

Equipamiento hostelero

www.equipamientohostelero.com

CURT
EDICIONES SA

Nº 278 · 8 €



QUALITYFRY

iQ6 Smart: el salto generacional que conecta tu cocina

Tendencias Proyectos para contract y horeca · **Dossier** Maquinaria para cocina

Hoteles accesibles · Economía circular · Tecnología en la habitación

PROYECTO A FONDO CATALONIA PLAZA ESPAÑA HOTEL & SPA

BANDALUX

Z-BOX XXL

CUANDO EL ESPACIO CRECE,
LA PROTECCIÓN SOLAR TAMBIÉN

La nueva cortina enrollable Zip de gran tamaño
para un confort y protección extra grandes.
37,5 M² DE SUPERFICIE.

Hasta
7,5 x 5
metros



DESCUBRE
MÁS
INFORMACIÓN

SUMARIO

Equipamiento Hostelero - N.º 278



La transformación como motor

El pasado mes de junio, las revistas *Gran Hotel Turismo* y *Equipamiento Hostelero*, de Curt Ediciones, celebramos la gala de entrega de los Premios Roca a la Iniciativa Hotelera, de la que publicamos un amplio reportaje en esta edición. La convocatoria reunió un gran número de proyectos hoteleros, reflejo del dinamismo y la capacidad de innovación que vive hoy en día el sector. Ese dinamismo también se produce en las cifras. La inversión hotelera en España ha alcanzado los 2.460 millones de euros durante los seis primeros meses de 2026, lo que supone un incremento del 26,5 % respecto al mismo periodo del año anterior y sitúa el volumen en máximos históricos para un primer semestre. La actividad inversora se ha concentrado principalmente en hoteles ya existentes, que acumulan 2.078 millones de euros, mientras que los activos destinados a reconversión han representado 101 millones y los suelos para desarrollo hotelero, 281 millones. Todo ello apunta a que el reposicionamiento de establecimientos es el segmento con mayor actividad en la actualidad. Más que construir nuevos hoteles —una opción limitada en algunas ciudades por las moratorias urbanísticas vigentes—, muchos operadores están apostando por renovar sus activos para elevar su categoría, mejorar la experiencia del huésped, incrementar el ADR y adaptarse a los estándares de nuevas marcas. Esta tendencia está transformando también el sector de proyectos contract y horeca. La rehabilitación y la actualización de los establecimientos exigen soluciones cada vez más innovadoras, donde la economía circular, la accesibilidad y la tecnología dejan de ser elementos diferenciales para convertirse en criterios esenciales en el diseño de los hoteles.

Equipamiento hostelero



QUALITYFRY
iQ6 Smart: el salto generacional que conecta tu cocina

Tendencias Proyectos para contract y horeca · Dossier Maquinaria para cocina

Hoteles accesibles · Economía circular · Tecnología en la habitación

PROYECTO A FONDO CATALONIA PLAZA ESPAÑA HOTEL & SPA

PORTADA

QualityFry

www.qualityfry.com

- 2 Tendencias: Proyectos contract y horeca
- 16 En portada: QualityFry
- 18 Proyecto a fondo
- 26 Baños
- 27 Cocinas y menaje
- 28 Food & Beverage
- 29 Sisteven
- 30 Premios Roca a la Iniciativa Hotelera
- 43 Orac
- 44 Economía circular
- 49 Resuinsa
- 50 Hoteles accesibles
- 59 Tork
- 60 Ferias
- 61 Iluminación
- 62 Instalaciones
- 63 Mobiliario
- 64 Pavimentos y revestimientos
- 65 Proyectos
- 66 Tecnología en la habitación
- 72 Tecnología
- 73 Textil
- 74 Ecléctica Barcelona
- 78 Dossier: Maquinaria para cocinas

Director: Enrique Curt. Asesora editorial: Laura Curt Iborra. Redactora jefe: Isabel Fernández. equipamientohostelero@curtediciones.com. Redacción: Laura Morales y Marta Barbancho. Directora de arte: Imma Párrizas. Corrección: Bel Guerra. PUBLICIDAD. E-mail: equipamientohostelero@curtediciones.com. Central Barcelona: Maribel Gimisó. Paseo de Gracia, 63. 1º 2ª. 08008 Barcelona. Tel.: 933 180 101. Suscripción: 11 números: 85€. Precio Ejemplar: 8€. Canarias y aeropuertos: 8,20 € Depósito Legal: DL B 660-1999

CURT
EDICIONES

Edita: **CURT EDICIONES** Presidente Fundador: Enrique Curt. Editora: Laura Curt Iborra.

Los dibujos, fotografías y artículos que se publican son propiedad del editor, quedando prohibida su reproducción total o parcial sin la autorización precisa. Las imágenes utilizadas en portada y sumario aparecen con sus créditos y/o pies de foto en sus respectivos artículos. El editor no se responsabiliza de la opinión de sus colaboradores redaccionales. Printed in Spain.



NUEVA DIRECCIÓN: Paseo de Gracia, 63. 1º 2ª. 08008 Barcelona. Tel.: 933 180 101.

Proyectos contract y horeca

El diseño en contract y horeca vive un cambio de paradigma. En un mercado donde la experiencia del usuario se ha convertido en el principal factor de diferenciación, ya no basta con crear espacios atractivos: deben ser rentables, flexibles, sostenibles y responder a una estrategia de negocio. Esta nueva realidad impulsa la demanda de proyectos integrales en los que arquitectura, interiorismo, ejecución y gestión trabajan de forma coordinada para transformar cada establecimiento en una experiencia coherente, eficiente y con identidad propia. *Por Isabel Fernández*

UNA VISIÓN GLOBAL

Tras años en los que la experiencia hotelera estuvo asociada al entretenimiento constante y al lujo más visible, el viajero contemporáneo busca experiencias capaces de generar conexión, equilibrio y significado. La sexta edición de *The New Habitat 27/28*, el informe anual de tendencias promovido por APE Grupo, refleja que el 88 % de las personas a nivel global desea vivir experiencias con propósito. El confort y la experiencia del huésped se han convertido en la principal prioridad para el 89,4 % de los profesionales del sector, por delante de aspectos como la identidad del espacio, el diseño inclu-



sivo o la sostenibilidad. El diseño *hospitality* deja así de ser una cuestión estética para convertirse en una herramienta estratégica capaz de responder a nuevas expectativas y necesidades. Esta transformación se refleja en las decisiones de inversión: el presupuesto en diseño hotelero crecerá un 7,1 % durante el próximo año y los clientes estarían dispuestos a aumentar un 16,2 % la inversión destinada a esta partida para mejorar la sostenibilidad de los establecimientos. En la actualidad, arquitectos, interioristas, promotores, operadores hoteleros y marcas se enfrentan al reto de demostrar con datos el impacto real de sus decisiones sobre las personas y el entorno.

Enfoque que reduzca riesgos

Los empresarios que desarrollan un proyecto en el canal contract y horeca suelen buscar un enfoque que reduzca riesgos, controle costes, y garantice que el resultado final sea rentable, funcional y diferenciador. Y lo hacen dejándose asesorar por un *partner* integral que concentre estrategia, diseño, ejecución y coordinación, con un único interlocutor responsable de todo el proceso. Esto simplifica la gestión, reduce imprevistos, y aumenta la probabilidad de cumplir objetivos de plazo, presupuesto y calidad. La interiorista Alejandra Pombo explica que “cada vez buscan más una visión global del proyecto. Ya no se trata únicamente de diseñar



un espacio bonito, sino de crear una experiencia coherente, rentable y con operativa bien pensada. Nos piden proyectos muy pensados desde el concepto de marca, la funcionalidad del espacio, la circulación del cliente y del personal, hasta la durabilidad de los materiales o la optimización de costes y tiempos de ejecución. También hay una demanda creciente de flexibilidad. Los espacios horeca tienen que adaptarse a distintos momentos de uso, generar identidad y, al mismo tiempo, ser eficientes en su explotación diaria”.

Por su parte, Emilio Carmona, responsable de Proyectos de 4Caires, sostiene que, “actualmente, los empresarios de hostelería quieren proyectos completos y muy funcionales, pero sin renunciar a una identidad estética potente. Ya no se trata solo de diseñar un espacio bonito, sino de crear una experiencia coherente con la marca y que además funcione bien a nivel operativo. Cada vez se da más importancia a optimizar recorridos, aprovechar mejor los metros disponibles y conseguir espacios versátiles, capaces de adaptarse a distintos momentos de uso. También hay una preocupación clara por la durabilidad de los materiales, el confort acústico y una iluminación bien estudiada, ya que todo influye directamente en la experiencia del cliente. Además, el sector horeca entiende cada vez más el diseño como una herramienta diferencial. Muchos clientes buscan espacios con personalidad propia, pensados para generar impacto visual y pre-

sencia en redes sociales, pero siempre manteniendo un equilibrio entre imagen, funcionalidad y viabilidad económica”.

También coincide la interiorista Pia Capdevila en que se demanda “un concepto claro, coherente y diferenciador, capaz de posicionar el negocio y conectar con su público objetivo. El diseño debe responder tanto a una estrategia de marca como a criterios de rentabilidad. También buscan optimizar los metros cuadrados, mejorar la rotación y facilitar una operativa eficiente. A esto se suma el control de costes y plazos, así como la creación de espacios flexibles y con impacto visual, pensados para generar experiencia, recuerdo y visibilidad en canales digitales”.

Además, Felip Polar, CEO de Felip Polar Estudio, indica que “suelen pedir una combinación de rentabilidad, operatividad, identidad de marca y experiencia del cliente. Las demandas más habituales se agrupan en estas áreas: concepto y posicionamiento del negocio; optimización operativa; diseño experiencial; proyecto llave en mano; rentabilidad y retorno de inversión; sostenibilidad y eficiencia; imagen de marca coherente, y velocidad y control presupuestario”.

Asimismo, Fernanda Muñoz Miguel, socia y fundadora de EME Concepts, comenta que “lo que más escucho cuando me siento con un cliente nuevo es: ‘Fernanda, necesito que alguien me lleve esto de principio a fin porque no tengo tiempo ni cabeza para coordinar

a veinte personas distintas’. Y eso lo entiendo perfectamente. Un empresario hostelero tiene ya suficiente con gestionar su negocio como para encima tener que hacer de director de obra. Por eso, el modelo de proyecto integral existe: para que haya una sola persona que responda, que conozca el proyecto en su totalidad y que no pierda el hilo entre lo que se soñó al principio y lo que se entrega al final. Pero más allá de esa necesidad operativa, lo que realmente me apasiona de estos proyectos es que cada vez más los clientes llegan con una pregunta de fondo mucho más interesante: ‘¿qué tengo que hacer para que mi espacio sea inolvidable?’. No quieren un local bonito. Desean un espacio que genere vínculo, que tenga personalidad propia, que sus clientes reconozcan y quieran volver a vivir”. También Natali Canas del Pozo, *cofounder, partner and creative director* de El Equipo Creativo, cree que, “cada vez más, los clientes de *hospitality* entienden que el diseño no es solo una cuestión estética, sino una herramienta para construir identidad y generar emociones. Buscan espacios con alma, capaces de diferenciarse en un mercado muy saturado y de ofrecer experiencias memorables. Pero al mismo tiempo necesitan que todo funcione: operativa, circulación, flexibilidad, mantenimiento y rentabilidad. El reto está precisamente en encontrar ese equilibrio entre emoción y funcionalidad, entre narrativa y negocio”.



HOTEL NUEVO BARCINO (DYD INTERIORISMO)/©MARIA PUJOL



HOTEL TRANSIT (DOSS ESTUDIO-EVA GONZALEZ ESTUDIO)

De la estrategia inicial a la puesta en marcha

En este tipo de proyectos, las fases suelen abarcar desde la estrategia inicial hasta la puesta en marcha del establecimiento. Aunque pueden variar según el estudio o la promotora, una estructura profesional habitual es la siguiente: planificación y diseño (definición del *briefing*, análisis de necesidades, desarrollo del concepto y elaboración del proyecto de arquitectura e interiorismo), desarrollo técnico (redacción del proyecto ejecutivo, definición de materiales, detalles constructivos, mediciones y tramitación de licencias), contratación y producción (selección de proveedores, compras, fabricación del mobiliario y coordinación logística), ejecución e implantación (dirección de obra, instalación de acabados, mobiliario, equipamiento y supervisión de la calidad), y entrega y postventa (puesta en marcha, resolución de incidencias, entrega de la documentación final y seguimiento durante el periodo de garantía). Según Silvia Santauegencia y Mireia Sandoval, interioristas de Doss Estudio, y Eva González Alonso, de Eva González Estudio, “el proceso suele comenzar con una fase de análisis con-

ceptual y definición de necesidades, seguida del desarrollo del proyecto de arquitectura e interiorismo. Paralelamente se trabaja en la identidad y la ambientación seleccionando materiales, iluminación, mobiliario y equipamiento. Un punto clave es la coordinación técnica y el seguimiento de la ejecución de la obra. Finalmente, se realiza una fase de estilismo para reforzar el concepto del espacio y cuidar la experiencia final”.

Además, Àngels Castellarnau Visús, arquitecta y directora de Edra arquitectura km0, apunta que “un proyecto bien ejecutado no improvisa: se construye fase a fase. La primera es el *briefing* estratégico, donde escuchamos al cliente, analizamos el enclave, el público objetivo y los objetivos de negocio. A continuación, viene el anteproyecto, donde definimos la identidad del espacio, los flujos, la atmósfera y los materiales clave. La tercera fase es el proyecto de ejecución, con toda la documentación técnica, de instalaciones e interiorismo. Después llega la dirección de obra y coordinación de industriales, etapa crítica en hostelería porque los plazos de apertura no admiten margen de error. Y, finalmente, el equipamiento y *styling*,

donde cada detalle –mobiliario contract, iluminación, textil...– se integra en la narrativa del espacio”.

Para Natali Canas del Pozo, de El Equipo Creativo, “un proyecto comienza mucho antes de dibujar planos. Empieza entendiendo la visión del cliente, el contexto y la experiencia que queremos provocar en las personas. A partir de ahí desarrollamos el concepto, la narrativa espacial y toda la parte de diseño e interiorismo. Después llega una fase más técnica y de coordinación, donde cada detalle debe responder tanto a la estética como a la operativa. Finalmente, la obra es casi una extensión del proceso creativo: acompañamos cada decisión para asegurar que la esencia inicial llegue intacta al espacio construido”.

Por otro lado, Anna Escanez, socia de Estudio-Faas, opina que “la fase inicial es siempre el *concept*, donde se define la identidad del proyecto, el perfil del usuario al que se dirige y aquello que se quiere transmitir. Esta etapa es clave para construir espacios con carácter y ofrecer una experiencia diferencial. A partir de ahí, desarrollamos la fase de diseño, trabajando la distribución, la materialidad, la iluminación

HOTEL KIMPTON VIVIDORA BARCELONA (EL EQUIPO CREATIVO)



y el mobiliario. Siempre buscamos un equilibrio entre funcionalidad, estética y personalidad. Posteriormente, se pasa a la fase técnica y de ejecución, donde resulta fundamental una buena dirección de obra para garantizar calidad, coherencia y atención al detalle. Por último, llega la fase de puesta en marcha y estilismo final, especialmente importante en proyectos orientados al lujo y a la experiencia, donde los últimos detalles terminan de definir la atmósfera y la identidad del espacio”.

Contar historias

Hoy en día, los espacios priorizan la hiperlocalización, sustituyendo el diseño globalizado por la arquitectura vernácula, destacando la artesanía local y materiales de la región para contar una historia única. También destaca el diseño sensorial y biofílico. La experiencia multisensorial es clave. Se apuesta por la integración de luz natural, vegetación, paletas de colores orgánicos y texturas táctiles que reducen la fatiga mental y conectan emocionalmente con el entorno. Por otro lado, se encuentra la apuesta por el mobiliario flexible y orgánico. Adiós a las líneas agresivas; predominan los diseños de formas curvas que aportan confort. El mobiliario modular es fundamental, permitiendo adaptar los espacios a distintos usos según el momento del día. Además, los materiales reciclados, orgánicos y la economía circular son la norma. El mobiliario contract actual exige una resistencia intensiva sin renunciar al diseño. Por último, es importante la tecnología invisible. El entorno físico se apoya en la domótica para ajustar ilumina-

MESÓN SABOR ANALUZ (LAGO INTERIORIZA)



ción, aromas o personalizar la estancia del cliente de forma ágil y eficiente. Juan Luis Requena, socio fundador del estudio Requena y Plaza, considera que, “actualmente, vemos una clara tendencia hacia una arquitectura y un interiorismo mucho más emocionales y experienciales, donde los espacios son capaces de contar una historia y generar una conexión con el usuario. También observamos una reinterpretación contemporánea de lo local, el respeto por lo preexistente cuando así procede, y una apuesta por la sostenibilidad entendida como algo real. El estudio en profundidad de los materiales adecuados y la búsqueda de espacios atemporales, cálidos y humanos son constantes en muchos proyectos. Además, los espacios comunes han adquirido en los últimos tiempos un papel protagonista, como lugares capaces de generar

comunidad y experiencias compartidas”. Por su parte, Carlos Rubio, interiorista y director de Insenia, explica que “vemos una tendencia clara hacia espacios más cálidos, más honestos materialmente y menos dependientes del impacto visual inmediato. Durante años hemos visto muchos locales pensados casi para la foto rápida, para la esquina de Instagram, para el ‘mira dónde estoy’. Eso sigue existiendo, pero empieza a cansar cuando el espacio no acompaña de verdad. Ahora se valora más el confort real: buena acústica, buena luz, buenos recorridos, asientos cómodos y materiales que envejezcan con dignidad. Nadie vuelve a un restaurante solo porque sea bonito si ha cenado con eco, mala iluminación y una silla que parece diseñada por un enemigo. A nivel material, se está trabajando mucho con maderas técnicas, cerámicas con

Proyectos contract y horeca

RESTAURANTE LA CUCU (4CADIRES)/©LILIA SULTANOVA



textura, piedra sinterizada, revestimientos continuos, morteros decorativos, textiles contract, superficies acústicas, iluminación arquitectónica y mobiliario a medida muy integrado. Pero en contract la belleza no basta. Un material tiene que resistir tránsito intensivo, limpieza frecuente, manchas, roces, humedad y normativa. También hay una sostenibilidad más madura. Ya no se trata de poner tres plantas al fondo y declarar que el local es verde. Hablamos de eficiencia energética, reducción de consumos, materiales duraderos, reparabilidad, gestión del agua, iluminación bien sectorizada, climatización eficiente y decisiones que reduzcan el impacto ambiental, pero también el coste operativo. La sostenibilidad, cuando se entiende bien, no es solo discurso; es gestión. Otra tendencia fuerte es la flexibilidad. Muchos espacios ya no tienen un único uso durante todo el día. Una cafetería puede funcionar por la mañana como zona de desayunos, por la tarde como espacio informal de trabajo y por la noche como local de copas. Un *lobby* de hotel puede ser recepción, bar, sala de espera, *coworking* y escaparate de marca al mismo tiempo. Eso obliga a diseñar muy

bien la iluminación por escenas, la acústica, el mobiliario y la capacidad de transformación del espacio. Y me interesa especialmente la recuperación de la identidad local. Cada vez se busca más que un proyecto dialogue con el lugar donde está: con sus materiales, su memoria, su cultura gastronómica o el edificio existente. Pero hay que hacerlo sin disfrazar el establecimiento. Lo local no puede ser una postal pegada en la pared. Tiene que estar integrado con naturalidad”.

También hace hincapié Loli Morono, directora creativa de PF1 Interiorismo Contract, en que “las tendencias actuales están marcadas por una clara búsqueda de identidad y autenticidad en los proyectos. Frente a una etapa anterior más centrada en el impacto visual, hoy se priorizan espacios con narrativa propia, coherentes con la historia del lugar y con el tipo de experiencia que se quiere ofrecer. Se observa una evolución clara en la forma de abordar los proyectos. Si anteriormente era habitual encontrar establecimientos que ponían el acento en la espectacularidad y en una diferenciación muy marcada respecto a lo cotidiano, posteriormente se consolidó una etapa orientada a

generar espacios de confort y cercanía, donde el huésped se sintiera ‘como en casa’. Entre ambas fases, el sector vivió también una etapa muy relevante marcada por la estandarización a través de modelos de marca y franquicia, en la que se buscaba garantizar una experiencia homogénea independientemente de la ubicación del establecimiento, asegurando unos mínimos de calidad y una identidad corporativa reconocible. En la actualidad, y salvo tipologías concretas donde otros factores pesan más, la tendencia general avanza hacia un equilibrio más complejo y maduro del diseño, donde conviven identidad, funcionalidad y experiencia. El interiorismo experiencial, por su parte, no es una tendencia reciente, sino un enfoque que lleva más de dos décadas evolucionando dentro del sector. Actualmente se encuentra plenamente consolidado, y su aplicación se ha refinado, integrándose de forma más estratégica en el desarrollo conceptual de los proyectos, más allá del impacto puramente estético. Asimismo, se impone un enfoque cada vez más racional en la selección de materiales y soluciones constructivas, donde la durabilidad, el mantenimiento y la eficiencia operativa

EDRA ARQUITECTURA KMO



tienen un peso creciente en la toma de decisiones.

En conjunto, el sector avanza hacia un interiorismo más atemporal, donde la identidad del proyecto, la funcionalidad y la experiencia del usuario se equilibran como pilares fundamentales del diseño”.

