteligente se convierten en aliados clave para la rentabilidad del negocio.

¿Quieres saber más sobre cómo ECOSMART LAUNDRY puede optimizar la lavandería de tu hotel?

Contacta con nuestro equipo para recibir más información o asesoramiento personalizado: domus@domuslaundry.com



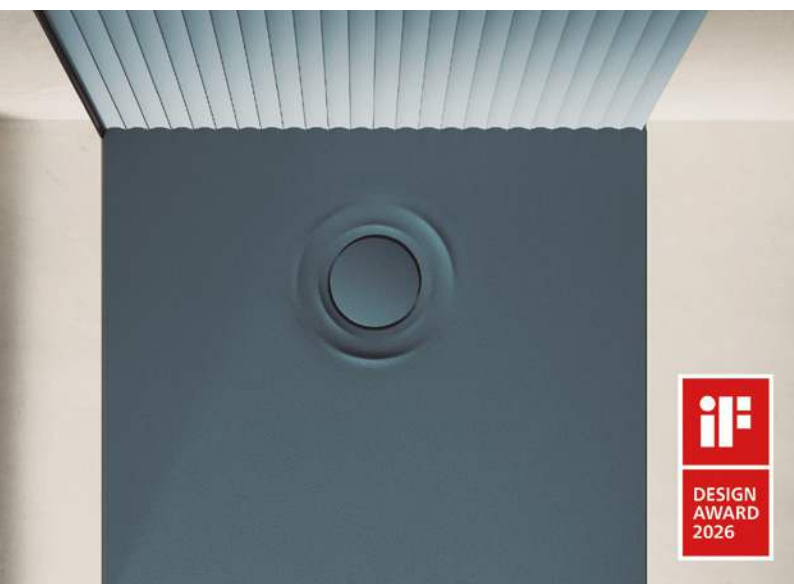
El poder de las formas de la naturaleza: así son las novedades de Acquabella

El agua deja ondas perfectas cuando toca la superficie. La piedra se pule lentamente con el paso del tiempo, suavizando las aristas hasta alcanzar una forma equilibrada. La naturaleza diseña sin artificio, modelando volúmenes y texturas a través del movimiento, la materia y la calma.

En 2026, el baño se inspira en ese origen esencial. Bajo esta mirada, Acquabella, firma líder en diseño y fabricación de productos de baño de alta calidad, presenta sus novedades: los platos de ducha Acqua Zero y Livo Slate, y la bañera Yura, tres piezas que reinterpretan la naturaleza para transformar el espacio en una experiencia sensorial y estética.

Livo Slate interpreta la naturaleza desde la materialidad y la geometría. Su superficie, inspirada en la textura de pizarra, aporta profundidad visual y carácter matérico reforzando la conexión con los materiales minerales en el baño contemporáneo.

Su ligera pendiente dirige el agua hacia un desagüe circular desplazado, un detalle que rompe con la simetría tradicional y añade dinamismo al diseño. Disponible en Akron®, en múltiples colores y formatos, y con opción de desagüe en acero inoxidable o negro, Livo Slate se integra con naturalidad en proyectos donde la coherencia estética y la funcionalidad son esenciales.



acquabella

El diseño de Acqua Zero nace de una imagen casi hipnótica, la de una gota de agua justo en el momento en que toca la superficie. Su tapa circular, ligeramente elevada, captura ese instante suspendido en el tiempo, mientras las ondas concéntricas que la rodean evocan la expansión natural del agua al impactar. Esta propuesta, que ha sido reconocida con el prestigioso IF Design Awards 2026, destaca por su capacidad de transformar un gesto cotidiano en una experiencia estética.

Más que un simple plato de ducha, Acqua Zero propone una experiencia estética y sensorial donde la funcionalidad fluye con naturalidad. Las formas guían el agua de manera intuitiva, integrando diseño y eficiencia en un gesto poético. Fabricado en Akron® y disponibles en múltiples colores, se adapta a diferentes proyectos manteniendo siempre esa inspiración orgánica que convierte el espacio en un escenario dinámico y armonioso.

La bañera exenta Yura transforma el baño en un espacio de bienestar sereno. Inspirada en rituales ancestrales como el ofurō japonés o las termas romanas, recupera el baño como experiencia de pausa y cuidado personal.

Sus líneas ovaladas y suaves evocan piedras pulidas por el paso constante del agua, aportando una sensación de equilibrio y naturalidad en el conjunto. Fabricada en Dolotek® con acabado blanco mate, combina diseño ergonómico, textura cálida y confort, integrándose con elegancia tanto en interiores contemporáneos como en espacios tipo spa. Su silueta, envolvente y atemporal, introduce una presencia escultórica que estructura el espacio sin imponerse.

Con estas novedades, Acquabella propone una visión del baño donde el diseño se inspira en las formas naturales para crear espacios más equilibrados y sensoriales. Volúmenes orgánicos, superficies minerales y soluciones que evocan el movimiento del agua configuran una propuesta coherente que trasciende lo puramente funcional.

En un contexto en el que el baño se consolida como un espacio de bienestar y expresión estética, la firma apuesta por piezas que conectan con lo esencial, reinterpretando la naturaleza a través del diseño contemporáneo y aportando serenidad, materialidad y carácter al espacio.