Según Emilio Carmona, de 4 Cadires, “a nivel de diseño, están ganando protagonismo los materiales naturales, las texturas más orgánicas y las paletas de colores neutras o cálidas, combinadas muchas veces con elementos más industriales o artesanales para aportar personalidad. También se busca cada vez más la integración de vegetación, iluminación ambiental y soluciones acústicas que ayuden a mejorar el confort del espacio. Otra tendencia muy presente es la creación de espacios versátiles y flexibles, capaces de adaptarse a diferentes usos y momentos del día, especialmente en hostelería. Además, el componente visual tiene hoy un peso muy importante: muchos negocios buscan interiores con carácter, pensados también para generar impacto en redes sociales y reforzar la identidad de marca. Por otro lado, la sostenibilidad y la durabilidad de los materiales ya

no se entienden como un valor añadido, sino como una parte esencial del proyecto. Cada vez hay más interés por soluciones eficientes, materiales resistentes y diseños que tengan recorrido en el tiempo tanto estética como funcionalmente”.

Desde Doss Studio y Eva González Estudio señalan que “el contexto actual es de una continua sobreexposición de tendencias que pueden llegar a la saturación. Una de las consecuencias es el copiar y pegar referencias directas en proyectos o tomar decisiones precipitadas sin lugar para la reflexión ni tener en cuenta el espacio y el cliente. Actualmente vemos que despuntan tendencias como el *quiet luxury*, caracterizado por espacios elegantes y atemporales con materiales nobles y una estética sobria; el *japandi*, que combina el minimalismo japonés con la calidez escandinava; y el regreso de estilos más eclécticos y personales, donde se mezclan piezas *vintage*, arte y elementos contemporáneos. También tienen mucha presencia los interiores de inspiración mediterránea y orgánica, con acabados naturales, tonos cálidos, y una fuerte conexión con la luz y la artesanía local. Aun así, la clave del éxito

en un proyecto de interiorismo es el estudio de cada espacio y cliente, con sus propias necesidades, antes de implementar un estilo imperante y hacer, por tanto, un proyecto único y a medida”.

Por otro lado, Paco Lago, CEO y director creativo de Lago Interioriza, sostiene que “nosotros intentamos no trabajar desde las tendencias, porque las tendencias pasan y los espacios permanecen. Podemos diseñar desde un restaurante con estrella Michelin hasta un concepto más casual, pero siempre buscamos que cada proyecto tenga una identidad propia y coherente con su marca y su público. Si hay algo que realmente está ganando importancia hoy, es lo que nosotros llamamos ‘interiorismo silencioso’. Todo aquello que el cliente no percibe de forma consciente, pero que cambia completamente la experiencia: el tratamiento acústico, la ergonomía, la iluminación integrada, los recorridos, el confort térmico o la operativa invisible. Cada vez se valora más cómo te hace sentir un espacio, no solo cómo se ve”. De la misma opinión es Chelo Alcañiz, CEO de DyD Interiorismo: “Personalmente no creo mucho en las tendencias. Para mí, es mucho

Proyectos contract y horeca

HOTEL EUROSARS LISBOA BAIXA (PF1 INTERIORISMO CONTRACT/©IVÁN CASAL NIETO)



más importante escuchar el espacio, el edificio en el caso de que sea una reforma, inspirarnos en la arquitectura de los sentidos, en el proyecto, en lo que quiere ser ese espacio, etc., para llegar al interiorismo perfecto para cada proyecto. Si tuviese que definir mi tendencia lo haría desde el punto de vista de la materialidad, de las texturas y, sobre todo, de una paleta de color muy neutra y tranquila, basada en tonos blancos cálidos, tierra, arenas... Y siempre con un color acento que nos marca el *storytelling*".

Proyectos con más demanda

La inversión hotelera en España ha alcanzado los 2.460 millones de euros en el primer semestre de 2026, según datos de Colliers, lo que supone un incremento del 26,5 % respecto al mismo periodo del año anterior y sitúa el volumen en máximos históricos para un primer semestre. La actividad transaccional se ha concentrado principalmente en hoteles existentes, que acumulan 2.078 millones de euros, mientras que los activos para reconversión han representado 101 millones y los suelos para desarrollo hotelero, 281 millones. En total, el mercado ha registrado la compraventa de 88 activos y 12.187 habitaciones, reflejando un nivel elevado de actividad.

Por tanto, el reposicionamiento de hoteles existentes es probablemente el segmento con mayor actividad hoy. En lugar de levantar nuevos hoteles, ya que en algunas ciudades hay moratorias que impiden su construcción,

muchos operadores están renovando activos para subir de categoría (de tres a cuatro estrellas o de cuatro a cinco); mejorar la experiencia del huésped; aumentar el ADR (precio medio por habitación), o adaptarse a nuevas marcas tanto nacionales como internacionales. Los proyectos suelen incluir renovación de habitaciones, nuevos lobbies concebidos como espacios sociales, restaurantes abiertos también al público local, zonas *wellness* y *fitness*, terrazas y *rooftops*. En España este tipo de inversión continúa siendo especialmente intensa en destinos turísticos y grandes ciudades, y es

ahí donde intervienen muchos estudios de arquitectura e interiorismo.

Así, Àngels Castellarnau, de Edra arquitectura km0, confirma que "el gran protagonista sigue siendo la rehabilitación y puesta en valor de edificios existentes, siguiendo con la directiva europea, especialmente en entornos rurales o históricos con potencial turístico. La demanda de experiencias únicas y auténticas ha convertido masías, bodegas, caseríos o edificios singulares en hoteles *boutique* y restaurantes de destino".

Alejandra Pombo cree que, "actualmente, vemos muchísimo movimiento en *hospitality*, especialmente en hoteles *boutique*, restauración experiencial y proyectos híbridos que mezclan ocio, gastronomía y *lifestyle*. El cliente busca espacios con narrativa, capaces de diferenciarse y generar impacto tanto presencial como digital. En general, hay una apuesta clara por proyectos donde diseño, operativa y *branding* trabajen de forma conjunta".

Para Felip Polar, "los proyectos que más se están desarrollando en arquitectura e interiorismo responden a nuevos hábitos de consumo, bienestar, flexibilidad y experiencia. El crecimiento más fuerte se concentra en sectores vinculados al *hospitality*, *lifestyle* y espacios híbridos. Se desarrollan muchos hoteles *boutique*, *lifestyle hotels*, *beach clubs*, restaurantes experienciales, cafeterías de autor, *rooftops*, *wellness resorts* y *concept restaurants*".

Además, Fernanda Muñoz, de EME Concepts, agrega que "hay un tipo de proyecto que define muy bien el momento que vivimos y es el espacio de experiencia. Ese lugar que ya no se puede definir con una sola palabra —no es solo



MIM ANDORRA (ESTUDIOFAAS)

HOTEL MELIÁ LA PALMA (REQUENA Y PLAZA)



un restaurante, no es solo un bar, no es solo un hotel—, sino que es todo eso a la vez y, además, tiene algo que no encuentras en ningún otro sitio. El cliente ya no va a consumir: va a vivir algo. Y ese cambio de paradigma lo cambia todo desde el punto de vista del diseño. Los hoteles *boutique* en edificios con historia siguen siendo una tipología muy activa y muy estimulante para trabajar, porque te obliga a dialogar con una arquitectura preexistente, a escucharla antes de intervenir. Y en restauración estoy viendo algo que me parece muy interesante: la inversión en diseño se está democratizando. Hay una generación de hosteleros que entiende que un local con identidad propia no es un lujo, es una herramienta de negocio. Y eso abre posibilidades preciosas”.

La interiorista Pia Capdevila comenta que se están desarrollando “muchos conceptos híbridos, como cafeterías con *coworking*, espacios *retail* con gastronomía u hoteles abiertos a la ciudad. También crecen los restaurantes nicho, muy especializados y con una identidad clara. Otro ámbito importante son las reformas para reposicionar negocios existentes, actualizando imagen, operativa y experiencia de cliente. En hotelería, destacan los hoteles *lifestyle*, donde el F&B gana protagonismo, así como terrazas, patios y espacios exteriores, muy demandados por su flexibilidad y rentabilidad”.

Tecnología integrada en el proceso creativo

Una de las conclusiones más significativas del informe *The New Habitat 27/28* es la diferente velocidad a la que el sector está incorporando la innovación tecnológica y los mecanismos de evaluación ambiental. Mientras que siete de cada diez profesionales utilizan herramientas de IA en su trabajo y uno de cada tres las emplea casi a diario, únicamente uno de cada seis proyectos cuantifica actualmente su huella ambiental mediante sistemas verificables. La tecnología se integra con rapidez en los procesos creativos y de gestión, mientras que la medición objetiva de la sostenibilidad continúa encontrando barreras relacionadas con el presupuesto, la complejidad técnica o la propia demanda del mercado.

Sobre tecnología Carlos Rubio, de Insenia, opina que “las nuevas tecnologías tienen un papel cada vez más importante, pero conviene colocarlas en su sitio. No sustituyen el criterio del proyectista. Lo amplían, lo aceleran y, si se usan bien, ayudan a tomar mejores decisiones. Pero el proyecto sigue necesitando cabeza, experiencia y oficio. En la fase de diseño trabajamos cada vez más con modelado 3D, BIM (Building Information Modeling, una metodología basada en modelos digitales con información técnica del edificio), *renders*, re-

corridos virtuales, simulaciones de iluminación, mediciones digitales y herramientas colaborativas. En contract esto es especialmente útil porque intervienen muchos agentes y cualquier cambio afecta a varias capas del proyecto. Mover una barra, por ejemplo, no es solo mover una barra. Puede afectar a electricidad, fontanería, extracción, recorridos, normativa sanitaria, mobiliario, presupuesto y plazo. Ojalá fuera tan fácil como arrastrarla en la pantalla y decir ‘así queda mejor’”.

Para Anna Escanez, de EstudioFaas, “las nuevas tecnologías desempeñan un papel fundamental tanto en la fase de diseño como en la experiencia final del usuario. Actualmente permiten desarrollar procesos mucho más precisos, eficientes y personalizados, optimizando tiempos, costes y coordinación entre todos los agentes implicados. En arquitectura e interiorismo, herramientas como el modelado 3D, las visualizaciones hiperrealistas o la metodología BIM facilitan una comprensión mucho más completa del proyecto antes de su ejecución, permitiendo tomar decisiones más ágiles y controlar mejor cada detalle. Además, la tecnología está cada vez más integrada en la experiencia de los espacios hoteleros y gastronómicos. Sistemas de iluminación inteligente, automatización, control acústico o soluciones domóticas ayu-



dan a crear ambientes más confortables, eficientes y adaptados a las necesidades de cada usuario. En proyectos orientados al lujo, la tecnología también se utiliza para reforzar la personalización y generar experiencias más inmersivas, siempre desde una integración discreta y natural dentro de la arquitectura. El objetivo no es que la tecnología sea protagonista, sino que mejore la experiencia del espacio de forma casi invisible”.

También incide Juan Luis Requena, de Requena y Plaza, que “la tecnología tiene hoy un papel fundamental tanto en el proceso de diseño como en el resultado final del proyecto. Nos permite trabajar con una mayor precisión, capacidad de visualización y control en todas las fases. Además, contribuye a generar experiencias más confortables y eficientes, utilizando desde soluciones domóticas hasta sistemas de eficiencia energética o iluminación inteligente que se adapta a diversas circunstancias variables. En cualquier caso, entendemos siempre la tecnología como una herramienta al servicio del confort y de la narrativa de un proyecto concreto, y no como un fin en sí mismo: tratamos de integrar una tecnología que esté al servicio y para el bienestar del usuario final de nuestros proyectos”.

Asimismo, Chelo Alcañiz, de DyD Interiorismo, indica que “la IA ha llegado y es para quedarse. Nos tenemos que aliar con ella para que nos ayude a agilizar nuestro trabajo. La IA nunca podrá sustituir la creatividad y la personalidad que un diseñador, arquitecto o interiorista puede dotar a un proyecto, ese alma y ese toque diferenciador, pero sí nos puede ayudar en el tema técnico, como, por ejemplo, a la hora de la investigación para crear el *storytelling*, nos facilita mucho la búsqueda, bucear en la historia del edificio, del barrio, del *concept*; para mejorar nuestros *renders*, es decir, una vez los tenemos diseñados y ejecutados en el estudio, se lo damos para que nos mejore la luz, la luminosidad, etc. Tiene muchas posibilidades y hay que aprovecharlas”. Además, Paco Lago, de Lago Interioriza, apunta que “la realidad virtual es una herramienta que llevamos utilizando desde hace tiempo y que nos permite que el cliente entienda realmente el espacio antes de construirlo. No solo ve imágenes, sino que puede recorrerlo y tener una experiencia inmersiva mucho más cercana a la realidad. La inteligencia artificial también está empezando a formar parte del proceso, aunque actualmente la utilizamos más como apoyo en tareas adminis-

trativas, análisis o agilización de procesos. A nivel creativo todavía la vemos limitada y bastante previsible. La creatividad real sigue naciendo de la sensibilidad, la experiencia y la capacidad de interpretar a las personas y los espacios”.

Aun así, Loli Morono, de PF1 Interiorismo, añade que, “si bien hoy es posible generar imágenes y visualizaciones avanzadas, todavía existe una falta de control y precisión suficiente para responder con total fiabilidad a las necesidades específicas del interiorismo, especialmente en proyectos complejos donde intervienen múltiples variables técnicas, estéticas y operativas. Esto hace que, en muchos casos, sea necesario seguir trabajando con procesos más lentos y contrastados, que permitan garantizar la correcta toma de decisiones y la viabilidad real del proyecto. La tecnología aporta un apoyo importante, especialmente en la gestión documental y en la agilización de determinados procesos, pero aún no sustituye el criterio técnico ni el desarrollo riguroso del proyecto. La tecnología ayuda y acelera ciertas fases, pero tanto su desarrollo como su implementación efectiva requieren todavía tiempo para adaptarse plenamente a las necesidades reales del interiorismo”. ●



EQUIPHOTEL

Home of Hospitality

Foodservice
Design
Wellbeing
Tech & Services

2-5 NOV 2026
Paris



1. Edra Arquitectura km0

La arquitecta Àngels Castellarnau Visús es la responsable del proyecto arquitectónico del Hotel Torre del Marqués, de cinco estrellas, recientemente distinguido con el Premio de Excelencia Turística Edelweiss 2026 en arquitectura sostenible. Esta propuesta combina diseño contemporáneo, integración paisajística y técnicas constructivas de bajo impacto ambiental. Especializada en arquitectura con tierra y materiales naturales, Castellarnau ha trasladado al sector hotelero su experiencia en construcción sostenible, logrando un proyecto que reduce la huella de carbono sin renunciar a la excelencia.

2. Carlos Martínez Interiors

Casa Lampazas desembarca en Madrid trasladando la esencia de la gastronomía gallega a un espacio contemporáneo, cálido y profundamente sensorial. El proyecto de interiorismo reinterpreta la tradición atlántica a través de una atmósfera sofisticada

donde la madera oscura, la piedra natural, el cobre y la vegetación crean un diálogo entre elegancia y autenticidad. La iluminación cálida y las grandes vitrinas de vino convierten el recorrido en una experiencia inmersiva, mientras que la barra central actúa como corazón social del restaurante. Inspirado en la cultura del producto y el ritual gastronómico gallego, el espacio pone en valor el pulpo como gran protagonista de la marca, integrando también una propuesta de coctelería y encuentro.

3. 4Cadires

El interiorismo del Hotel Boada Riera nace del diálogo entre memoria y contemporaneidad. El proyecto recupera la esencia histórica de una antigua librería que ocupaba el edificio y la traslada como concepto al diseño de las habitaciones de este pequeño hotel, convirtiéndolas en una experiencia serena, cálida y sofisticada, donde cada espacio respira autenticidad. Los ma-

teriales naturales, las texturas nobles y la iluminación cuidadosamente integrada construyen una atmósfera íntima y elegante, alejada de lo excesivo. La propuesta busca que el huésped perciba el hotel como un refugio tranquilo dentro de la ciudad, donde diseño y confort conviven de forma natural.

4. DyD Interiorismo Chelo Alcañiz

DyD Interiorismo se ha encargado de la reforma integral de un edificio emblemático en el Barrio Gótico de Barcelona para unirlo con el actual Hotel Nuevo Barcino por la zona del desayunador. La intervención está marcada por el hallazgo de los restos de la Barcelona romana, siendo esto el eje central a través de cual se desarrolla el proyecto de interiorismo. Para ello, se han conservado y restaurado los elementos arquitectónicos y materiales propios del edificio, adaptando y fusionando el interiorismo del actual Hotel Barcino con el nuevo espacio.



©LILIA SULTANOVA



©MARIA PUJOL



©SALVA LÓPEZ



5. Requena y Plaza

Requena y Plaza ha sido elegido por Paradores de Turismo de España para encargarse del proyecto de interiorismo del nuevo Parador de Ibiza, así como de su ejecución. El estudio ha planteado la intervención como un ejercicio de equilibrio entre conservación patrimonial y diseño de espacios contemporáneos que responden a las necesidades del viajero actual. Todo ello respetando, al mismo tiempo, el fuerte valor histórico del edificio, así como su contexto urbano y paisajístico. El proyecto ha sabido interpretar y dialogar con los elementos históricos: incorporando las huellas del pasado permite que los huéspedes se encuentren con la historia viva de Ibiza desde que atraviesan sus murallas.

6. Doss Studio-Eva González Estudio

El Hotel Transit, situado junto a la estación de Sants de Barcelona, ha renovado su imagen a través de un proyecto de interiorismo firmado por Doss Studio y Eva González Estudio, junto al equipo de arquitectura Aleaolea. La propuesta combina funcionalidad, calidez y diseño contemporáneo para redefinir el confort urbano. Materiales naturales, texturas honestas y una paleta de tonos neutros con acentos oscuros crean una atmósfera serena y acogedora. Habitaciones, baños y zonas comunes mantienen una coherencia estética basada en la sencillez y la durabilidad, incorporando mobiliario a medida, iluminación cuidada y espacios versátiles adaptados a las nuevas formas de habitar y trabajar.

7. EME Concepts

El estudio barcelonés EME Concepts ha desarrollado Marina Garden, un proyecto residencial *premium* en Cap Cana (República Dominicana), que ejemplifica cómo la arquitectura integral puede convertir desarrollos inmobiliarios en destinos con identidad y posicionamiento internacional. EME Concepts ha realizado el proyecto de manera integral, abarcando *masterplan* urbano, paisajismo, arquitectura, interiorismo y prescripción completa de FF&E, garantizando coherencia conceptual y funcional, y ofreciendo un producto que combina estética, confort y rentabilidad a largo plazo.

8. Sandra Tarruella Interioristas

Sandra Tarruella Interioristas ha enfocado la fase de reforma del *lobby* del Ibiza Gran Hotel desde la búsqueda de las raíces de la isla, con una mezcla de varios elementos para conseguir el punto justo de arquitectura tradicional, pero con una visión cosmopolita para encajar en un edificio de clara estética urbana. Además, se han depurado las diferentes capas que se han ido añadiendo a lo largo de los años para mantener y rescatar algunos elementos, materiales y superficies con mucha presencia, que permiten mantener la esencia del hotel, pero compaginándolo con la nueva imagen deseada. En un hotel de ciudad que tiene Dalt Vila como telón de fondo, era importante fundirse con los colores, tonalidades y materialidad de este entorno.

©CATALONIA HOTELS & RESORTS



9

9. Pia Capdevila Interiorismo

En pleno casco histórico de Málaga, el estudio Pia Capdevila Interiorismo, junto a AKM Arquitectura (Arques-Kassem & Molinero), ha llevado a cabo la reforma e interiorismo del hotel Catalonia Puerta del Mar, un cuatro estrellas de 74 habitaciones que construye su identidad desde un equilibrio entre patrimonio, operativa hotelera y experiencia del huésped. El proyecto se desarrolla sobre dos edificios históricos de finales del siglo XIX, conectados en primera planta y rehabilitados para preservar su identidad arquitectónica. Fachada, frisos y balcones de hierro fundido se mantienen como huella del pasado. Los pasajes de acceso, enmarcados por buganvillas, se convierten en un recurso escenográfico y de marca, reforzando su carácter y su vinculación con el contexto urbano malagueño.

10. Estudio Lago

Blossom se integra en el rooftop del Museo de Málaga como un proyecto de interiorismo invisible, donde el diseño acompaña la experiencia gastronómica sin competir con el entorno ni con el plato. En un espacio protegido, la intervención se resuelve desde la precisión: iluminación dramática, mobiliario a medida y soluciones técnicas que desaparecen para generar confort real. El recorrido se articula desde una recepción diseñada a medida, pasando por una vino-

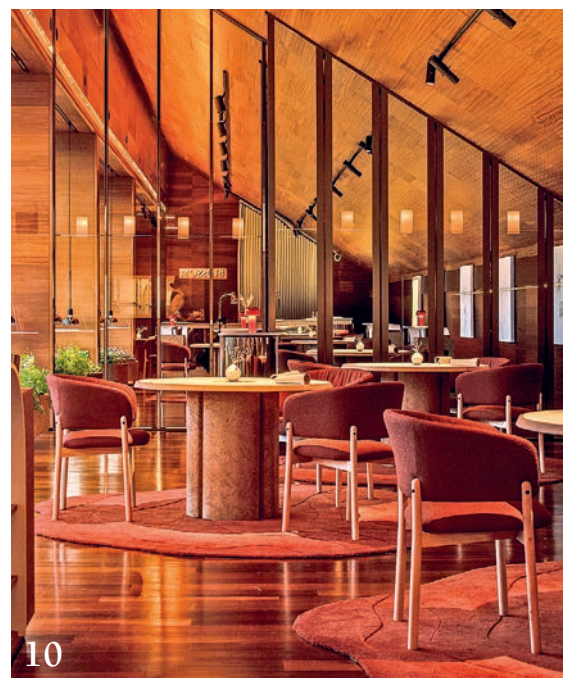


11

teca como antesala sensorial, hasta una sala donde la barra del chef se convierte en el eje escénico. Un espacio donde la complejidad técnica se traduce en una experiencia natural, fluida y sin esfuerzo.

11. GCA Architects

En un contexto marcado por la estacionalidad y la intensidad del paisaje alpino, The Blackpine Hotel redibuja la forma de experimentar el destino, más pausada, más consciente y más cercana a su entorno. El concepto transforma un edificio de Escal-des-Engordany en un hotel de 17 habitaciones que entiende el espacio como un recorrido que se descubre de forma gradual. La nueva envolvente se despliega en una composición ordenada y minimalista de paneles cerámicos gris antracita. Una paleta neutra y contenida que contrasta con la luz cálida que se intuye desde el interior. El diseño interior reinterpreta el imaginario del refugio de montaña a través del recorrido, el silencio y la materia.



10

©JUANCA LAGARES



12

12. Alfa Estudio

Alfada Estudio ha transformado un antiguo local de 42 m² en el corazón de Sevilla en una vinoteca, concebida como espacio de experiencia. Más que una simple adecuación funcional, la intervención plantea una reflexión sobre la percepción, la escala y la capacidad de la arquitectura para dar vida a lo cotidiano. La generosa altura libre existente —más de 4 m— se convierte en el verdadero argumento del proyecto. Frente a la limitación de la superficie, se explota la dimensión vertical como campo de trabajo prioritario: liberar el espacio, desmaterializar sus límites y construir una atmósfera envolvente. El espacio se ancla a su memoria gracias a la conservación del pavimento pétreo y el techo de madera.

EQUIPOS PARA LA EXTRACCIÓN DE HUMOS EN COCINAS PROFESIONALES



ECOLOGY UNIT
certificada F400 con
filtración electrostática
y ventilador integrado

SUVT-R-FE

CAD-FE



Ventilador y filtros
certificados F400



Filtros
electrostáticos



Bajo nivel sonoro



Facilidad de
instalación y
mantenimiento



Gran robustez



Control automático
con WIFI



+34 91 889 76 13



comercial@sisteven.com



www.sisteven.com

QUALITYFRY

iQ6 Smart: el salto generacional que conecta tu cocina

El sector de la hostelería en España afronta un cambio de paradigma. En un entorno hipercompetitivo, la excelencia gastronómica ya no basta; la rentabilidad se decide en la eficiencia operativa, la estandarización y la capacidad de expandirse sin perder el control.

Fiel a su ADN innovador, QualityFry da un paso decisivo con el lanzamiento del nuevo modelo iQ6 Smart. Este equipo representa un auténtico salto generacional: una máquina superior que combina la preparación de alimentos de manera automatizada con una plataforma de gestión integral en tiempo real.

La iQ6 Smart ha sido diseñada para resolver de raíz los grandes dolores de cabeza del hostelero actual: la dispersión geográfica de los locales, la dependencia de mano de obra cualificada, la presión sobre los márgenes y la ausencia de salida de humos.

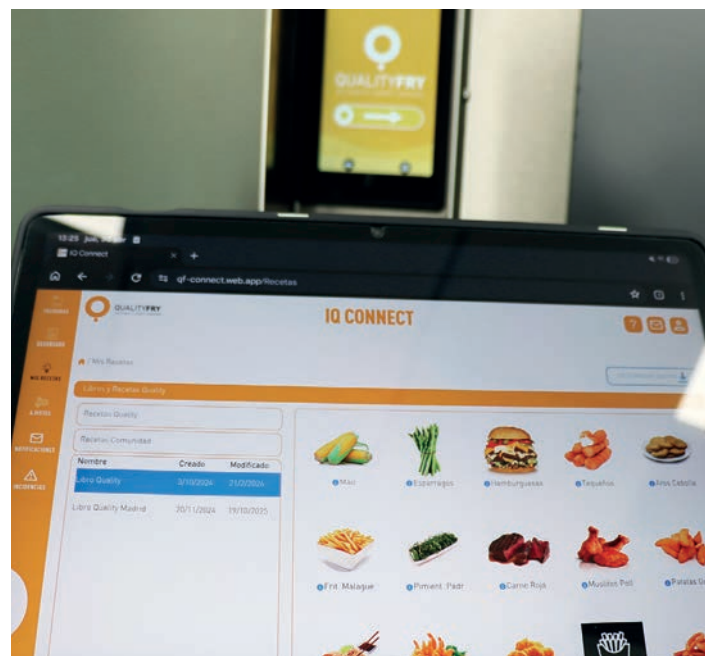
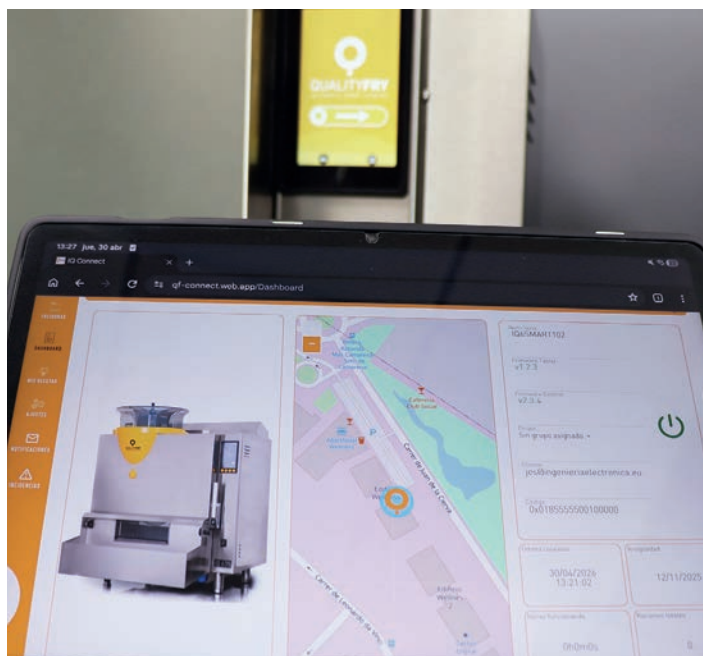


iQ Connect: el control del negocio en la palma de la mano

Si hay una característica que convierte a la iQ6 Smart en un antes y un después para el sector hostelero, es su conectividad avanzada a través de iQ Connect. Esta plataforma exclusiva permite que el control de la cocina ya no esté limitado al espacio físico del establecimiento. Con un solo clic y desde cualquier dispositivo móvil o de escritorio, los gestores pueden supervisar la operación en tiempo real y en remoto.

Estandarización absoluta

La plataforma incorpora un intuitivo *dashboard* que localiza geográficamente cada equipo en un mapa. Desde este entorno único, es posible monitorizar el estado de las



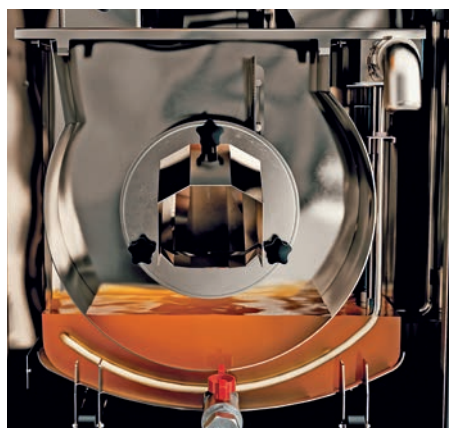
máquinas, analizar el rendimiento de producción, revisar el número exacto de raciones cocinadas y evaluar las medias de cada jornada. Además, identifica de inmediato máquinas apagadas, evitando esas ventas perdidas invisibles. Es la herramienta definitiva para establecer reglas claras sobre el cumplimiento de objetivos empresariales. A esto se suma la tranquilidad del diagnóstico remoto, capaz de resolver la mayor parte de las incidencias sin necesidad de visita técnica, y un sistema de alertas automáticas de mantenimiento que avisa antes de que ocurra un fallo, reduciendo drásticamente las paradas de servicio y los costes de SAT urgente.

Gestión centralizada

La gestión de la oferta gastronómica se simplifica gracias a los recetarios dinámicos. Las empresas de restauración comercial, cadenas o franquicias pueden crear y almacenar hasta 18 recetas por equipo, incluyendo imágenes de alta calidad sin límite. Lo más revolucionario es que cualquier modificación se realiza *on line* y se envía de forma remota a todas las máquinas de la red. Esto garantiza una estandarización absoluta del menú, sin importar la dispersión geográfica de los locales.

Nichos de mercado estratégicos

Este equipo no busca ser una freidora más en el mercado; es la herramienta de negocio definitiva para segmentos que exigen máxima rentabilidad en entornos multicentro o con espacios reducidos y con una gestión remota: *retail* y supermercados (la solución perfecta para implantar *córniers* de comida preparada *—ready-to-eat—* sin necesidad de salidas de



humos); gasolineras y conveniencia 24/7 (ideal para ofrecer un servicio de alimentación caliente de alta calidad de forma ininterrumpida, con operarios no especializados y procesos 100 % seguros y guiados); *travel retail* y aeropuertos (espacios comerciales de altísimo tránsito donde la rapidez, la seguridad *—sin fuego abierto—* y la optimización del espacio son críticas), y QSR (restauración organizada) sin cocina tradicional (cadenas y franquicias que basan su éxito en una gestión centralizada y necesitan garantizar que el producto sepa exactamente igual en todos los locales).

El impacto económico de la tecnología EcoFry

Más allá de la digitalización, la iQ6 Smart destaca por su sobresaliente impacto económico y medioambiental. Gracias a la contrastada tecnología EcoFry de QualityFry, el equipo optimiza los recursos críticos de una cocina profesional mediante un sistema de

cuba cerrada que acelera la recuperación de la temperatura.

Las cifras hablan por sí solas y representan un alivio directo para la cuenta de resultados de cualquier operador: *−24 %* en consumo eléctrico (un ahorro energético sustancial en plena escalada de costes de suministros), *−37 %* en consumo de aceite (gracias a un proceso de secado optimizado que minimiza drásticamente el residuo y el arrastre de grasa) y *−27 %* en tiempo de cocinado (una aceleración del servicio que dinamiza la rotación de mesas y mejora la experiencia del cliente). El ciclo automatizado de cocinado, secado y extracción gestiona el producto de manera autónoma hacia la tolva de salida, asegurando texturas perfectas, sin mezclar sabores y permitiendo procesar dos productos distintos a la vez.

El futuro de la cocina profesional ya está aquí

La iQ6 Smart transforma la alta rotación de personal y la distancia geográfica en una ventaja competitiva bajo supervisión total. Con procesos guiados desde la pantalla táctil y códigos QR de soporte técnico, la curva de aprendizaje se reduce a cero.

QualityFry no solo ha presentado un nuevo modelo; ha creado el estándar de la cocina del futuro: conectada, eficiente, sin humos y diseñada para los negocios que quieren crecer con inteligencia.●

QualityFry
www.qualityfry.com



PROYECTO
a fondo

CATALONIA PLAZA ESPAÑA HOTEL & SPA

Elegancia madrileña reinterpretada en clave contemporánea



En pleno corazón de la Gran Vía madrileña, Pia Capdevila Interiorismo, junto a AKM Arquitectura (Arques-Kassem & Molinero), firma la reforma integral del Catalonia Plaza España Hotel & Spa, un cuatro estrellas de 164 habitaciones que se reposiciona como hotel de referencia en una de las zonas con mayor competencia hotelera de la capital.

Fotografías cedidas por Catalonia Hotels & Resorts



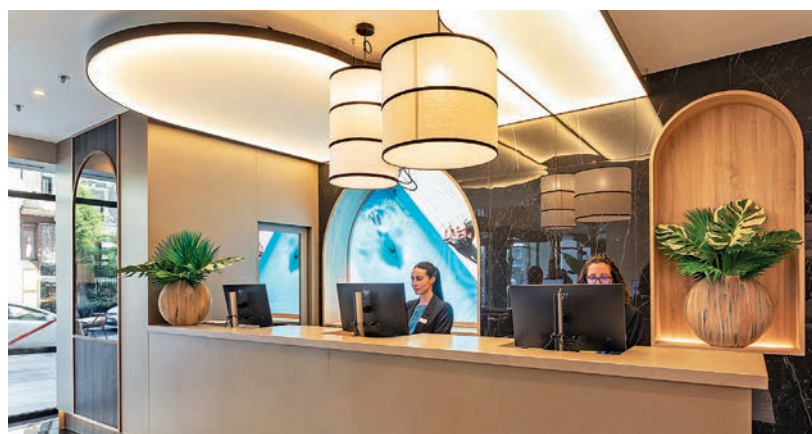
El punto de partida para la reforma del Catalonia Plaza España Hotel & Spa era, en apariencia, una actualización estética. Sin embargo, el proyecto, iniciado justo después de la pandemia, derivó en una rehabilitación completa para corregir una distribución poco funcional y unas habitaciones que se habían quedado pequeñas, adaptando el nuevo planteamiento a normativa y elevando la experiencia del huésped.

“Lo que pensábamos que iba a ser una actuación más en un hotel que ya funcionaba acabó siendo una rehabilitación completa de todos los espacios”, explica la interiorista Pia Capdevila. Una transformación que toma como idea matriz aquello que realmente diferencia a este establecimiento: su spa, uno de los más grandes del sector hotelero en Madrid.

El spa como concepto y como hilo conductor

Con 540 m² de bienestar, el spa no se entiende aquí como un servicio complementario, sino como el auténtico motor conceptual del hotel. “Quisimos potenciar el spa como pieza clave del hotel. De hecho, el nombre del propio hotel ya incluye el concepto spa”, señala la interiorista. Esa connotación de calma, elegancia, lujo y disfrute se traslada al resto de espacios comunes y privados, convirtiéndose en un hilo conductor que ordena decisiones estéticas, materiales y atmósferas.

La intervención apuesta por una reinterpretación de la elegancia madrileña desde un lenguaje actual, con un lujo urbano sutil y accesible: espacios que transmiten calidad sin caer en lo ostentoso. Para conseguirlo, se mantienen y potencian elementos clásicos del edificio –cornisas, escalera y barandillas; y en el exterior, fachada y balaustradas– asegurándose de que, además de conservar carácter local,



aporten funcionalidad y refuercen la sensación de sosiego. En esta narrativa, el color negro se convierte en protagonista estratégico: aparece como hilo conductor que subraya detalles, marca ritmos y realza puntos clave, unificando el conjunto incluso cuando cada área “habla” con su propia personalidad.

Recepción y lobby: estética de clásico actualizado

Desde la recepción ya se percibe esa lectura de “clásico actualizado”: negros en contraste, enmarcados de madera, mármoles, brillos y una composición cuidada que equilibra solemnidad y contemporaneidad. La planta baja se organiza con una recepción amplia y funcional, pensada para gestionar grupos con comodidad, y para ello fue determinante optimizar la relación entre *lobby* y el espacio Aromes. La intervención amplía y mejora el paso entre ambos espa-

cios actuando sobre la anchura del hueco de la escalera —elemento protegido por patrimonio— que, junto con los ascensores, divide el *lobby* del bar. Para unir visualmente ambos espacios, el proyecto recurre a elementos comunes de gran poder escénico: luminarias visibles desde la calle y revestimientos de madera en forma de arco, que aportan calidez y dialogan con los materiales más pétreos de la planta, como los mármoles y los colores negros y blancos.

Aromes, un bar urbano como extensión natural del lobby

Concebido como un punto de encuentro flexible —para café, cóctel o bocado rápido—, Aromes funciona como extensión del *lobby* y refuerza la idea de hotel urbano que se vive también desde fuera. La visibilidad de las lámparas hacia la calle y el uso de la madera como elemento de enlace



construyen un ambiente de bienvenida con identidad propia, pero alineado con el relato general: elegancia urbana, contraste controlado y materiales nobles.

Restaurante Pulso by Eboca, carácter madrileño

En el restaurante Pulso by Eboca, el interiorismo traduce ese mismo lenguaje en una versión más expresiva. El espacio combina la base de la planta baja –negros, blancos, mármoles y “vivos”– con matices terracota y granate, y apuesta decididamente por el trabajo de texturas: textiles, papeles pintados y un terciopelo que refuerza la dimensión sensorial del ambiente.

La mezcla de estampados –pata de gallo y rayas, entre otros– busca un carácter rotundo, con personalidad, alineado con una lectura contemporánea del pulso de la ciudad: elegante, vibrante y con un punto teatral, pero siempre controlado.

Rooftop La Terraza, skyline en blanco y negro

En la decimosegunda planta, el *rooftop* La Terraza se convierte en icono de experiencia: vistas panorámicas, piscina, solárium y servicio de bar dibujan un escenario privilegiado sobre Madrid. Aquí, el proyecto lleva el hilo conductor al extremo más gráfico: el fondo de la piscina se reviste con rayas blancas y negras, patrón que se repite en textiles de tumbonas y colchonetas y en los acabados del bar.

El *rooftop* mantiene la paleta del conjunto –granates, blancos y negros– con una estética de alto impacto visual y vocación fotogénica. “El blanco y negro siempre ha sido símbolo de elegancia”, apunta Pia Capdevila, y en esta planta la afirmación se convierte en experiencia.



Elegancia sobria en las habitaciones

En los dormitorios, el proyecto opta por una base sobria y elegante, con habitaciones ahora más amplias y una continuidad clara de molduras, cenefas y el binomio blanco/negro. La moqueta, trabajada como superficie protagonista, realza la cama y aporta una sensación inmediata de confort. El cabecero combina alistonado de madera en los laterales y papel pintado texturizado, mientras que el acento cromático se introduce con un granate inspiración vino, combinado con un tono piedra de base. Este granate aparece en complementos y se traslada al baño como color acento mediante un mosaico de Hisbalit, reforzando la continuidad entre zonas seca y húmeda.

El negro, de nuevo, actúa como herramienta de definición: remata techos, perfila la moqueta y los textiles (ribetes y fal-dones), y aparece en mobiliario, accesorios, perfiles y grife-



rías, subrayando una estética precisa, urbana y atemporal. Los pasillos, también en blanco y negro, se trabajan con moqueta jaspeada, techos oscuros y puertas ribeteadas en negro, apoyándose de arte para aportar ritmo y presencia a los recorridos.

Wellness, 540 m² para bajar revoluciones

El spa despliega un programa completo de hidroterapia y termoterapia, con una piscina central que se beneficia de una altura de 4 metros sobre el vaso, generando una sensación de amplitud y calma reforzada por el uso de espejo, que amplifican el espacio y añaden una dimensión experiencial muy contemporánea.



El recorrido incorpora *jets* y camas de hidromasaje, piscina de agua fría, cabina de hielo, sauna finlandesa, baño de vapor, duchas con aromaterapia y zona de tumbonas, además de cuatro cabinas de masaje para tratamientos exclusivos. El bienestar se convierte así en argumento de marca: se ofrece y se narra a través del diseño.