Nofer presenta Color Edition



Nofer lanza COLOR EDITION, una nueva línea que incorpora el color al equipamiento de baño a través de tecnología PVD. Concebida bajo un enfoque match 360°, esta propuesta permite integrar todos los elementos del espacio con un mismo acabado, respondiendo a las necesidades de la arquitectura y el interiorismo de alto nivel.

Innovación y concepto

COLOR EDITION nace como una evolución en el diseño del baño profesional, donde el color adquiere un papel protagonista. La colección responde a la creciente demanda de espacios más cuidados, coherentes y personalizados, trasladando las tendencias de acabados metálicos al ámbito contract.

El concepto 360° aplicado en baños públicos, colectividades y proyectos de arquitectura e interiorismo, permite unificar estética y funcionalidad, garantizando una imagen uniforme y coherente en todo el espacio.

Solución integral y aplicaciones

La propuesta se materializa en una amplia gama de productos que cubren todas las necesidades del baño: colecciones como la Serie Verona, secamanos (FUGA EVO y BIGFLOW EVO), papeleras, dosificadores, dispensadores de papel, grifería (encimera y mural), dispensadores de papel higiénico industrial y mobiliario compacto en acero inoxidable.



Los acabados disponibles son:

Oro brillo: acabado luminoso y reflectante que aporta un toque de lujo y elegancia.

Oro satinado: superficie suave y mate, ideal para ambientes refinados.

Bronce: tonalidad cálida y atemporal que transmite carácter y distinción.

Gun metal: acabado oscuro, perfecto para estilos industriales y minimalistas.

El elemento diferencial de COLOR EDITION es la aplicación de la tecnología PVD (Physical Vapor Deposition), un tratamiento superficial avanzado que consiste en la evaporación de materiales y su deposición en capas finas sobre el producto.

A diferencia de los sistemas tradicionales, no se trata de pintura ni lacado, sino de un proceso que genera una unión a nivel atómico con el material base, mejorando notablemente sus prestaciones.

Con COLOR EDITION, Nofer refuerza su posicionamiento como referente en el equipamiento de baño profesional, apostando por soluciones que integran innovación tecnológica, durabilidad y diseño.



AGENDA

MAYO 2026

ARCHITECT@WORK MADRID

DEL 06 AL 07 DE MAYO

EN MADRID

www.architectatwork.com

HOTEL DESIGN EMEA

EL FORO ANUAL DE REUNIONES DEL

INTERIORISMO HOTELERO

DEL 26 AL 29 DE MAYO

EN MELIA VILLAITANA, COSTA BLANCA

www.hoteldesign.ltd/es

SEPTIEMBRE 2026

TEXTILHOGAR

HOME TEXTILES PREMIUM

DEL 28 DE SEP. AL 01 DE OCTUBRE

EN VALÈNCIA

www.feriahabitatvalencia.com

FERIA HÁBITAT VALÈNCIA

DEL 28 DE SEP. AL 01 DE OCTUBRE

EN VALÈNCIA

www.feriahabitatvalencia.com

ESPACIO COCINA SICI

DEL 28 DE SEP. AL 01 DE OCTUBRE

EN VALÈNCIA

www.espaciococina.feriavalencia.com

TRESSESENTA BY CEVISAMA

DEL 28 DE SEP. AL 01 DE OCTUBRE

EN VALÈNCIA

<https://360.feriavalencia.com/>

OCTUBRE 2026

GUEXT

SALÓN DE PROVEEDORES Y SERVICIOS

PARA EL SECTOR HOSPITALITY

DEL 15 AL 17 DE OCTUBRE

EN MADRID

www.ifema.com

IBERHORECA

EL FORO ANUAL CARA A CARA DEL CANAL

HORECA

DEL 20 AL 23 DE OCTUBRE

MELIA VILLAITANA, COSTA BLANCA

www.iberhoreca.com

NOVIEMBRE 2026

GASTRONOMIC FORUM BARCELONA

EVENTO PARA LOS PROFESIONALES DEL

MUNDO DE LA GASTRONOMÍA

DEL 02 AL 04 DE NOVIEMBRE

EN BARCELONA

www.gastronomicforumbarcelona.com

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)



Tecnología profesional de lavado, limpieza y desinfección



The clean solution

Pasión por la calidad y la limpieza



Tecnología de lavado profesional, máquinas de limpieza y desinfección, así como tecnología para la eliminación de restos de comida: soluciones limpias y eficientes, rápidas y fiables gracias a su gran durabilidad.

Las expectativas de nuestros clientes y nuestras clientas son el centro de todas nuestras consideraciones y nuestros desarrollos.

Empezamos hace 90 años en un pequeño garaje en la Selva Negra y a día de hoy, trabajamos alrededor de todo el mundo siendo una empresa global que ofrece tecnología y servicios técnicos de excelente calidad. Pensamos a largo plazo, en generaciones y no en trimestres, apostando por la innovación y la calidad en nuestras soluciones técnicas, por un trato respetuoso y fiable.

Innovaciones, crecimiento, evolución. Eso es MEIKO.

Tecnología y servicios técnicos expertos



MEIKO Clean Solutions Ibérica

Ctra. de l'Hospitalet, 147-149

Cityparc Edificio Atenas

08940 Cornellà de Llobregat

www.meiko.es · info@meiko.es

Tfno. +34 93 7817731

ARCOS®

Albacete (Spain) Since 1734



Made in Spain
since 1734

CUT TO SHARE