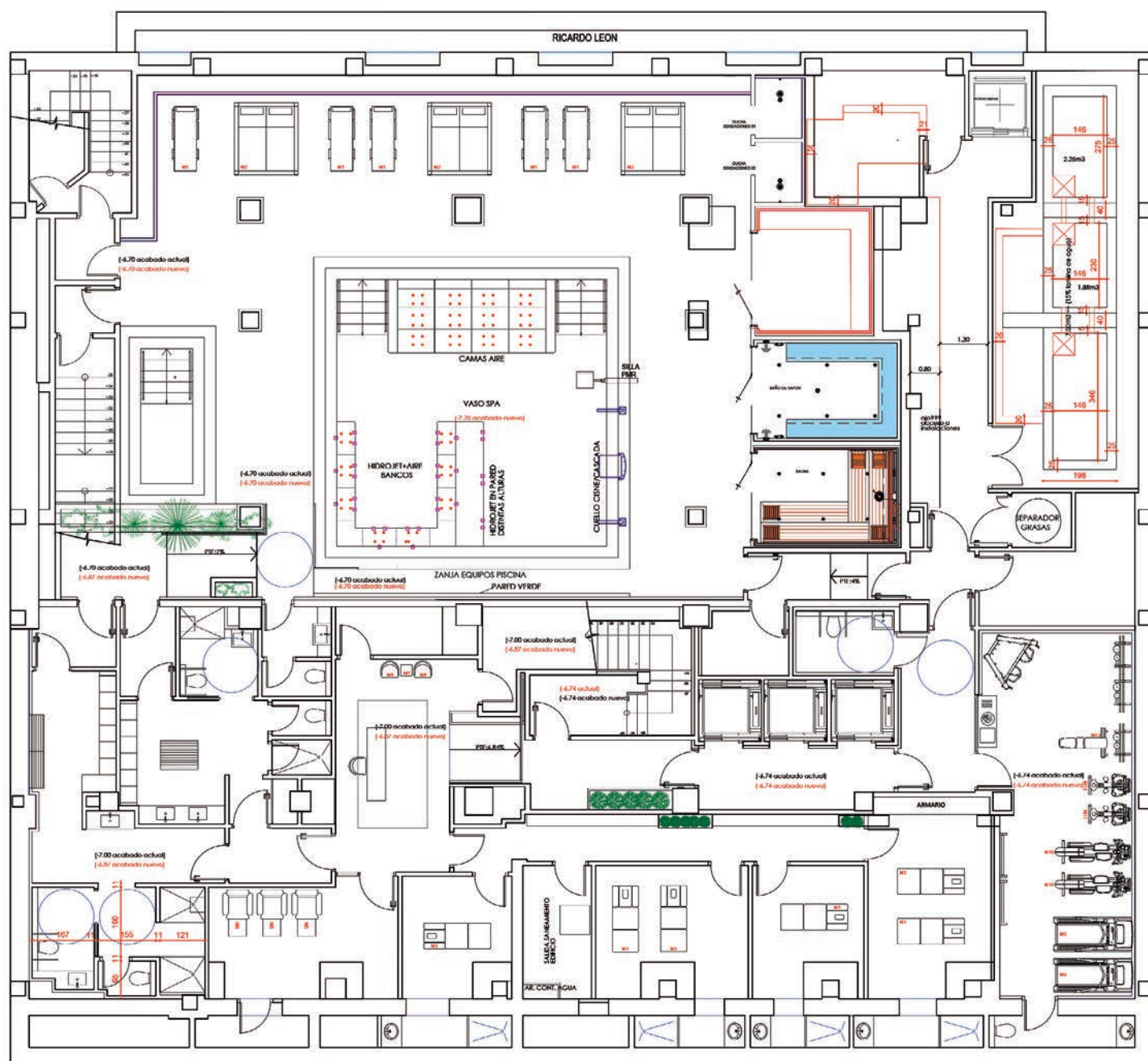
Gimnasio y eventos, coherencia estética y funcionalidad

El gimnasio, equipado con máquinas de última generación, se plantea como un espacio funcional, resuelto en grises y negros para mantener coherencia con el resto del proyecto.

Por su parte, las salas de reuniones y de conferencias, panelables y con luz natural, adoptan el mismo lenguaje visual de las zonas comunes: una continuidad estética que refuerza el posicionamiento del hotel tanto para cliente corporativo como para turismo urbano.

Lujo sin estridencias

El Catalonia Plaza España Hotel & Spa se redefine con una intervención que entiende el lujo como calma, calidad y detalle, y que toma el bienestar como eje conceptual para coser un programa complejo: gastronomía, *rooftop*, alojamiento, spa y eventos. Un proyecto donde patrimonio y contemporaneidad conviven sin fricción, y en el que el negro, lejos de oscurecer, ordena, realza y firma una nueva idea de elegancia madrileña. ●



FICHA TÉCNICA

Arquitectura: AKM Arquitectura
(Arqués-Kassem & Molinero Arquitectura)
Interiorismo: Pia Capdevila
Iluminación técnica: Atipic y Leds C4
Iluminación decorativa: Aromas del Campo,
Bolia, Bover, Crisal, Expormim, Faro, Flos,
Houseof, Ixia, Lux Cambra, Luz Vintage, Luzifer,
Marset, Peralta Vidavi, Vibia y VP Interiorismo
Mobiliario: Acomodarte, Andreu World, Beltá
Frajumar, E15, Ethnicraft, Expormim, Frajumar,
Grosfillex, Kettal, Miv Interiores, Nomadetex,
Palmira, Sika Design, Talenti, Thonet, Vergés y
Vical Home
Revestimientos: Egger, Florim, Keratile, Mutina
y Rosa Gres

Pavimentos: APE Group, Bolon, Florim,
Hisbalit, Interface, Keratile, Neocerámica,
Rols Carpets y Rosa Gres
Papeles pintados: Casadeco, Coordonné,
La Maison, PS Internacional, Rash y Vycon
Molduras y zócalos: Orac
Baños: Roca, Grohe y Quantum
Textiles: Gancedo, Happy Tex y Jordi Mas
Señalética: Atipic
Vegetación artificial: Bossvi

Catalonia Plaza España Hotel & Spa
Gran Vía, 70. 28013 Madrid.
Tel.: 917 911 555
www.cataloniahotels.com





Reciclarse por completo

El nuevo plato de ducha Ecora de Villeroy & Boch está fabricado con el material compuesto PureBase, elaborado a partir de granulado de mármol reciclado, carbonato cálcico y excedentes recuperados de la producción. Esta gama contiene alrededor de un 45 % menos de resina que los platos de ducha acrílicos convencionales y está completamente libre de fibra de vidrio. Al final de su vida útil, Ecora puede reciclarse por completo y reutilizarse como materia prima secundaria de alta calidad en aplicaciones como la construcción de carreteras y edificios de gran altura. Ecora presenta un diseño sin rebordes y un perfil de tan solo de 35 mm de altura.

Grifería escultórica

Kay, la nueva colección de grifería diseñada por Stefan Diez para Roca, es una pieza sólida en la que la geometría se depura hasta lo esencial para lograr una presencia tan escultórica como funcional. Su diseño aporta un carácter arquitectónico y atemporal al espacio de baño contemporáneo. Diez encontró inspiración en los bolardos de amarre: una fuerza silenciosa que mantiene el rumbo frente a las mareas. Trasladado al espacio de baño, Kay actúa



como ese punto fijo —permanente, sólido y esencial— en un entorno que evoluciona. Kay es una grifería cuya forma parece surgir de un solo bloque, proyectando una apariencia sólida y armoniosa. La serie desafía la concepción tradicional de las griferías angulares, alejándose de los estereotipos asociados con la rigidez.



Una propuesta multifunción lista para instalar

Tras la gran aceptación de su reconocido mueble multifunción Mumo, Nofer presenta Mumo Fix, que se presenta en un bloque funcional de 60 cm y cuenta con un armario espejado con acabado interior antracita y estructura reforzada. Además, ofrece dispensador de jabón láser; grifo electrónico láser; dispensador de papel o secamanos

(dependiendo del modelo); retroiluminación LED; regleta integrada con enchufes móviles para una mejor organización de los componentes; cierre de seguridad; funcionamiento sin contacto, contribuyendo a la prevención de la propagación de gérmenes y mejorando la higiene del usuario, y fácil mantenimiento e instalación.

Amenities florales



Groupe GM lanza la primera línea exclusiva para hoteles en colaboración con la marca británica de fragancias Floral Street, con unas fórmulas desarrolladas con hasta un 97 % de ingredientes de origen natural en unos envases respetuosos con el medio ambiente. Esto incluye el innovador dispensador rellenable Ecofill de Groupe GM. La línea también incluye una loción para manos y cuerpo de 30 ml, presentada en elegantes tubos fabricados con materiales vegetales y con tapón fabricado con material reciclable. La colección se completa con un jabón perfumado de 20 g, con certificación RSPO y enriquecido con glicerina con un decorativo envase floral de cartón reciclable.

COCINAS Y MENAJE

Uso seguro para alimentación



Carlisle Universal ABS es la nueva gama de cubetas GastroNorm desarrollada dentro del grupo CFS Brands, fabricada y distribuida en Europa por Araven. Están elaboradas en material transparente de alta calidad y libre de bisfenol A (BPA), para brindar un uso seguro en el almacenamiento y manipulación de los alimentos, tal y como garantiza la certificación NSF. ABS Universal de Carlisle ofrece un total de 36 referencias: 20 cubetas, 4 cubetas per-

foradas y 12 tapas; todas en medidas GastroNorm (GN), que permiten la compatibilidad con los equipos profesionales. La gama cubre desde el tamaño 1/9 al 1/1, para cubrir todas las necesidades de almacenamiento de alimentos.



Inspiración mediterránea

Le Creuset presenta Bleu Riviera: una tonalidad azul verdosa brillante inspirada en la costa mediterránea, la claridad del mediodía y la calma del entorno natural. Su acabado esmaltado brillante refleja la luz de manera cambiante, generando matices que evocan el movimiento del agua, la claridad del mediodía y los reflejos cálidos de las últimas horas del día. El detalle dorado del pomo introduce un contraste sutil que remite a esa idea de luz dorada tan característica del imaginario mediterráneo: mesas compartidas, terrazas abiertas y momentos que se alargan sin prisa.



TECNOLOGÍA DE HIGIENE PROFESIONAL Y GESTIÓN DE RESIDUOS ALIMENTICIOS



Pasión por la calidad y la limpieza

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. 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. Innovaciones, crecimiento, evolución. Eso es MEIKO.



MEIKO Clean Solutions Ibérica S.L.U. Ctra. de l'Hospitalet, 147-149, Cityparc, Edificio Atenas, 08940 Cornellà de Llobregat, Barcelona
Tel. 93 7817731 | www.meiko.es | info@meiko.es



Una propuesta ligera y fresca

Expresión Spritz, la nueva gama de Bodegas Murviedro, es una colección de cuatro *spritz* inspirados en algunos de los cócteles más icónicos a nivel internacional, reinterpretados en una propuesta ligera y fresca. Con base vinica, aromas naturales y una carbonatación controlada, Expresión ofrece una burbuja fina y bien integrada, con cuatro perfiles diferenciados: Mimosa, con notas cítricas de naranja; Mojito, con lima y matices frescos; Paloma, con pomelo y toques rosados; y Apperitif, con recuerdos de cardamomo y manzanilla que equilibran dulzor y amargor.

SALSAS EN FORMATO BIBERÓN

El grupo valenciano GA Alimentaria amplía su oferta de salsas DanSon's con las nuevas variedades Cheddar, Ranchera, Allioli Suave, Algérienne y Andalouse, disponibles en formato biberón de 900 ml. Con estas nuevas incorporaciones, GA Alimentaria continúa desarrollando una gama orientada a diferentes aplicaciones gastronómicas, y adaptada a propuestas de restauración, comida rápida y elaboraciones de inspiración *street food*.



Explosión de *sabor*

Caviaroli lanza sus nuevas Perlas de Mignonette, desarrolladas en estrecha colaboración con los chefs del restaurante Disfrutar de Barcelona. Inspiradas en la clásica salsa francesa que tradicionalmente acompaña a los moluscos, estas grandes esferas de vinagre de vino y chalota tienen un diámetro de unos 20 mm y un color oro pálido intenso. Su aspecto brillante imita a la perfección una perla real, creando un fascinante efecto de trampantojo que convierte cada ostra en una pieza de joyería gastronómica. Más allá de la estética, el producto ofrece una explosión de sabor precisa.



PATATAS siempre a punto

Lamb Weston ofrece en España dos nuevas propuestas para *foodservice*: Snap Fries y Frites Atelier. Presentadas en una bandeja individual de 120 gramos, Snipe Fries requieren una manipulación mínima y permiten reducir tiempos de preparación, sin necesidad de freidoras. Por su parte, las Frites Atelier, desarrolladas junto al chef neerlandés Sergio Herman, están elaboradas con patata agria con piel, seleccionada por su sabor y textura, y concebidas para ofrecer una experiencia de lujo accesible.

SISTEVEN

Sistemas de ventilación Ecology Unit para cocinas profesionales

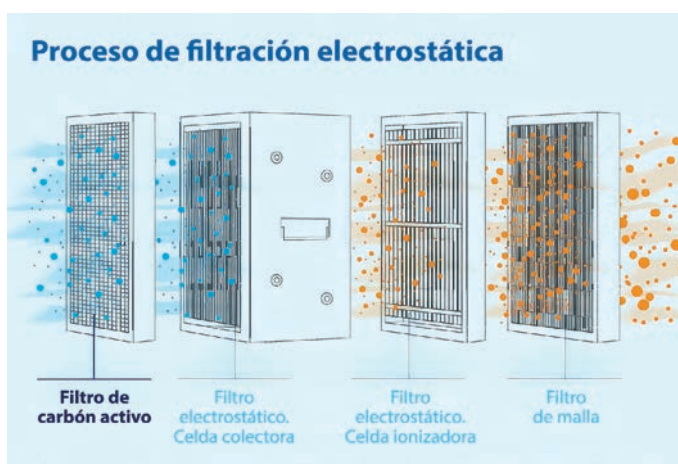
La ventilación en cocinas profesionales es uno de los pilares fundamentales para garantizar no solo el correcto funcionamiento de la instalación, sino también la seguridad, la salubridad y el impacto ambiental.

En las cocinas profesionales se concentran procesos intensivos de cocción que generan calor, vapores, humos, partículas de grasa y compuestos contaminantes que, si no se gestionan correctamente, afectan de forma directa tanto a las personas como al entorno.

La acumulación de los contaminantes que puede generar la actividad diaria en las cocinas profesionales afecta a la calidad del aire interior e incrementa el riesgo de incendio. Por eso, la extracción y filtración adecuadas constituyen elementos fundamentales para garantizar la seguridad y el correcto funcionamiento de la instalación. Los sistemas de ventilación Ecology Unit de Sisteven son específicos para la extracción de humos en cocinas profesionales. Integran sistemas de ventilación y filtración electrostática con certificación F400, permitiendo abordar de forma conjunta aspectos como la seguridad de la instalación, la calidad del aire interior y la protección del medio ambiente, expulsando el aire filtrado y sin contaminantes al exterior.

Por otro lado, la emisión de humos, olores y partículas grasas derivada de la actividad en las cocinas profesionales puede afectar a la calidad del aire y generar molestias en viviendas o locales colindantes. Por eso, resulta imprescindible incorporar sistemas capaces de tratar el aire antes de su expulsión al exterior, reduciendo los contaminantes y garantizando que no se contamina el entorno.

Para dar respuesta a esta necesidad, los equipos Ecology Unit de Sisteven incorporan filtros electrostáticos de alta eficiencia que reducen el impacto ambiental al purificar el aire antes de su expulsión al exterior.



La incorporación de filtración electrostática de alta eficiencia permite eliminar hasta el 95 % de partículas de grasa, humo y contaminantes presentes en el aire. Este sistema funciona mediante la ionización de las partículas y su posterior captura en celdas colectoras, permitiendo expulsar al exterior un aire tratado con una menor concentración de partículas y contaminantes. De este modo, se reduce de forma significativa la acumulación de grasa en conductos, disminuyendo el riesgo de incendio y mejorando la seguridad global de la instalación, al tiempo que se minimizan las emisiones contaminantes y los olores hacia el entorno. En relación con el diseño de la instalación, resulta especialmente relevante que el ventilador y el sistema de filtración hayan sido ensayados conjuntamente. Las unidades CAD-FE y SUVT-R-FE de Sisteven integran como un único conjunto certificado F400 la ventilación y la filtración electrostática, ofreciendo una solución completa para cocinas profesionales.

La certificación F400, según la norma EN 12101-3, garantiza su capacidad para operar a 400 °C durante 2 horas, asegurando la extracción de humos incluso en caso de incendio y cumpliendo con la reglamentación vigente para cocinas industriales. Esta certificación no solo aporta cumplimiento normativo, sino que garantiza la seguridad real de

la instalación al haber sido ensayados como conjunto completo de ventilador y filtros. Además, los equipos Ecology Unit de Sisteven están diseñados para facilitar el mantenimiento, incorporan accesos para la extracción de filtros y bandejas recoge-grasa, así como sistemas de control para monitorizar el estado de los filtros y gestionar el funcionamiento de la instalación de forma eficiente. La combinación de extracción de humos certificada F400 y filtración electrostática de alta eficiencia de los equipos Ecology Unit de Sisteven permite abordar de forma conjunta los principales retos asociados a la ventilación de cocinas profesionales. De este modo, es posible mejorar la seguridad de la instalación, facilitar su mantenimiento y minimizar el impacto de las emisiones sobre el entorno. ●

Sisteven

Tel.: 918 897 613 E-mail: comercial@sisteven.com
www.sisteven.com

Curt Ediciones entrega los Premios Roca a la Iniciativa Hotelera



Los Premios Roca a la Iniciativa Hotelera, organizados por las revistas *Gran Hotel Turismo* y *Equipamiento Hostelero*, del grupo Curt Ediciones, se entregaron el pasado 4 de junio en una gala celebrada en el Roca Barcelona Gallery.

El evento, que fue presentado por el actor Marc Clotet, congregó a unas 250 personas entre representantes del sector hotelero, turístico, gastronómico, estudios de arquitectura e interiorismo, prescriptores, etc. La gala volvió a poner de manifiesto la importancia de un modelo hotelero cada vez más conectado con su entorno, donde la colaboración entre cadenas, estudios de arquitectura, interiorismo y operadores resulta clave para seguir elevando el estándar de la industria.

COLABORADORES



BOLON

GROUPE GM
AMENITIES EXCLUSIVOS

interihotel
by ambit



mychef.

negrini
AUTENTICO SAPORI ITALIANO

ORAC

TORK
Think ahead.

vayoil

VICENTE GANDIA
VITICULTORES DESDE 1883

WIM STUDIO

ZWILLING



Durante el acto de entrega, Laura Curt, directora de la XV Convocatoria Premios Roca a la Iniciativa Hotelera y CEO de Curt Ediciones, afirmó que “esta edición ha batido récords en el número de inscripciones recibidas, la más alta de su historia. Lamentablemente, se han tenido que quedar fuera muchos hoteles de excelente calidad y enorme prestigio. Por ello, estar nominado es todo un premio, aunque solo se pueda entregar a uno de vosotros”.

Laura Curt también resaltó que, “en los 34 años que se llevan organizando los premios, nuestro país ha pasado del modelo tradicional de sol y playa a convertirse en una potencia mundial en la que los hoteles nacionales y de las cadenas españolas en el extranjero destacan por su calidad. El sector ha transitado hacia la hiperdigitalización, la gestión sostenible y la especialización, centrando su atención en que los clientes vivan cada vez más experiencias personalizadas en ellos”.



Hugo Moteiro, Gemma Graupera y Antoni Gil, de Bolon



Toni Delgado, Mercedes Rodríguez León y Francisco López Villegas, de 959 Ibérico-Consorcio de Jabugo



Laura Curt, CEO de Curt Ediciones, y Olivia Valderrama, de Mastinell



Samy Benjaiza y Aitor Perfecto, de Tork (Essity)



Alessandro di Napoli y Marsal Hortigüela, de Negrini



Arturo Hernández, María José Esteve y Ramon García, de Vayoil Textil



Roser Gestí y Sergi Urgell, de Mychef



Laura Curt, de Curt Ediciones, y Víctor Valentín, de Orac

Por su parte, Xavier Torras, *corporate communications director* de Roca Group, destacó que “los Premios Roca a la Iniciativa Hotelera son uno de los reconocimientos más relevantes del sector al poner en valor las mejores prácticas y ayudar a visibilizar aquellas iniciativas que impulsan su evolución. En Roca Group tenemos un firme compromiso con la innovación y la sostenibilidad como palancas para seguir mejorando. Por eso, para nosotros es importante estar junto al sector hotelero y apoyar unos premios que comparten esa

misma voluntad de avanzar. Con más de 30 años de trayectoria, los Premios Roca a la Iniciativa Hotelera se han consolidado como una plataforma de referencia para visibilizar el talento, la innovación y la capacidad de adaptación de un sector clave para la economía española. En un contexto marcado por la digitalización, la sostenibilidad y la búsqueda de experiencias cada vez más personalizadas, estos galardones continúan reconociendo a quienes contribuyen a definir el presente y el futuro del sector *hospitality*”.



Laura Curt y Santiago Martín, de Majestic Hotel Group



Xavier Roca, de Roca Group, y la interiorista Isabel López Vilalta



El chef Paolo Casagrande, de Lasarte Barcelona, e Inés Vázquez, de Hotel Monument



Anne-Sophie Rosell y Christian Schallert, del Hotel Brummell



Laura Curt con José Ángel Preciado y Lucas Barreta, de Ilunion Hotels



Los hermanos Raúl, Silvia y Emilio Carmona, de 4Cadires



María Umbert Cantalapiedra y Miguel Ferreres, de Meliá Hotels International



Esther Bonamusa y Génesis Centeno, de Grand Hyatt Barcelona



Gianlucca Nattery, de Moxxy Barcelona, y Natalia Sarasola, de Marriott Madrid Princesa Plaza

Los Premios Roca a la Iniciativa Hotelera se han consolidado como un referente para los profesionales que contribuyen a la evolución y competitividad de uno de los sectores estratégicos de la economía española. Unos galardones que, edición tras edición, refuerzan su papel como agente activo en la transformación del sector, contribuyendo a elevar de forma constante los estándares de calidad de la hospitalidad.

Más allá del palmarés, estos premios refuerzan una idea central: la hospitalidad contemporánea se construye en red, desde la excelencia operativa hasta la responsabilidad social, pasando por la innovación en diseño, experiencia y sostenibilidad. Eventos como los Premios Roca a la Iniciativa Hotelera son un recordatorio de que el futuro del turismo se define en espacios de encuentro donde el conocimiento, la industria y el talento convergen.



Jurado 2026

El jurado, que se reunió la misma mañana de entrega de los galardones en el Grand Hyatt Barcelona, está compuesto por: Laura Curt, directora XV Convocatoria Premios Roca a la Iniciativa Hotelera y CEO de Curt Ediciones; Xavier Torras, *brand & communication director* de Roca; Isabel López Vilalta, fundadora de Isabel López Vilalta Asociados; José Antonio Ares, *partner* y arquitecto de Foster & Partners; Álvaro Carrillo de Albornoz, director general del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH); Vicente Romero, presidente de Círculo Internacional de Directores de Hotel (CIDH); Toni Zaragoza, director de InteriHotel, y Paolo Casagrande, chef del restaurante Lasarte Barcelona (Hotel Monument) con tres estrellas Michelin.



Laura Morales, Isabel Fernández, Laura Curt y Maribel Gimisó, de las revistas Vinos y Restaurantes, Gran Hotel Turismo y Equipamiento Hostelero



María Umbert Cantalapiedra, de Meliá Hotels International, recoge el Gran Premio del Jurado ante Laura Curt



Berta Rubio, de Orac, recibe el premio de visita a la bodega Mastinell y menú maridaje de manos de Laura Curt

Tras la concesión de los galardones, los asistentes pudieron degustar una cena cóctel en la que se incluían jamón y embutidos ibéricos de 959-Consortio de Jabugo, quesos y productos italianos de Negrini, ostras de Amélie, cocina y bebida peruanas elaboradas por el chef Roberto Sihuyay del restaurante Macambo, tiramisùs de Mamma Tiramisù, cava de Mastinell, vinos de

Vicente Gandía, entre muchos otros platos. Los Premios Roca a la Iniciativa Hotelera cuentan con el patrocinio de Roca y la colaboración de 959 Ibérico, Amélie Les Huitres, Bolon, Groupe GM, interihotel, Macambo, Mamma Tiramisù, Mastinell, Mychef, Negrini, Orac, Tork, Vayoil Textil, Vicente Gandía, Wim Studio y Zwilling.



Toni Zaragoza, de Interihotel, entrega el Premio Remodelación al Kimpton Los Monteros Marbella



António Albuquerque, de Groupe GM, entrega el Premio Wellness & Sport Experiences a Castilla Termal Solares



Xavier Torras, José Ángel Preciados y Laura Curt



Roger Gestí, de Mychef, entrega el Premio Hotel Singular y/o Boutique a Casa Palacio María Luisa



Paolo Casagandre, chef de Lasarte Barcelona

Ganadores 2026

1º Mejor Arquitecto de Hotel

GCA Architects por Royal Mansour Tamuda Bay / Marina Smir (Marruecos)

2º Mejor Interiorista de hotel

El Equipo Creativo por Hotel Kimpton Los Monteros Marbella / Marbella (Málaga)

3º Nueva apertura

Hotel Palacio de los Ángeles / Haro (La Rioja)

4º Remodelación

Kimpton Los Monteros Marbella / Marbella (Málaga)

5º Vacacional

SO/Sotogrande Spa & Golf Resort Hotel / San Roque (Cádiz)

6º Gastronomía

Royal Hideaway Corales Resort / Adeje (Tenerife)

7º Hotel MICE

Aubamar Palma Resort / Palma (Mallorca)

8º Hotel Wellness & Sport Experiences

Castilla Termal Solares / Solares (Cantabria)

9º Hotel Singular y/ o Boutique

Casa Palacio María Luisa / Jerez de la Frontera (Cádiz)

10º Hotel Urbano

Hotel Brummell / Barcelona

11º Premio We Are Water Foundation al Hotel y/o Cadena con Mejor Responsabilidad Social Corporativa

Hilton Grand Vacations Europa

12º Cadena Hotelera

Palladium Hotel Group

PREMIOS ESPECIALES

Gran Premio del Jurado

Meliá Hotels International

Premio de Honor al Reconocimiento a Personalidad Hotelera y de Turismo

José Ángel Preciados, consejero delegado de Ilunion Hotels



Ignacio García, de Roca Sanitario, entrega el Premio Arquitecto de Hotel a GCA Architects



Aitor Perfecto, de Tork, entrega el Premio Mejor Apertura a Hotel Palacio de los Ángeles



Toni Delgado de Zwilling entrega el Premio Hotel Vacacional a SO/Sotogrande



GCA Architects por Royal Mansour Tamuda Bay / Marina Smir (Marruecos)



Al norte de Marruecos, se extiende frente al mar de Alborán el Hotel Royal Mansour Tamuda Bay. Con una superficie de 50.000 m², este complejo hotelero de 55 villas, restaurantes y *wellness area* refleja nuevas formas de experimentar el lujo, trascendiendo la funcionalidad hotelera para convertirse en un destino en sí mismo: un lugar donde la

arquitectura y la naturaleza convergen tejiendo un diálogo con el entorno. El concepto se nutre de la esencia del lugar y de sus valores físicos –las dunas ondulantes, la flora local, la presencia del mar, la silueta de Cabo Negro...–, así como de las emociones que evocan la resonancia de la luz, la brisa o el vuelo de las aves migratorias.

Finalistas

- CMV Architects por Yalikavak Marina Hotel / Bodrum (Turquía)
- Daar Arquitectura por Fairmont La Hacienda Costa del Sol / San Roque (Cádiz)
- Isern Associats por Hotel Marina Cambrils by URH / Cambrils (Tarragona)



El Equipo Creativo por Hotel Kimpton Los Monteros Marbella / Marbella (Málaga)

El proyecto de interiorismo de El Equipo Creativo para el Hotel Kimpton Los Monteros propone una reinterpretación contemporánea del espíritu mediterráneo y del legado histórico del emblemático hotel marbellí. Su intervención se centra en el rediseño integral de los espacios públicos del hotel –lobby, áreas sociales, espacios de restauración y zonas exteriores– concebidos como el verdadero corazón del establecimiento. El diseño busca recuperar la identidad relajada y sofisticada que convirtió a Los Monteros en un referente, traduciéndola a un lenguaje actual a través de materiales cálidos, texturas naturales y una cuidada composición de espacios.

Finalistas

- 4Caires por Hotel Boada Riera / Terrassa (Barcelona)
- Doss Studio-Eva González Estudio por Hotel Transit / Barcelona
- DyD Interiorismo Chelo Alcañiz por Hotel Medinaceli / Barcelona





Hotel Palacio de los Ángeles

Haro (La Rioja)



En el corazón de Haro, este hotel recupera la grandeza de un palacio barroco del siglo XVIII. Desde el momento en que se cruzan las puertas del palacio, el viajero se ve envuelto por la atmósfera de un *boutique* hotel de cinco estrellas donde la grandeza pasada de los orígenes del edificio se fusiona con un diseño moderno y minimalista. Cada espacio ha sido cuidadosamente diseñado para ofrecer el máximo confort a la vez que conecta con las raíces del destino e invita a los huéspedes a explorar la autenticidad de un territorio en el que historia y cultura del vino se fusionan para ofrecer una experiencia única de enoturismo en La Rioja Alta.

Finalistas

- Finca Victoria Hotel & Spa / Begur (Girona)
- Grand Hotel Centenari Valencia, Autograph Collection / Valencia
- ME Málaga / Málaga

Kimpton Los Monteros Marbella

Marbella (Málaga)



El histórico hotel Los Monteros, referente del lujo en la Costa del Sol desde 1962, ha sido sometido a una transformación completa que incluye la construcción de un nuevo edificio y la renovación total de sus espacios, con el objetivo de preservar su legado mientras se proyecta hacia el futuro. El proyecto ha sido liderado

por El Equipo Creativo, junto a Cristina Carulla Studio para el diseño de las habitaciones. El resultado es un lenguaje estético coherente y profundamente identitario, inspirado en el Mediterráneo, la arquitectura original del hotel y la herencia cultural de Marbella, reinterpretada desde una mirada actual y sensorial.

Finalistas

- Hotel Cala del Pi / Platja d'Aro (Girona)
- Hotel España Ocean Drive / Barcelona
- METT Barcelona / Barcelona





SO/Sotogrande Spa & Golf Resort Hotel San Roque (Cádiz)

Sotogrande es un paraíso para aquellos que buscan un retiro de bienestar, los amantes de los deportes y las familias que quieren disfrutar de unas vacaciones juntos. Sus 152 habitaciones y suites están situadas en medio del complejo construido como un pequeño pueblo andaluz. La oferta gastronómica da prioridad a los productos locales y los ingredien-

tes frescos, comidas saludables que potencian el bienestar. Además, sus instalaciones de golf son de primera categoría, con siete campos de golf de renombre a menos de 15 minutos en coche del hotel. También destacan sus 3.500 m² de spa inspirado en la talasoterapia, tres piscinas, amplia oferta deportiva, actividades para niños...

Finalistas

- H10 Atlantic Sunset Horizons Collection / Adeje (Tenerife)
- Nobu Hotel Marbella / Marbella (Málaga)
- OKU Ibiza / Sant Antoni de Portmany (Ibiza)



Royal Hideaway Corales Resort Adeje (Tenerife)



A través de tres restaurantes reconocidos por la *Guía Michelin* –El Rincón de Juan Carlos (dos estrellas), San Hô (una estrella) e Il Bocconcino (una estrella)–, el resort ha construido un ecosistema culinario único donde conviven identidad local, visión global y creatividad contemporánea. La revalidación de sus cuatro estrellas Michelin refuerza el liderazgo gastronómico de Royal Hideaway Corales Resort, reconocido como el hotel de España con mayor número de distinciones y como uno de los espacios gastronómicos más destacados de Canarias.



© M. YLLERA

Finalistas

- Castilla Termal Monasterio de Valbuena / San Bernardo (Valladolid)
- Hotel Palacio Ico / Tegui (Lanzarote)
- NH Collection Madrid Eurobuilding / Madrid



Casa Palacio María Luisa

Jerez de la Frontera (Cádiz)



Casa Palacio María Luisa ofrece una experiencia *boutique* que combina historia, elegancia y un servicio exquisitamente personalizado. Situado en un palacio del siglo XVIII, cada espacio refleja la tradición jerezana y el gusto por los detalles, desde su decoración hasta su oferta gastronómica ba-

sada en productos locales y vinos de la región. El hotel destaca por su capacidad de ofrecer un refugio exclusivo y memorable, donde los huéspedes disfrutan de un entorno único que mezcla patrimonio cultural, confort contemporáneo y atención a medida.

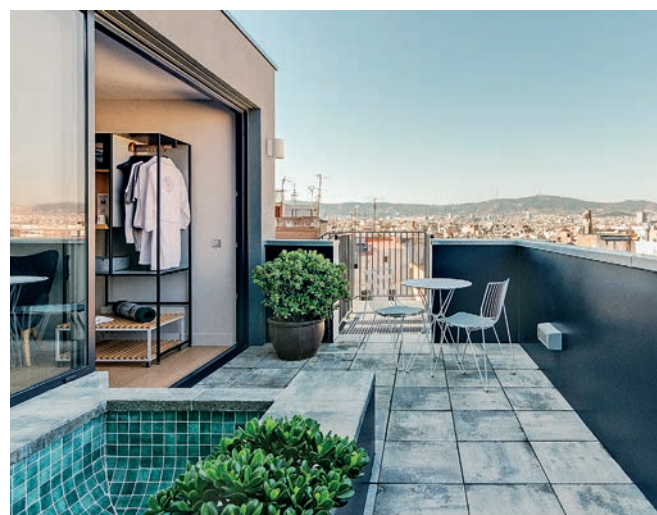
Finalistas

- Boada Riera / Terrassa (Barcelona)
- El Rincón de Usana / Usana (Huesca)
- Hotel Boutique La Pau / Barcelona



Hotel Brummell / Barcelona

El Hotel Brummell es un oasis urbano creado por amigos. Situado en Poble Sec, fuera de las calles más transitadas, pero cerca del centro de la ciudad, las montañas y el mar, Brummell invita tanto a explorar la ciudad como a relajarse. El hotel fue construido y diseñado para ser tranquilo, íntimo, imaginativo y sin pretensiones. La fachada del edificio se mantiene tal como se construyó en 1870, mientras que el interior ha sido transformado por completo. Su ambiente fresco combina lo mediterráneo con el lujo discreto. Dispone de 20 habitaciones de diseño, con desayuno, sauna y piscina.



Finalistas

- Barceló Torre Madrid / Madrid
- Hotel Casa 1800 Sevilla / Sevilla
- Ilunion Mérida Palace / Mérida (Badajoz)



Aubamar Palma Resort

Palma (Mallorca)

Aubamar Convention Center sitúa a Playa de Palma en el mapa de los destinos MICE del Mediterráneo. Su localización, a escasos minutos del mar y a cinco del Aeropuerto Internacional de Palma, lo convierte en una infraestructura privilegiada para acoger congresos, jornadas y reuniones con participantes nacionales e inter-

nacionales. A ello se suma la conexión directa con el nuevo complejo hotelero Aubamar Palma Resort, resultado de la unificación de dos hoteles de la marca, que ofrece cerca de 500 habitaciones, servicios *premium* y espacios complementarios para eventos paralelos, como *rooftops* o salas privadas.



Castilla Termal Solares / Solares (Cantabria)

Ubicado en un edificio de estilo Belle Époque, el corazón del histórico balneario Castilla Termal Solares son las aguas del Manantial de Fuen-caliente, conocidas desde los siglos XII y XIII por sus extraordinarias propiedades. La experiencia *wellness* se desarrolla en unas instalaciones modernas e innovadoras, donde los huéspedes pueden disfrutar de piscina termal, circuito de contrastes y un amplio catálogo de tratamientos y programas de bienestar que van desde estancias de 2 hasta 14 días. Además, organiza clases de yoga, actividades de relajación y sesiones de cuencos tibetanos en la piscina, que invitan a reconectar con el cuerpo y la mente en un entorno único.

Finalistas

- Grand Hyatt Barcelona / Barcelona
- Hotel Chamartín The One / Madrid
- Madrid Marriott Hotel Princesa Plaza / Madrid



Finalistas

- Barceló Montecastillo Golf Resort & Sport / Jerez de la Frontera (Cádiz)
- OKU Andalucía / La Alcaidesa (Cádiz)
- Zafiro Palace Andratx / Camp de Mar (Mallorca)



Hilton Grand Vacations Europa



Los resorts europeos gestionados por Hilton Grand Vacations iniciaron su trayectoria en sostenibilidad hace 15 años con la obtención de la certificación ISO 14001. Como pioneros en la adopción de un sistema de gestión ambiental, han demostrado de forma constante su compromiso con la gestión responsable de los recursos comunitarios. A pesar de los retos globales –desde la recuperación postpandemia hasta el aumento de las presiones derivadas del cambio climático–, los resorts han logrado avances cuantificables y una implicación profunda tanto de clientes internos como externos, reforzando la concienciación sobre el valor de la sostenibilidad.

Finalistas

- Estimar Valencia
- H10 Hotels
- Meliá Hotels International



Palladium Hotel Group



Con más de 50 años de experiencia y propiedad de Grupo Empresas Matutes (GEM), Palladium Hotel Group opera más de 40 hoteles y más de 13.000 habitaciones, distribuidos en ocho países: España, México, República Dominicana, Jamaica, Italia, Brasil, Estados Unidos y Emiratos Árabes Unidos. Gestiona ocho marcas: TRS Hotels, Grand Palladium Ho-

tels & Resorts, Palladium Hotels, Ushuaia Ibiza Beach Hotel, The Unexpected Hotels, Only You Hotels, Bless Collection Hotels y la marca Hard Rock Hotels bajo licencia con dos hoteles en Tenerife y Marbella. Cerró 2025 con 1.162 M€ de volumen de negocio gestionado, reforzando una estrategia orientada a eficiencia, rentabilidad y evolución cualitativa del producto.

Finalistas

- Barceló Hotel Group
- Castilla Termal Hoteles
- Meliá Hotels International



2026 · XV CONVOCATORIA

PREMIOS ROCA

a la iniciativa hotelera

Gran Premio del Jurado



Meliá Hotels International

Cuando Meliá abrió su primer hotel en 1956 en Palma de Mallorca, España se encontraba en el inicio de la gran transformación que cambiaría su economía, su proyección internacional y la manera de viajar de varias generaciones. Hoy, 70 años después, es la mayor compañía hotelera de España, y tiene presencia en 44 países y más de 400 hoteles entre abiertos y en proceso de apertura. Su portafolio actual,

compuesto por nueve marcas, refleja la diversidad del turismo contemporáneo, pero también un hilo conductor: ofrecer experiencias genuinas inspiradas en la cultura y los valores mediterráneos. Las inversiones realizadas –más de 575 millones de euros en 50 hoteles entre 2025 y 2026– buscan un reposicionamiento real que permita competir en segmentos donde la experiencia y el servicio son críticos.



María Umbert Cantalapiedra recoge el premio en nombre de Meliá Hotels International

Premio de Honor al Reconocimiento a Personalidad Hotelera y de Turismo



José Ángel Preciados hizo un repaso a su trayectoria profesional y apostó por una hotelería centrada en las personas

José Ángel Preciados, consejero delegado de Ilunion Hoteles

La carrera profesional de José Ángel Preciados se consolidó en NH Hoteles, compañía en la que trabajó durante 18 años desempeñando diversas responsabilidades. En 2003 se incorporó a Ilunion Hotels, entonces bajo la marca Confortel y parte del Grupo Social ONCE, liderando su evolución hacia el modelo con propósito que hoy la define: única compañía hotelera en España, y una de las pocas en el mundo, que sitúa a las personas en el centro de su estrategia y combina de manera integral la rentabilidad económica con el impacto social y ambiental positivo. Desde su posición como consejero delegado de Ilunion Hotels, José Ángel Preciados ha consolidado un proyecto pionero en turismo accesible e inclusivo, que impulsa políticas innovadoras en empleo inclusivo, accesibilidad universal, eficiencia energética y economía circular.



Ilunion Mérida Palace



ORAC

El diseño que genera un impacto positivo



Cómo una marca líder en interiorismo está redefiniendo la sostenibilidad a través del planeta, las personas y la comunidad.

La sostenibilidad ya no es una tendencia. Es una responsabilidad que está transformando la manera en que concebimos los espacios que habitamos. En un momento en el que arquitectos, interioristas y consumidores buscan soluciones más conscientes, el diseño de interiores vive una nueva etapa en la que la estética debe convivir con el compromiso ambiental y social. En este contexto, Orac se ha consolidado como una de las compañías que mejor representa esta evolución. Con más de 50 años de experiencia, la firma ha demostrado que el diseño no solo puede transformar espacios, sino también generar un impacto positivo en el mundo que nos rodea.

Su visión se articula en torno a tres pilares fundamentales: planeta, personas y comunidad. Tres conceptos que definen la estrategia de sostenibilidad de la compañía y que orientan cada decisión, desde el desarrollo de nuevos productos hasta la relación con sus colaboradores y el entorno.

Para Orac, la sostenibilidad comienza mucho antes de que un producto llegue a un proyecto de interiorismo. Empieza en la forma en que se diseñan los materiales, se optimizan los recursos y se planifica el futuro. La compañía apuesta por soluciones decorativas duraderas y atemporales, concebidas para mantener su valor estético y funcional durante décadas. Esta filosofía contribuye a reducir el consumo de recursos y evita la sustitución constante de ma-



teriales, uno de los grandes retos de la industria actual. Además, Orac trabaja activamente para aumentar el uso de materias primas bio-circulares y recicladas, incorporando materiales de origen vegetal y recursos recuperados que contribuyen a una producción más eficiente y responsable. A ello se suma el uso de electricidad 100 % verde, sistemas de agua circular en los procesos productivos y embalajes fabricados con materiales reciclados. Detrás de cada diseño, cada innovación y cada proyecto hay personas. Por eso, Orac sitúa el talento humano en el centro de su estrategia de crecimiento. La compañía promueve una cultura basada en la creatividad, la colaboración y el desarrollo profesional, convencida de que la innovación surge cuando las personas encuentran un entorno donde pueden explorar nuevas ideas y desafiar los límites establecidos. Para Orac, el diseño tiene la capacidad de mejorar la experiencia cotidiana, generar bienestar e inspirar nuevas formas de vivir y trabajar. La sostenibilidad también implica asumir una

responsabilidad con la sociedad. Por ello, Orac entiende que el éxito empresarial debe generar valor más allá de sus propios resultados. A través de diferentes iniciativas sociales y colaboraciones solidarias, la compañía contribuye al desarrollo de comunidades y apoya proyectos destinados a mejorar la calidad de vida de las personas más vulnerables. Este compromiso también se extiende a su ecosistema profesional. Arquitectos, diseñadores, distribuidores y colaboradores forman parte de una comunidad que comparte conocimiento, creatividad y una visión común sobre el futuro del diseño de interiores. Porque las mejores transformaciones no ocurren de forma individual, sino cuando diferentes actores trabajan juntos para construir algo mejor. ●

Orac

E-mail: spain@oracdecor.com

www.oracdecor.com

ECONOMÍA CIRCULAR

FREEPIK



La economía circular ha dejado de ser una aspiración para convertirse en una condición operativa diaria de hoteles y restaurantes. Lejos de plantearse como un reto futuro, se debe construir en el día a día del canal contract y horeca. Frente al sistema económico lineal, la economía circular persigue minimizar los desechos y promover un uso sostenible de los recursos humanos.

Del discurso a la acción



La colección BKB, como todos los suelos y alfombras de Bolon, contiene un 68 % de material reciclado y un impacto climático del 0 %.

Las 10 R de las prácticas circulares

Según esta investigación, una idea equivocada y muy extendida es que la economía circular es solo reciclaje. Los autores destacan que, “aunque el reciclaje es un componente crucial, la economía circular incluye un amplio conjunto de prácticas tales como reducir el uso de recursos o extender la vida de los productos a través de su reutilización o renovación”. Por eso, añaden, “no solo trata de gestionar mejor los residuos, sino de repensar y rediseñar todo el ciclo de vida de los productos”. Frente a las clásicas tres R (reducir, reutilizar y reciclar), se subraya la importancia de utilizar una jerarquía de diez prácticas que se ordenan según su capacidad de conseguir la circularidad completa, aquella en la que se reduzca al máximo la necesidad de materias primas vírgenes para el sistema, así como los residuos y emisiones generadas. La decena comienza por la R0, rechazar (comprar menos o usar menos), y continúa con repensar (hacer un uso más intensivo del producto), reducir, reutilizar y reparar. Estas R están estrechamente conectadas. “Por ejemplo, la reutilización amplía la vida de los productos y materiales, lo que retrasa su entrada en el proceso de reciclaje, y el reciclaje transforma los residuos en recursos, lo que reduce la extracción de nuevos materiales”, ilustran los miembros de la plataforma SosEcoCir.

En la construcción

La construcción utiliza, según los científicos del CSIC, aproximadamente el 50 % de todos los materiales extraídos a nivel mundial, lo que la convierte en uno de los mayores consumidores de recursos naturales. Para la Agencia Internacional de la Energía (AIE), el sector de la construcción y los edificios representan aproximadamente el 39 % de las emisiones globales de dióxido de carbono. De estas, el 28 % proviene de la operación de edificios (calefacción, refrigeración, electricidad) y el 11 % de los procesos de construcción y materiales como el acero y el cemento. Como dato concreto, los investigadores del CSIC recalcan que “en la Unión Europea se generan cerca de 374 millones de toneladas de residuos de construcción y demolición cada año, lo que representa aproximadamente el 30 % de todos los residuos producidos en la región”. Este contexto pone de relieve la necesidad urgente de adoptar prácticas más sostenibles que

En 1990 David Pearce y Kerry Turner, dos economistas ambientales, utilizaron por primera vez el término economía circular. Décadas después, estas dos palabras se han hecho omnipresentes en el sector público y empresarial, así como en los medios de comunicación. No hay normativa o plan sobre sostenibilidad que no incluya la economía circular dentro de sus enunciados, pero existe un conocimiento difuso y, a veces, inadecuado de lo que significa este concepto. Según el libro *La economía circular*, elaborado por Pablo del Río, Christoph P. Kiefer, Ana M. Guerrero y Félix A. López, investigadores del CSIC (Consejo Superior de Investigaciones Científicas) y miembros de la Plataforma Temática Interdisciplinar de Sostenibilidad y Economía Circular (PTI SosEcoCir), “la economía circular no es un objetivo en sí misma, sino más bien un instrumento para lograr la sostenibilidad de forma amplia”. Frente al modelo de economía lineal tradicional basado en extraer, producir, usar y tirar que requiere de grandes cantidades de recursos y energía, la

economía circular se basa en los principios de reducir los residuos y la contaminación, mantener los productos y materiales en uso durante el mayor tiempo posible, y regenerar los sistemas naturales. Aunque ha habido algunos avances, los flujos materiales de la economía y sociedad europeas siguen siendo predominantemente lineales. Según los investigadores, en Europa, el 66 % de todas las materias primas utilizadas, principalmente minerales no metálicos y biomasa, se extrae de la naturaleza; un 21 % se importa de terceros países, sobre todo materiales y energías fósiles, y tan solo un 13 % procede de flujos circulares, principalmente del reciclaje. A nivel mundial, la Fundación Circle Economy destaca que tan solo el 7,2 % de todos los materiales utilizados proviene de un proceso de producción y consumo previo y circular; el resto son recursos naturales del medio ambiente. Esta misma institución constata que los recursos, materiales y energía procedentes del medio ambiente utilizados de 2017 a 2023 equivalen en cantidad a los utilizados durante todo el siglo xx.

ECONOMÍA CIRCULAR



Fabricada en un 100 % de polipropileno reciclado y con estructura de acero inoxidable reciclable, la silla Vairea de Musola, diseñada por Yonoh Studio, sitúa la responsabilidad ambiental en el centro del proceso creativo.

reduzcan la huella ambiental de la construcción. Una de las medidas consiste en fabricar cementos ecoeficientes a partir de residuos sólidos urbanos (RSU). “Tras incinerar los RSU, sus cenizas se mezclan con cemento y se consigue que los materiales como hormigón o bloques de construcción que se fabrican sean más sostenibles e incluso resistentes”, explican. Otro caso de éxito es un ladrillo fabricado con más del 90 % de residuos de la construcción y demolición compuestos por ladrillos, grava, arena y placas de yeso. El material desarrollado por Gabriela Medero, investigadora en la Universidad Heriot-Watt de Escocia, produce en su fabricación menos de una décima parte de las emisiones de carbono de los ladrillos convencionales.

Progresos lentos

Los científicos del CSIC también hacen balance de los avances hacia la economía circular que se han dado hasta el momento. Según los indicadores de la UE, en 2022 el grupo de los 27 tuvo una tasa de circularidad del 11,5 %. En 2010, cuando se empezó a calcular, esta tasa era del 10,7 %. El incremento sugiere que, al menos a nivel europeo, sí se está produciendo un cierto avance hacia la economía circular, pero también que este avance es muy lento. En España, los investigadores destacan un nivel de consumo de recursos naturales y mate-

rias primas cada vez más eficiente, la disminución de la generación de residuos, excluyendo el plástico, y mejoras en la gestión de los residuos, sobre todo una disminución de la tasa de vertido. Asimismo, España es uno de los países donde relativamente más puestos de trabajo se están generando en la nueva economía circular. Pero, por otro lado, la huella de consumo sigue siendo alta y la tasa general de circularidad es baja.

En la industria hotelera

Por otro lado, a finales de enero de este año, se presentó en Madrid el documento *Towards circular hospitality. Transforming the tourism system*, que examina los retos de la industria hotelera ante la creciente escasez de recursos. Orientado a fomentar la conversación colectiva con los actores clave en cada destino, este informe señala las oportunidades y estrategias de economía circular que permiten mantener la



AITEX dio una segunda vida a una tonelada de residuo textil en su espacio The Listening Bar de Casa Decor 2026 proyectado por la arquitecta y diseñadora Mariana Paccieri.



La colección Circularis, desarrollada por Resuinsa bajo el concepto *Circularis Collection, Designed to Return*, integra al menos un 20 % de materia prima postconsumo, procedente de textiles que ya han completado su ciclo de uso en el entorno hotelero.



La gama Marbre Brillant de Grosfillex es 100 % reciclable y cuenta con bajas emisiones de COV.



El mueble de la imagen está realizado por WIM Studio con materiales reciclados textiles de los hoteles de llunion, como cortinas prensadas que mezclan con resinas y carbonatos naturales. Este proceso se produce sin necesidad de calor ni presión, lo que consigue reducir la huella de carbono.

competitividad, mejorar la eficiencia y operar de manera más responsable a medio y largo plazo.

Se estima que los alojamientos turísticos son responsables de 260 millones de toneladas de emisiones de CO₂ al año, una cifra casi tan alta como las emisiones anuales de toda Francia. Dado que alrededor del 70 % de estas emisiones provienen de la producción, el transporte y la eliminación de los bienes y servicios de los que dependen los hoteles y consumen los huéspedes, las decisiones de compra y operación tienen el potencial de transformar cadenas de suministro enteras. Diferentes estrategias de economía circular, como la logística inversa o priorizar la reparación y la reutilización frente al descarte, son fundamentales para reducir el impacto del sector.

Los hoteles se enfrentan a múltiples barreras individuales y también sistémicas. El informe

señala diez desafíos principales, entre los que destacan: la falta de infraestructuras de reciclaje adecuadas en muchos destinos turísticos, que provoca que la separación de residuos en los hoteles no alcance todo su potencial; barreras de comportamiento, como el cambio cultural en relación con el cambio climático; o la ausencia de una visión compartida de la circularidad en la industria hotelera, que dificulta que las soluciones sostenibles escalen más allá de hoteles o cadenas.

Este informe identifica cinco áreas estratégicas para avanzar hacia la economía circular: compras circulares (involucrar a los proveedores para priorizar opciones duraderas, reutilizables o biodegradables, evitando materiales innecesarios); operaciones circulares (implicar al personal para un uso responsable de recursos como el agua y la optimización de los menús); entorno construido circular (diseñar edificios eficientes energéticamente, duraderos y fáciles



Evok Collection se ha aliado con Unisoap para dar una segunda vida a los jabones de sus hoteles con un programa que permite reciclar jabones y redistribuirlos a personas en situación de vulnerabilidad.



El concepto Long Life de Vayol se materializa en colecciones como Ocean, donde los tejidos se obtienen mediante un riguroso proceso de reciclaje de botellas de plástico, dando origen a fibras y acabados resistentes.

de desmontar, utilizando materiales de origen biológico y con energías renovables); cultura empresarial y experiencias circulares (formar a directivos y empleados en principios de circularidad, además de concienciar a los huéspedes para fomentar comportamientos responsables), y destinos circulares (colaborar con los municipios, invertir en la restauración de la naturaleza y apoyar iniciativas circulares locales).

Decoración: consumo responsable

Por otro lado, la decoración circular es una tendencia en auge que combina estilo, funcionalidad y responsabilidad medioambiental, demostrando que un diseño elegante también puede ser sostenible. La economía circular, aplicada al interiorismo, significa elegir materiales sostenibles, optar por piezas duraderas, y dar valor a lo artesanal y hecho con conciencia.

Uno de los pilares de esta filosofía es el consumo responsable. En lugar de acumular objetos de baja calidad que duran poco, la decoración circular propone apostar por mobiliario, textiles, pavimentos, revestimientos, etc. de calidad, que resistan el paso del tiempo; preferir diseños atemporales frente a modas pasajeras; comprar menos, pero mejor (menos piezas, más carácter), y reutilizar, res-

taurar o transformar objetos existentes para darles una nueva vida.

Una parte fundamental de esta tendencia es el uso de materiales naturales, reciclados o reciclables, que minimicen el impacto ambiental. Algunos ejemplos son madera certificada, proveniente de bosques gestionados de forma responsable; madera procedente de demoliciones puede usarse para estanterías, paneles decorativos o revestimientos; cerámica artesanal, fabricada con procesos no industrializados; lino, algodón orgánico y fibras vegetales que, además de sostenibles, aportan textura y frescura; textiles rPET realizados con botellas de plástico PET reutilizadas o desechos textiles de los propios hoteles con los que también, por ejemplo, se puede realizar mobiliario; vidrio, metal o piedra que pueden reutilizarse o reciclarse fácilmente; revestimientos para suelo o pared fabricados con o PVC de origen biológico hecho de carbono proveniente de residuos de pulpa de madera de la industria papelera o con PVC 100% reciclado (deshechos de tuberías, marcos de ventanas,...), mezclado con residuos de tiza de losas de mármol, etc. También es posible reutilizar puertas, ventanas o estructuras metálicas con nuevos fines decorativos. Esto no solo contribuye a un consumo más responsable, sino que invita a

la creatividad: cada pieza reciclada representa un reto y una oportunidad para repensar el diseño.

Una de las prácticas más habituales dentro de la decoración circular es la restauración de muebles. Muchas piezas antiguas están fabricadas con maderas nobles y técnicas artesanales difíciles de encontrar hoy en día. Recuperarlas no solo preserva estos valores, sino que permite adaptarlas a nuevas estéticas. Una mesa desgastada puede adquirir nueva vida con un acabado al aceite natural; unas sillas desparejadas pueden restaurarse y unificarse con una nueva tapicería; un escritorio antiguo puede transformarse en un mueble para la recepción; un cabecero clásico puede convertirse en un panel decorativo para una pared de paso... Estas piezas restauradas aportan calidez, personalidad y un valor emocional imposible de replicar con producciones industriales. Además, la decoración consciente también implica rodearse de objetos que tengan un valor más allá de lo estético. Se puede apostar por piezas artesanales, que apoyan el comercio local; diseños éticos, que respetan tanto al planeta como a las personas involucradas en el proceso, y espacios que generen bienestar emocional, fomenten la calma, y favorezcan un estilo de vida más conectado y equilibrado. ●

RESUINSA

Del residuo al recurso: el nuevo papel del textil en la economía circular hotelera

El futuro circular del hotel empieza en elementos tan cotidianos como una sábana o una toalla, capaces de marcar la diferencia cuando se diseñan para tener mayor durabilidad, y tras su vida útil poder volver al ciclo.



Durante años, el textil hotelero se ha valorado por su confort, su resistencia y su capacidad para mantener la calidad lavado tras lavado. Hoy, en un sector que avanza hacia modelos más circulares, la pregunta es: ¿qué ocurre cuando termina su vida útil?

La economía circular obliga a mirar el textil desde una perspectiva más amplia, poniendo el textil como parte de un ciclo que empieza en el diseño, continúa en la operativa diaria del hotel y debería prolongarse en una segunda vida. En hostelería, donde los volúmenes, la rotación y el lavado industrial multiplican el impacto de cada decisión, este enfoque tiene una relevancia especial.

Resuinsa trabaja esta transición desde la realidad del sector: textiles pensados para durar, certificados, trazables y preparados para responder a las exigencias de hoteles, cadenas y

lavanderías. La sostenibilidad, en el ámbito hotelero, no puede separarse de la calidad ni de la funcionalidad. Un producto circular debe ser también eficiente, resistente y viable en la operativa diaria.

Esta visión se materializa en líneas de I+D+i orientadas a transformar residuos textiles en nuevos recursos, reducir el impacto de los embalajes e incorporar materiales reciclados y reciclables en nuevos desarrollos. Proyectos como Vita y Circularis reflejan esa evolución: soluciones nacidas para dar una segunda vida al textil hotelero y avanzar hacia un modelo donde el residuo deje de ser un final.

La circularidad también exige datos. Por eso, Resuinsa integra criterios ESG en su cadena de valor, desde la selección de materias primas hasta la trazabilidad, las certificaciones, el cumplimiento social y laboral. En este marco, la compañía ha alcanzado una puntuación de

99/100 en Achilles, plataforma utilizada por grandes grupos hoteleros para evaluar criterios ambientales, sociales, de gobernanza, financieros y de seguridad y salud.

“El gran reto no es solo fabricar textiles más sostenibles, sino conseguir que encajen en la operativa real del hotel. La economía circular debe ser medible, trazable y útil para el sector”, señala Félix Martí, CEO de Resuinsa. El futuro del textil hotelero pasa por dejar de entender cada producto como una pieza aislada. Su valor estará en cómo se diseña, cuánto dura, cómo se controla y qué nueva vida puede tener después.●

Resuinsa

Tel.: 963 916 805 E-mail: resuinsa@resuinsa.com
www.resuinsa.com

Entornos sin barreras

HOTELES **ACCESIBLES**



Asegurar que todos los huéspedes, independientemente de sus capacidades físicas, sensoriales o psíquicas, puedan disfrutar de una estancia cómoda y sin problemas no solo es un requisito legal, sino también una responsabilidad que los hoteles deben abrazar. *Por Isabel Fernández*



MARSENSES NATURA OLEA HOTEL

En la Unión Europea hay casi 40 millones de personas con discapacidad, una enorme clientela potencial que demanda la creación de servicios de calidad que puedan dar respuesta a sus necesidades y expectativas en los mismos términos que el resto de turistas.

La accesibilidad es la facilidad con la que todas las personas, independientemente de su capacidad o edad, pueden acceder y utilizar instalaciones, servicios y comodidades. En el contexto de los hoteles, implica proporcionar entornos sin barreras que atiendan a los huéspedes, permitiéndoles moverse libre e independientemente por toda la propiedad. Hoy en día, la accesibilidad en los hoteles no es solo un requisito legal, sino una cuestión de derechos y empatía. Un alojamiento accesible amplía su mercado al atraer a un segmento de viajeros con necesidades de accesibilidad y sus acompañantes; mejora la experiencia del huésped, garantizando comodidad, seguridad y autonomía, y aumenta su reputación y competitividad, alineándose con los principios de turismo sostenible y responsabilidad social.

En España, cada comunidad autónoma regula las características que deben cumplir los establecimientos hoteleros. En algunas de ellas se requiere un número mínimo de habitaciones adaptadas a las necesidades de las personas con discapacidades. También cada comunidad autónoma cuenta con su propia Ley de Accesibilidad. En estas leyes se especifican las obligaciones en materia de accesibilidad que deben cumplir, entre otros, los edificios privados de concurrencia pública, como es el caso de los hoteles.

Para Elena Martín Cuesta, directora de Sostenibilidad y Excelencia de Ilunion Hotels, “un hotel es, por definición, un espacio de acogida. Y si hablamos de hospitalidad, no podemos dejar a nadie fuera. La accesibilidad no debería entenderse como un añadido, ni como una obligación normativa que se resuelve al final de un proyecto, sino como una manera de diseñar, gestionar y prestar servicio. Además, la accesibilidad mejora la experiencia de todos. Cuando un espacio está bien pensado, es más cómodo, más intuitivo y más humano. Y eso, en un sector como el nuestro, marca la diferencia”.

HOTELES ACCESIBLES

ILUNION HOTELS



Por su parte, Álvaro Carrillo de Albornoz, director general del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), también resalta que “la accesibilidad debe entenderse hoy como un elemento esencial de la experiencia hotelera y no únicamente como una obligación normativa. Un hotel accesible es un hotel mejor preparado para atender la diversidad real de las personas: viajeros con discapacidad, personas mayores, familias, clientes con movilidad reducida temporal o incluso huéspedes con necesidades sensoriales o cognitivas específicas. La accesibilidad forma parte de una visión más amplia de innovación y sostenibilidad social. Adaptar los hoteles para que cualquier persona pueda utilizarlos de manera autónoma, cómoda y segura contribuye a mejorar la calidad del servicio, amplía el mercado potencial y refuerza la competitividad del destino turístico. Además, la tecnología está permitiendo avanzar hacia modelos de accesibilidad más inteligentes y personalizados”.

Puntos vulnerables

Accesos, escaleras y baños son los puntos más críticos de un hotel, ya que son los espacios con mayor tránsito de personas y en los que los huéspedes realizan tareas esenciales de su día a día.

Así lo piensa Sonia Ramírez, responsable de Marketing de Duravit España, al señalar que “los baños, zonas de acceso o circulación, las habitaciones y las áreas comunes, como recepción, spa o restauración, son

FREEPIK



RAMPAS

No todas las rampas sirven para el fin que deben cumplir, ya que es habitual encontrarse con rampas con características que las hacen inutilizables e, incluso, peligrosas. Las rampas deben tener un ancho libre mínimo de 120 cm. Las pendientes varían en función de la longitud de la rampa: para recorridos iguales o menores a 3 m, un máximo de 10 % de pendiente; para recorridos de 3 a 6 m, un máximo de 8 % de pendiente, y para recorridos de 6 a 9 m, una pendiente igual o menor de 6 %. Una rampa nunca debe tener una longitud superior a 9 metros. Y también en ellas el suelo debe ser no deslizante. La pendiente transversal debe ser menor o igual a 2 %. La rampa debe tener pasamanos, situado a una altura entre 95 y 105 cm.

PISCINAS Y ZONAS DE RECREO

Las piscinas son una zona crucial que requiere adaptaciones específicas. Los elevadores para piscinas son esenciales para posibilitar que las personas con movilidad reducida puedan entrar y salir del agua de forma segura y cómoda. Estos elevadores son fáciles de usar y aseguran que todos los clientes puedan disfrutar de las instalaciones acuáticas sin restricciones.



espacios donde una mala planificación puede limitar la autonomía del usuario. También es importante prestar atención a la señalética, la iluminación y los desniveles, ya que muchas veces las barreras no son visibles hasta que alguien las experimenta”.

Además, Elena Martín, de Ilunion Hoteles, comenta que “el primer punto vulnerable suele estar antes incluso de llegar al hotel, empieza por la información que se transmite y, lo más importante, cómo se transmite. La web, el motor de reservas, la descripción real de las habitaciones y servicios..., todo eso forma parte de la experiencia accesible. Si una persona no puede saber con claridad si podrá alojarse con autonomía, ya estamos generando una barrera. Dentro del hotel, hay zonas especialmente sensibles. La entrada, la recepción, los ascensores, los pasillos, las habitaciones y los baños son esenciales porque condicionan la autonomía del cliente. También lo son los restaurantes, las salas de reuniones, las piscinas, los aparcamientos o las zonas de evacuación. A veces se piensa solo en la habitación adaptada, pero la accesibilidad tiene que recorrer toda la cadena de servicio, desde la reserva hasta el *check out*. Los espacios más vulnerables son aquellos en los que una persona puede perder autonomía o sentirse dependiente de otros. Ahí es donde tenemos que poner más atención”.

Soluciones estéticas

Según la Plataforma Representativa Estatal de Discapacitados Físicos (PREDIF), un hotel accesible no tiene por qué ser un edificio más complejo, lleno de ayudas técnicas poco atractivas. Al contrario, la accesibilidad puede apoyarse en soluciones técnicas agradables desde el punto de vista estético. Es cierto que en ocasiones puede significar la realización de inversiones más o menos onerosas, pero en otras es sólo la aplicación de la lógica a través de pequeñas actuaciones. Para que un hotel pueda ser utilizado con comodidad por los clientes con movilidad reducida, debe cumplir una serie de requisitos básicos y generales.

Por ello, hay que trabajar, en general, en zonas de aparcamiento, escaleras, rampas, puertas, ascensores, pasillos, recepción, habitaciones, aseos y cuartos de baño, restaurante y cafetería, la información que se ofrece y el trato al cliente.

Álvaro Carrillo de Alborno, de ITH, remarca que “la accesibilidad debe abordarse de forma integral. No basta con adaptar únicamente una habitación o instalar una rampa; es necesario garantizar que toda la experiencia del cliente sea accesible de principio a fin. Entre los elementos indispensables destacaríamos accesos sin barreras arquitectónicas, habitaciones

adaptadas, baños accesibles, ascensores adecuados, señalética clara, sistemas de información comprensibles y soluciones que faciliten la comunicación para personas con discapacidad sensorial. También es fundamental incorporar criterios de accesibilidad en la tecnología y en los canales digitales: páginas web accesibles, sistemas de *check in* intuitivos, herramientas de atención al cliente adaptadas o soluciones de automatización que faciliten la interacción con el hotel. Otro aspecto clave es la formación de los equipos. La accesibilidad no depende únicamente de la infraestructura, sino también de la capacidad del personal para atender correctamente a clientes con necesidades diversas. Hay que ofrecer pautas prácticas a los diferentes departamentos hoteleros para normalizar la atención y mejorar la experiencia de cualquier huésped. Innovación tecnológica y factor humano deben avanzar juntos para construir una hospitalidad verdaderamente inclusiva”.

Habitaciones y baños

Si nos centramos en las estancias en la que el cliente va a pasar más tiempo, cabe destacar que las puertas de las habitaciones, al igual que otras del hotel, deben tener un ancho libre de paso igual o superior a 80 cm. El sistema de apertura debe de ser fácil, nunca con mane-

HOTELES ACCESIBLES

MARSENS FERRERA BLANCA HOTEL



GHESSU

tas de pomo. El espacio anterior y posterior a la puerta debe de ser horizontal, nunca inclinado, y debe contar con un espacio anterior y posterior libre de giro que permita inscribir una circunferencia de 150 cm.

En la habitación debe existir espacio suficiente para circular entre los diferentes elementos de mobiliario. Ello implica espacios libres de paso de 80 cm y que permitan realizar giros de 150 cm de diámetro. Con el fin de acceder a la utilización del mobiliario, debe haber una anchura mínima de 90 cm. En el caso de la cama esta anchura debe darse por ambos lados.

Los enchufes, interruptores y, en general, todos los aparatos y mecanismos de control ambiental deben estar situados a una altura entre 40 y 120 cm.

El sistema de apertura del armario será preferentemente con puerta corredera y, en cualquier caso, los tiradores han de ser de fácil manipulación. Las baldas y cajones de los armarios serán accesibles para las personas que van en sillas de ruedas o son bajas, situándose a una altura de entre 50 y 120 cm.

Tanto los aseos de las zonas comunes como los cuartos de baño de las habitaciones deben tener un espacio libre de obstáculos que permita realizar giros de 150 cm.

El inodoro debe tener un espacio de acceso

MEDICLINICS



lateral de 80 cm o más y su asiento situado a una altura de entre 45 y 50 cm. Además, debe contar con una barra de soporte abatible en el lado del espacio de acercamiento al inodoro y barra de soporte fija en el lado contrario. Ambas deben estar colocadas a

una altura de entre 70 y 80 cm, y estar separadas por una distancia de 65 cm. Por otro lado, delante del lavabo debe haber un espacio libre de obstáculos que permita realizar giros de 150 cm. El lavabo debe tener una altura libre inferior de entre 68 y 72

cm, y un espacio libre inferior de fondo de 60 cm, que permita el acercamiento y un uso cómodo a las personas usuarias de sillas de ruedas. El grifo debe de ser monomando para que pueda ser utilizado por las personas con dificultad de manipulación.

Los accesorios del lavabo (toallero, secador de manos, etc.) deben situarse a una altura de entre 70 y 120 cm; los aparatos y mecanismos de control ambiental a una altura de entre 40 y 140 cm, y el borde inferior del espejo a 95 cm.

La ducha es mejor opción que la bañera. Pero el suelo de la ducha debe de ser continuo con el del resto del cuarto de baño, sin ningún tipo de desnivel, y antideslizante. Se debe contar con una silla de ducha que permita hacer una transferencia. Debe de haber igualmente un espacio suficiente de acercamiento a la silla de la ducha desde la silla de ruedas. En el caso de que haya bañera, debe contar con espacio suficiente para hacer la transferencia y barras de apoyo.

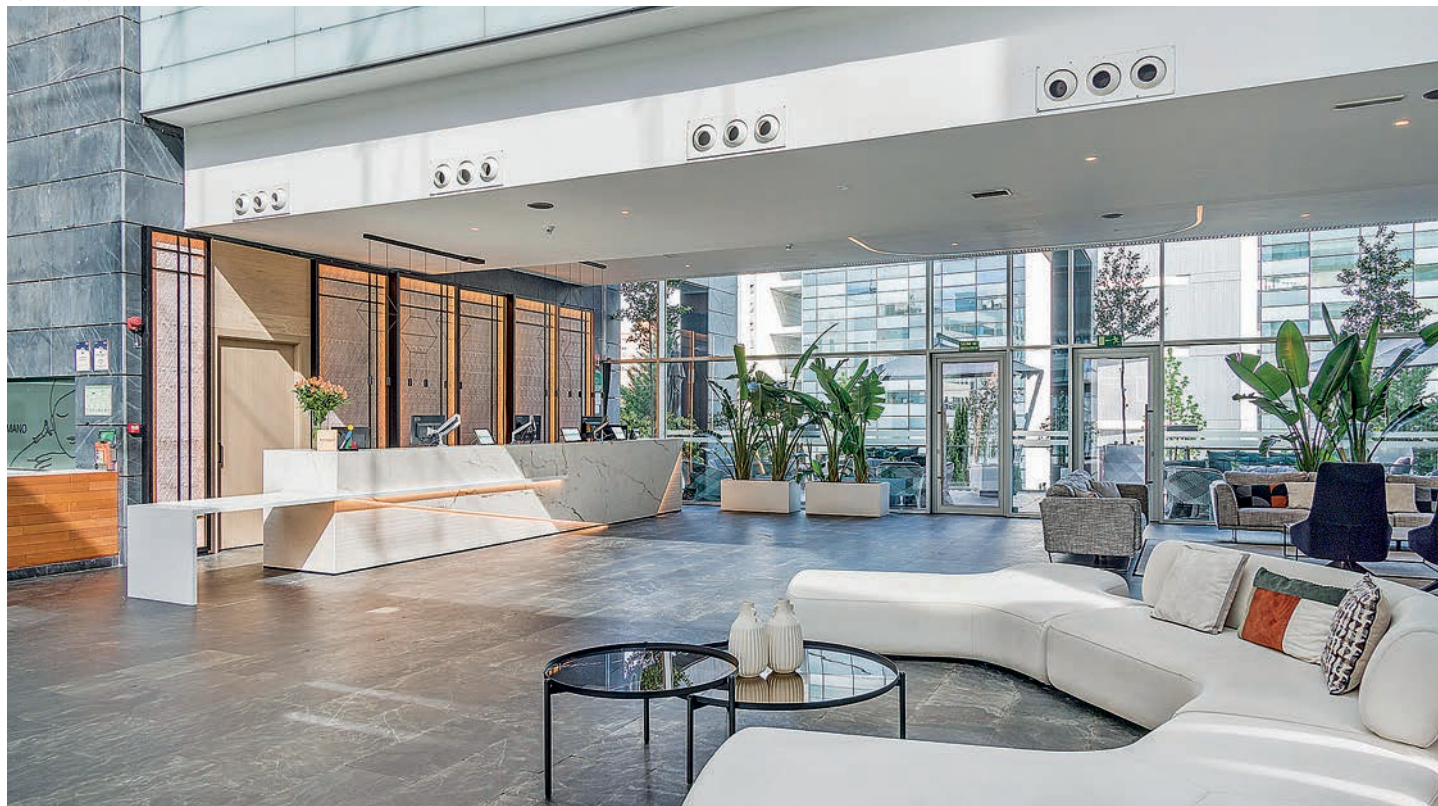
Enrique González, del Departamento de Marketing de Mediclinics, apunta que, “en el diseño de baños accesibles, tanto la distribución del espacio como la selección del equi-



DURAVIT

HOTELES ACCESIBLES

ILUNION HOTELS



RECEPCIÓN

En el mostrador de atención al público debe existir una reserva mínima de puesto de atención adaptado a personas usuarias de sillas de ruedas. En ese espacio el mostrador tendrá una altura de entre 80 y 85 cm, una longitud mínima de 80 cm y una altura libre inferior de entre 70 u 80 cm.

pamiento desempeñan un papel esencial para garantizar la comodidad, la seguridad y la autonomía de los usuarios. Estos entornos deben proyectarse con dimensiones adecuadas que permitan la correcta maniobrabilidad de una silla de ruedas, facilitando la circulación y el uso independiente de cada elemento del baño por parte de personas con movilidad reducida. Para lograrlo, es imprescindible incorporar soluciones específicamente concebidas para la accesibilidad, como lavabos ergonómicos, grifería monomando, espejos orientables, inodoros adaptados, asientos de ducha y bañeras con puerta lateral. Cada uno de estos componentes está diseñado para optimizar la funcionalidad y mejorar la experiencia de uso, manteniendo al mismo tiempo los más altos estándares de confort, estética y calidad propios de la hostelería contemporánea. Sin embargo, la accesibilidad debe ir acompañada de un enfoque integral en materia de seguridad. En este contexto, las barras de apoyo constituyen un elemento fundamental dentro del baño accesible. Instala-

FREEPIK-4045



PASILLOS

Los pasillos deben tener un ancho de paso de 120 cm o superior con el objetivo de facilitar la deambulación y estar libre de obstáculos. Además, deben permitir la realización de un giro de 150 cm de diámetro en todo su recorrido.

VALIDA

ESCALERAS Y DESNIVELES

Las escaleras y los desniveles dentro del hotel representan uno de los mayores desafíos para las personas en silla de ruedas. La instalación de plataformas salvaescaleras es una solución eficaz para estos obstáculos. Estas plataformas permiten que los usuarios en silla de ruedas se desplacen de un nivel a otro sin esfuerzo, garantizando su autonomía y seguridad. Además, las plataformas salvaescaleras son versátiles y pueden adaptarse a diferentes tipos de escaleras, tanto rectas como curvas.



FREEPIK-JANNOON028



APARCAMIENTOS

Debe existir una plaza mínima reservada por cada 50 plazas de aparcamiento, señalizada con el símbolo de accesibilidad. Las plazas reservadas deben estar cerca de los ascensores de salida. Su anchura mínima será de 2,20 m y el área de acercamiento, que puede ser compartida por dos plazas, de 1,20 m, lo que posibilita a los usuarios de sillas de ruedas acceder y salir del coche.

debe haber alguna mesa cuyas características permitan a las personas usuarias de sillas de ruedas acercarse lo suficiente a la mesa para poder comer con comodidad.

En la barra de la cafetería debería haber un espacio reservado para personas usuarias de sillas de ruedas. Este espacio tendrá una altura de entre 70 y 80 cm, un desarrollo longitudinal de 90 cm y un fondo de mostrador de 60 o más centímetros.

Avances en los hoteles españoles

Aparte de la obligación por normativa, en los últimos años, hay más conciencia en los hoteles españoles sobre la necesidad de ofrecer instalaciones accesibles a las personas con diversidad funcional, así como para sus familiares y amigos.

Aun así, Vicente Fernández, de Ghessu, considera que, “aunque en los últimos años se ha avanzado bastante en materia de accesibilidad, todavía queda camino por recorrer. Muchos hoteles están haciendo esfuerzos importantes, pero todavía existen instalaciones que no cumplen con los requisitos mínimos o que no contemplan las necesidades reales de sus usuarios”.

De la misma opinión es Sonia Ramírez, de Duravit: “Se han producido avances importantes en los últimos años, especialmente en proyectos de nueva construcción y en el segmento *premium*, pero todavía queda recorrido por

das estratégicamente en áreas de mayor riesgo, como duchas e inodoros, proporcionan puntos de apoyo seguros que favorecen la estabilidad del usuario, minimizan el riesgo de caídas y facilitan las transferencias. Disponibles en distintas configuraciones –rectas, abatibles, angulares o de doble fijación–, estas soluciones deben cumplir estrictamente con la normativa SUA (Seguridad de Utilización y Accesibilidad), garantizando así una integración eficaz, segura y plenamente adaptada al entorno”.

Por su parte, Vicente Fernández, director comercial de Ghessu, también coincide en que “en los baños son fundamentales los asideros y barras de apoyo, ya sean fijos o abatibles, los

lavabos ergonómicos de fácil acceso, los espejos abatibles, los asientos adaptados para la ducha y los inodoros especialmente diseñados para personas con movilidad reducida”.

Espacios comunes

En el restaurante, la cafetería y en cualquier otra sala de uso común, como puede ser una sala de reuniones del hotel, siempre hay que tener en cuenta que debe haber espacios libres de paso que permitan circular a las personas usuarias de sillas de ruedas. Esto significa pasillos de una anchura de 120 cm y en zonas de giro espacio libre que permitan inscribir un círculo de 150 cm de diámetro.

Tanto en el restaurante como en la cafetería

HOTELES ACCESIBLES

FREEPIK



hacer. En muchos casos, la accesibilidad sigue abordándose como una adaptación puntual y no como una filosofía integral de diseño.

Existe una mayor concienciación por parte del sector, pero es necesario seguir impulsando normativas, formación y soluciones innovadoras que permitan crear espacios realmente inclusivos para todos”.

Según Enrique González, de Mediclinics, “España ha experimentado avances significativos en materia de accesibilidad, especialmente en las grandes ciudades y en los principales destinos turísticos, posicionándose como uno de los países europeos más comprometidos con el desarrollo de un turismo accesible e inclusivo. No obstante, aún persisten retos importantes para alcanzar una accesibilidad verdaderamente universal, homogénea y plena-

mente integrada en todo el territorio. En este contexto, la consolidación de un modelo turístico accesible requerirá una combinación estratégica de compromiso institucional, inversión privada, adaptación de infraestructuras, formación especializada del personal y una participación activa de las personas con discapacidad en los procesos de diseño y mejora de los espacios y servicios. Solo mediante un enfoque colaborativo y continuo será posible avanzar hacia entornos más inclusivos, seguros y preparados para responder a las necesidades de todos los usuarios”.

Asimismo, Álvaro Carrillo de Albornoz, de ITH, afirma que “el reto actual no es únicamente cumplir con requisitos normativos, sino avanzar hacia un concepto de accesibilidad más amplio, transversal e integrado en la

ASCENSORES

Los botones de aviso de los ascensores deben estar situados a una altura de entre 90 y 120 cm. El espacio anterior y posterior a la puerta del ascensor debe de ser horizontal y permitir un espacio libre de giro de 150 cm. El ancho libre de la puerta del ascensor debe de ser igual o mayor a 80 cm. El espacio interior debe tener unas dimensiones mínimas de 100 cm de ancho y 120 cm de profundidad. En el interior del ascensor debe haber pasamanos, situado a una altura entre 95 y 105 cm. La botonería tendría que estar adaptada al sistema braille.

estrategia hotelera. La accesibilidad debe formar parte del diseño del producto turístico, de la digitalización, de la sostenibilidad y de la experiencia de cliente. Se observa, además, una creciente sensibilidad del sector hacia estos aspectos, especialmente en proyectos relacionados con innovación, tecnología y transformación hotelera. Cada vez más hoteles entienden que accesibilidad, sostenibilidad y competitividad están directamente conectadas y que ofrecer experiencias inclusivas será un factor diferencial para el turismo del futuro. Uno de los grandes avances pendientes sigue siendo la formación y la sensibilización de los equipos. La accesibilidad no solo depende de adaptar espacios físicos, sino también de generar entornos donde cualquier persona se sienta atendida con naturalidad, autonomía y dignidad”.

Por último, Elena Martín, de Ilunion Hotels, destaca que España ha avanzado mucho y hay una sensibilidad creciente, pero todavía no podemos decir que el conjunto del sector esté suficientemente adaptado. Hay buenos modelos a seguir, hay inversión y hay más conciencia, pero también persisten barreras físicas, digitales y actitudinales. En muchos casos, se han hecho adaptaciones parciales, centradas en cumplir mínimos obligatorios, cuando el verdadero reto es garantizar una experiencia completa y sin barreras. El futuro del sector pasa por dejar de ver la accesibilidad como una excepción y empezar a verla como un estándar de calidad. Un hotel accesible no es un hotel ‘especial’; es un hotel mejor preparado para la sociedad en la que vivimos”.●



Redefinir el bienestar común: higiene inclusiva para hoteles

En los hoteles, los aseos son mucho más que espacios funcionales: son puntos clave de la experiencia del huésped, donde se materializan la accesibilidad, la sostenibilidad y la inclusión.

Tork impulsa la higiene inclusiva, un enfoque que va más allá de la limpieza y el cumplimiento normativo, redefiniendo cómo se diseñan, equipan y gestionan los aseos para atender a la diversidad de los usuarios.

El diseño tradicional de aseos suele centrarse en un “usuario estándar”, pero la realidad es mucho más diversa. La higiene inclusiva considera a personas mayores, niños, personas con movilidad reducida, condiciones temporales o sensibilidades específicas. Integrar este enfoque significa garantizar acceso cómodo, seguro y digno para todos los huéspedes, convirtiendo la inclusión en un criterio de diseño transversal.

Barreras visibles e invisibles

Algunas barreras son evidentes: cabinas estrechas, puertas pesadas, grifos difíciles de usar o dispensadores mal ubicados. Otros retos son invisibles: afecciones cutáneas, hipersensibilidades sensoriales o ansiedad. Según el estudio *Tork Insight 2025*, el 40 % de la población encuentra dificultades en aseos públicos. En ho-

teles, esto puede traducirse en una experiencia negativa que impacta directamente en la percepción de calidad y satisfacción del cliente. La higiene inclusiva transforma los aseos en espacios intuitivos, tranquilos y accesibles, donde cada detalle contribuye al confort del huésped. Esto incluye desde la distribución y los materiales hasta la señalética clara y contrastada, el diseño ergonómico de grifos y dispensadores, y entornos sensorialmente equilibrados.

Soluciones Tork aplicadas al sector hotelero

Tork ofrece soluciones que se integran desde el diseño hasta la operación diaria: dispensadores accesibles y sin contacto, que facilitan el uso y mejoran la higiene en entornos de alta rotación; productos dermatológicamente testados, adaptados a usuarios con piel sensible; señalética clara y contrastada que guía al huésped de forma intuitiva, y sistemas de monitorización inteligente, que optimizan recursos y anticipan necesidades, garantizando aseos siempre limpios y disponibles.

Estas soluciones no solo mejoran la experien-

cia de los huéspedes, sino que también aportan valor al activo hotelero, incrementando su calidad percibida y alineándose con criterios ESG (Environmental, Social and Governance). El mantenimiento de los aseos es fundamental: los profesionales de limpieza desempeñan un papel clave, y contar con herramientas ergonómicas y conectadas asegura eficiencia y calidad en el servicio. De este modo, la gestión diaria se convierte en un factor estratégico que mejora la experiencia del huésped y fortalece la reputación del hotel. La higiene inclusiva demuestra que los pequeños detalles cotidianos, como un aseo accesible y bien gestionado, marcan una gran diferencia. En hoteles, donde cada interacción con el huésped cuenta, garantizar espacios inclusivos y cómodos no es solo cumplir normas: es reconocer la diversidad de quienes nos visitan y ofrecer una experiencia memorable para todos. ●

Tork

www.torkglobal.com/es/es/acerca-de/higiene-inclusiva

El equipamiento y la maquinaria protagonizan la segunda edición de **Guext**

Guext, el Salón Internacional de Proveedores y Servicios para el *hospitality* organizado por IFEMA MADRID junto a FELAC (Federación Española de Asociaciones de Fabricantes de Maquinaria para Hostelería, Colectividades e Industrias Afines), reforzará en su segunda edición el protagonismo del segmento de equipamiento y maquinaria como uno de los ámbitos estratégicos para la evolución del sector *hospitality*. La convocatoria, que tendrá lugar del 15 al 17 de octubre, se consolida como un punto de encuentro profesional para fabricantes, distribuidores, prescriptores y compradores en un momento clave del año para la planificación de inversiones, la renovación tecnológica y la mejora de la eficiencia de los establecimientos. En **Guext**, el perfil expositor del segmento de equipamiento y maquinaria reunirá a empresas especializadas en soluciones para cocina profesional, producción, cocción, preparación, frío comercial e industrial, lavandería, limpieza, cafetería, *vending*, seguridad, control y gestión.



Guext

Del 15 al 17 de octubre · Madrid
www.ifema.es/guext

EquipHotel se presenta en Madrid

En una jornada marcada por el intercambio profesional y las nuevas dinámicas del sector, se presentó el pasado mes de junio en Madrid la edición 2026 de **EquipHotel**, el salón internacional de referencia para la hostelería, el diseño, la restauración y el bienestar, que se celebrará en París Expo Porte de Versailles del 2 al 5 de no-

viembre de 2026. La presentación corrió a cargo de Béatrice Gravier, directora general de la feria, que compartió ante profesionales, prescriptores e personas influyentes de la industria el eje estratégico de esta edición: "La hospitalidad plural". Un concepto que pone el foco en la diversidad de modelos, conceptos y experiencias que



configuran la hotelería contemporánea, y que responde con soluciones tangibles a la presión sobre los costes operativos y la rentabilidad. El acto sirvió también para visibilizar el fuerte vínculo de la feria con el diseño y el prescriptor nacional, contando con destacados testimonios de figuras muy influyentes en el sector que compartieron sus experiencias en el salón.

EquipHotel

Del 2 al 5 de noviembre
París
www.equiphotel.com

ILUMINACIÓN

Formas totémicas



Con coherencia estética e identidad material, las lámparas de exterior Koro preservan la esencia y la visión proyectual de la colección diseñada por Eli Gutiérrez para SKLD Studio. Se distinguen por sus formas totémicas, definidas por volúmenes redondeados y curvas esenciales, y por su trenzado original, realizado a mano, fruto de la combinación de cuerdas anudadas y cintas de trama horizontal que aportan movimiento. Una suerte de piel gráfica y contundente, capaz de envolver delicadamente cada estructura. Fabricadas en aluminio y fibra de poliéster, las lámparas Koro están disponibles en dos tamaños y en las dos variantes de color beige y marrón.

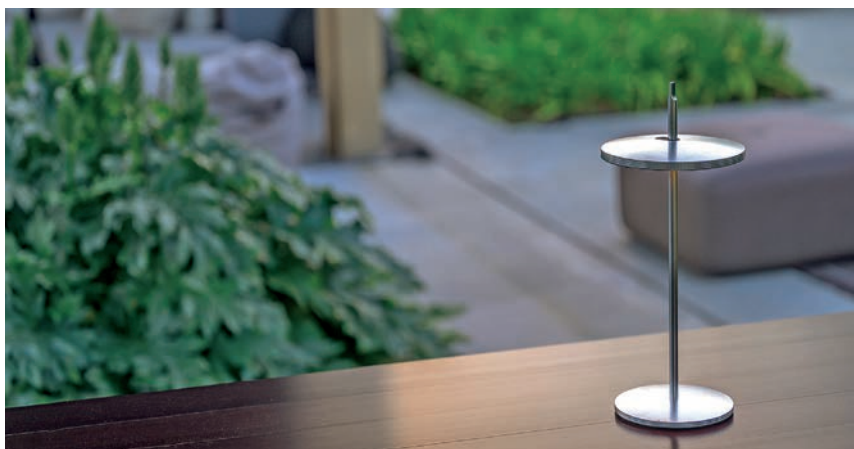


Iluminar y ventilar

Blow, un diseño de Ferdi Giardini disponible en Luceplan, combina ventilación e iluminación en una única solución, transformando el ventilador de techo en un objeto de diseño esencial e innovador en el que la tecnología y el confort conviven en perfecto equilibrio. Con su fuente de luz situada sobre las aspas de metacrilato transparente o de color y un sistema electrónico patentado, Blow proporciona una iluminación uniforme junto con una ventilación silenciosa y eficiente, mejorando el confort interior sin renunciar a la elegancia.

Confort visual

Faro Barcelona presenta Muna, una lámpara portátil diseñada por Carrasquet que incorpora un lenguaje poco habitual en la iluminación exterior: el textil. Más allá de su función lumínica, Muna introduce textura, color y materialidad en el espacio. Su difusor se envuelve en una funda textil resistente al exterior, extraíble y lavable, que transforma la percepción de la luz y aporta una presencia cálida y cercana. La luz atraviesa el tejido de forma suave, difuminando los contornos y creando una atmósfera íntima y envolvente que acompaña los momentos de descanso y bienestar. El confort visual adquiere un papel protagonista.



Presencia suave y discreta

Diseñada en 2025 por Marcello Ziliani, Thaïs surgió de un gesto esencial: un disco luminoso delgado y cónico, atravesado por un esbelto vástago vertical que ofrece la libertad de ajustar la altura de la fuente de luz, al tiempo que permite retirarla, suspenderla de un cable o colocarla directamente sobre una mesa con la ayuda de un accesorio específico. Hoy, Platek presenta el acabado SurfShield en el nuevo color SilverMoon, que ofrece una expresión diferente del latón, donde los reflejos cuidadosamente controlados transforman el metal en una presencia suave y discreta.

Recuperar la esencia de la tecla grande



Simon 360 nace como una reafirmación contemporánea de la histórica serie Simon 36, conceptualizada en 1965 y comercializada en 1971. La nueva serie recupera la esencia de la tecla grande y la actualiza mediante un diseño actual, una ingeniería optimizada y soluciones pensadas para facilitar la instalación. La serie se caracteriza por su tecla de gran formato con accionamiento pulsante, que permite mantener todas las teclas alineadas en cualquier configuración, así como por el alineador múltiple, que facilita una instalación precisa en la que todos los componentes quedan correctamente alineados y sin interferencias entre ellos.



ACS con menor impacto ambiental

Salvador Escosa presenta la nueva aerotermia para ACS tipo Split MundoClima® MUACSB-H16, una solución diseñada para cubrir la demanda de agua caliente sanitaria con alta eficiencia, conectividad y menor impacto ambiental. La nueva serie MUACSB-H16 ha sido concebida para ofrecer una alternativa eficiente y sostenible frente a los sistemas tradicionales de producción de ACS, combinando bomba de calor aerotérmica, acumulación integrada y prestaciones orientadas tanto al confort del usuario como a la facilidad de instalación.



Cargador magnético de pared para móviles

El nuevo Magnetic Charger de Jung garantiza una sujeción firme del *smartphone* a la pared mediante potentes imanes. Con este nuevo cargador magnético, se integran los estándares de carga inalámbrica Qi2/MagSafe (Apple/Android) directamente en el plano vertical de la pared, creando un interior limpio y moderno, sin cables a la vista. El cargador se instala de forma sencilla en cualquier caja de empotrar

convencional, como el resto de interruptores o enchufes. Con una potencia de hasta 15 vatios, los móviles compatibles se pueden cargar cómodamente con o sin funda protectora. Unos potentes imanes aseguran una perfecta alineación entre la bobina de carga y el terminal móvil, evitando problemas de eficiencia derivados de una mala colocación manual del teléfono sobre la superficie de carga.



Panasonic Heating & Cooling Solutions amplía sus soluciones de climatización con RAC Solo, un sistema de aire acondicionado compacto y de alta eficiencia diseñado para instalaciones donde no es posible incorporar una unidad exterior o donde se busca mi-

Minimizar el impacto estético

nimizar el impacto estético en la fachada. Gracias a su estructura compacta y su cuerpo metálico de líneas minimalistas, se integra fácilmente en cualquier espacio interior. RAC Solo no requiere unidad exterior. El intercambio de aire con el exterior se realiza mediante únicamente dos orificios en la pared de 162 mm de diámetro, 202 mm en los modelos de mayor capacidad, simplificando notablemente la instalación y evitando modificaciones visibles en la fachada.

Oriente y naturaleza

En el nuevo catálogo Skyline Design 2026, la colección de muebles de exterior Clover, creada por los diseñadores Junpei e Iori Tamaki, fundadores de Tamaki Design Studio, con raíces en Japón y Taiwán, se caracteriza por líneas que evocan la forma orgánica del trébol, de donde toma su nombre y la inspiración para sus líneas curvas y suaves, que ofrecen un confort envolvente y una identidad marcada. Su diseño único pero sencillo aporta personalidad y armonía a cualquier entorno, también gracias a los dos elegantes tonos escogidos: el claro White Wash o el oscuro Carbon.



Solución funcional

Pertre es una colección de mesas de Unopiù diseñada por el estudio Zaven que nace con el objetivo de ofrecer una solución funcional pero reconocible, donde la identidad formal emerge a través de un signo esencial: la pata triangular, diseñada *ad hoc* como un perfil extruido en aluminio. Un elemento que sustituye el tradicional tubo de sección circular e introduce un carácter gráfico distintivo, anclado a una base en forma de tronco de cono. Disponibles en versión redonda o cuadrada, las mesas Pertre se proponen en una amplia gama de combinaciones materiales: bases en acero o cemento combinadas con sobres en aluminio o teca. La colección está disponible en dos alturas –h75 y h110–, ofreciendo flexibilidad proyectual tanto en espacios exteriores como interiores.



El espíritu de La Dolce Vita

Newgarden presenta una selección de mobiliario, lámparas y accesorios de exterior con los que recrear en casa el espíritu de La Dolce Vita: tardes al sol, cenas al aire libre y conversaciones que se alargan hasta la noche. La selección reúne algunas de las piezas más representativas de Newgarden para crear ambientes luminosos, acogedores y llenos de carácter. Este es el caso del asiento exterior Mallorca que, con un diseño cómodo y desenfadado, invita a disfrutar del verano de una forma relajada y sin complicaciones. Perfecto para acompañar una lectura al aire libre, un aperitivo al atardecer o una larga sobremesa, aporta confort y estilo a cualquier rincón.

Un volumen que acoge

Bubble, diseñada por Daniele Lo Scalzo Moscheri para Busnelli, interpreta la intimidad a través de un gesto de diseño claro y esencial. El proyecto se articula en torno a una idea formal fundamental: un volumen cóncavo continuo que envuelve el cuerpo, creando un espacio protegido pero abierto que favorece tanto el retiro individual como la interacción. Su forma envolvente se adapta de forma natural al cuerpo, ofreciendo una experiencia de asiento relajada y acogedora. La base giratoria aporta una dimensión dinámica, permitiendo que la silla se oriente en el espacio y se adapte a diferentes contextos.



PAVIMENTOS Y REVESTIMIENTOS

Narrativa visual

Wall/Pepper® presenta su nuevo catálogo 2026, una narrativa visual que invita a embarcarse en un viaje a través de mundos reales e imaginarios, donde la pared se transforma en un elemento narrativo capaz de redefinir el espacio. Este catálogo de papeles pintados está diseñado para inspirar y orientar, demostrando cómo cada superficie puede convertirse en una auténtica expresión de estilo, identidad y sensibilidad de diseño: cada pared se convierte en una experiencia. El catálogo 2026 se desarrolla a través de una serie de universos inspiradores, cada uno de los cuales traduce una visión estilística en una colección específica y sugiere una forma única de habitar el espacio.



Una paleta contemporánea y equilibrada

El micromortero Mortex®, de Beal International, amplía su gama de colores con la incorporación de 16 nuevas tonalidades que se articulan en torno a cuatro universos cromáticos distintos: Vanille, Terra, Mint y Fox. Cada una de esta cuatro se compone de cuatro intensidades: Intense, Strong, Mid y Ligh, que permiten al micromortero Mortex® explorar diferentes relaciones entre la luz, la materia y la profundidad. El resultado es una paleta contemporánea y equilibrada, concebida para realzar la riqueza mineral de las superficies y ampliar las posibilidades creativas de arquitectos, interioristas y diseñadores.



Losas sostenibles para el baño

Quartzforms®, marca de Scapin Group, redefine el diseño del cuarto de baño con Madreterra: la segunda generación de losas sostenibles. Un nuevo capítulo en el diálogo entre la naturaleza y la tecnología, donde el material se regenera y se transforma en un diseño consciente, enriqueciendo los espacios de bienestar a través de la belleza, la ética y un rendimiento duradero. Gracias a un innovador proceso de producción, cada superficie se crea a partir de áridos 100 % reciclados procedentes de residuos de cantera. Sin cuarzo añadido y con un contenido reducido de sílice cristalina, estas losas superan las limitaciones de las superficies tradicionales para el diseño de interiores.

Resistencia al desgaste y alto tránsito



Gabarró Hermanos presenta la tarima de madera tropical Louro Gamela (*Nectandra amazonum*) de Wood-Deck. Procedente de las regiones tropicales de la región amazónica de Brasil y con certificación FSC®, técnicamente, se clasifica como una madera de densidad media-alta, con un peso específico que oscila entre los 600 y los 700 kg/m³ al 12 % de humedad, lo que asegura una notable resistencia al desgaste superficial y al impacto en zonas de alto tránsito. Esta tarima, comercializada en largos de entre 1.200 y 3.500 mm, presenta una alta resistencia al ataque de hongos xilófagos e insectos, lo que permite su instalación en perímetros de piscinas, terrazas marítimas y entornos húmedos sin necesidad de recurrir a tratamientos de autoclave o impregnaciones químicas añadidas.

PROYECTOS

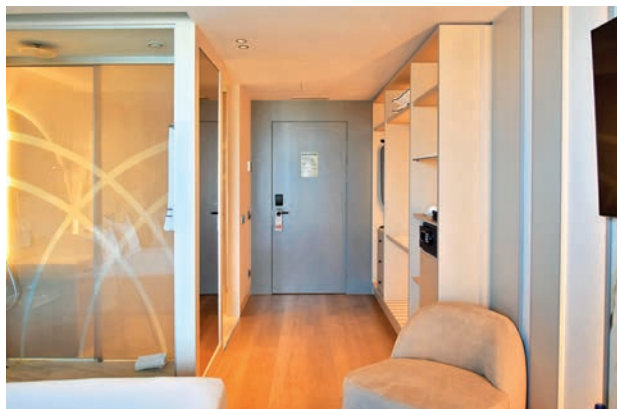


Las pérgolas bioclimáticas **Saxun** transforman el exterior del **Hotel Inside by Meliá Alicante**

Hay un antes y un después en el *Hotel Inside by Meliá Alicante* Porta Maris gracias a la ambiciosa instalación de 32 pérgolas bioclimáticas Saxun, modelo P-150. Una elegante combinación que ha conseguido transformar la entrada de este hotel, creando un espacio versátil, elegante y preparado para disfrutarlo durante todo el año. Lo que antes era una zona de paso, ahora es una extensión natural del hotel, capaz de acoger encuentros, momentos de descanso o eventos al aire libre. Entre las peculiaridades del proyecto, destaca que 8 de las 32 pérgolas cuentan con des-cuadre y lamas fijas para adaptarse a la geometría del espacio.

Vicaima equipa el **Meliá São João da Madeira**

Vicaima ha contribuido a la rehabilitación del centenario **Palacete Conde Dias Garcia**, ahora transformado en el nuevo **Meliá São João da Madeira**, en Portugal, con soluciones que combinan prestaciones certificadas e integración arquitectónica en un proyecto donde patrimonio y contemporaneidad convergen. Presente en diferentes áreas del hotel, el sistema **Portaro®**—conjunto compuesto por puerta, cerco y accesorios en una única solución integrada— adopta múltiples configu-



raciones, cada una ajustada a las exigencias técnicas y estéticas de cada espacio. A nivel estético, los diferentes elementos incorporan el revestimiento **Dekordor® HD Colours Grey Ash**, una elección alineada con el lenguaje contemporáneo y sofisticado

del proyecto de interiorismo, reforzando la coherencia entre los distintos espacios, donde materiales naturales como la madera y la piedra conviven con tonos tierra y detalles modernos, creando ambientes acogedores y equilibrados.



El restaurante belga **Link 21** se renueva con soluciones de **Noël & Marquet**

En el corazón de la región de Kempen, al norte de Bélgica, **Link 21 Bar Brasserie** ha emprendido un importante proyecto de renovación destinado a redefinir su identidad y ofrecer a los clientes una experiencia aún más envolvente que ha sido desarrollado por la diseñadora de interiores **Charlotte Wastiau**. Inspirado en la estética de los clásicos bistrós franceses y las grandes *brasseries* parisinas, las soluciones decorativas de **Noël & Marquet** desempeñan un papel fundamental a la hora de definir el carácter de los espacios. La intervención se desarrolla como una superposición de elementos arquitectónicos capaces de dialogar entre sí: cada marco, perfil y panel contribuye a construir un lenguaje coherente. Con unos 878 metros lineales de productos instalados, **Noël & Marquet** contribuye de manera decisiva a la transformación de **Link 21**, demostrando cómo las molduras, los paneles y los perfiles pueden convertirse en auténticas herramientas de diseño.

TECNOLOGÍA EN LA HABITACIÓN

La tecnología en las habitaciones de hotel está transformando las estancias en experiencias hiperpersonalizadas y automatizadas. Las habitaciones inteligentes cuentan con dispositivos y sistemas que permiten a los huéspedes controlar distintos aspectos de su entorno, como la iluminación, la temperatura, la televisión y otros servicios, mediante aplicaciones móviles o comandos de voz. *Por Isabel Fernández*

Al alcance de un clic

Gracias a los avances tecnológicos, hoy es posible gestionar diversas tareas cotidianas dentro de una habitación con tan solo un clic. Una habitación inteligente es un espacio equipado con tecnologías avanzadas que permiten automatizar múltiples funciones, mejorando la comodidad, la eficiencia y la experiencia del huésped durante su estancia. Para Francisco Ramírez, director general B2B de LG Electronics España, “un equipamiento tecnológico de vanguardia transmite atención al detalle y adaptabilidad a los nuevos tiempos. Hoy en día, el viajero está hiperconectado y acostumbrado a un entorno doméstico muy tecnológico. Encontrar una habitación que responda a ese mismo nivel de digitalización e innovación no solo mejora la experiencia del huésped, sino que posiciona al hotel como un establecimiento de vanguardia en un mercado sumamente competitivo. Además, la tecnología actual es el reflejo del compromiso del hotel con aspectos clave como la seguridad de la información y la sostenibilidad. Un equipamiento eficiente y de última generación



comunica de forma implícita que el hotel cuida el confort de su cliente al mismo tiempo que minimiza su huella ambiental, logrando un equilibrio perfecto entre bienestar y responsabilidad operativa”. El principal objetivo de las distintas aplicaciones tecnológicas es facilitar la realización de determinadas actividades y permitir que su control se gestione de forma ágil y sencilla a través de dispositivos móviles. Diseñar

una habitación *smart* o inteligente es una tarea que requiere precisión, conocimiento y creatividad.

Aunque en el mercado existe una amplia variedad de soluciones para este tipo de necesidades, resulta fundamental conocer aspectos básicos como la compatibilidad entre los distintos elementos, las características de cada sistema y las ventajas que ofrece cada uno de ellos.



Servicios imprescindibles

Entre las innovaciones clave que definen las habitaciones modernas destaca el acceso sin llaves (*keyless*). Gracias a esta tecnología, el *smartphone* del huésped se convierte en una llave digital mediante Bluetooth o tecnología NFC, permitiéndole acceder directamente a su habitación tras realizar el *check in on line*. Otro ejemplo es la domótica y el control por voz. Los asistentes virtuales, como Alexa o

Google Assistant, junto con los paneles táctiles, permiten gestionar la iluminación, las persianas, la temperatura y los sistemas de entretenimiento mediante sencillos comandos. Asimismo, la tecnología contribuye a una mayor eficiencia energética. Los sensores de presencia y los dispositivos IoT (Internet of Things o Internet de las Cosas) pueden apagar automáticamente el aire acondicionado o la iluminación cuando el huésped abandona

la habitación, reduciendo así el consumo energético.

Por otro lado, el entretenimiento y la personalización adquieren un papel protagonista gracias a televisores que se sincronizan con las cuentas personales de plataformas de *streaming* como Netflix, Prime Video o Disney+, así como a *tablets* integradas que permiten solicitar el servicio de habitaciones sin necesidad de contactar con la recepción.

TECNOLOGÍA EN LA HABITACIÓN

ECONOCOM



Incluso es posible hablar de los gemelos digitales, una tecnología pionera que permite al huésped visualizar y seleccionar su habitación exacta mediante un modelo virtual antes de su llegada al establecimiento.

Sobre los servicios tecnológicos imprescindibles para la habitación de hotel, Fernando Pardo, *global operations director* de Nonius, considera que “cada vez más hoteles buscan ofrecer experiencias digitales más personalizadas. En-

tre las tendencias destaca la integración de plataformas de *streaming* directamente en la televisión de la habitación, permitiendo al huésped acceder fácilmente a aplicaciones populares de entretenimiento. También ganan relevancia soluciones interactivas que permiten al hotel comunicarse de forma dinámica con el huésped mediante campañas visuales, recomendaciones, promociones o información relevante mostrada en la TV. Otra tendencia

creciente es la posibilidad de compartir recuerdos de la estancia en tiempo real, como álbumes digitales de fotos y contenidos personalizados, reforzando la conexión emocional con la experiencia del hotel”. Pardo añade que, además de las televisiones inteligentes, “los hoteles pueden incorporar sistemas de audio inalámbricos, asistentes digitales, soluciones de videoconferencia para viajeros de negocios y herramientas para integrar dispositivos personales del huésped de forma segura. También es cada vez más frecuente encontrar funcionalidades orientadas al entretenimiento personalizado y a la interacción digital dentro de la habitación”. Y todo esto tiene que venir condicionado, asegura el experto de Nonius, “por la necesidad de tener una infraestructura de red y Wi Fi robusto y ancho de banda suficiente para poder garantizar el correcto funcionamiento de estas soluciones”.

Desde el Equipo Hospitality y Audiovisual de Econocom coinciden en que “la conectividad es el punto de partida de cualquier experiencia *hospitality* conectada. Un Wi Fi rápido y seguro ya no es un valor añadido; es una expectativa básica del huésped. A partir de ahí, la televisión continúa siendo el principal punto de interacción dentro de la habitación. Sin embargo, una *smart TV* profesional en entornos



NONIUS

ALEXA SMART PROPERTIES FOR HOSPITALITY (AMAZON)-NH COLLECTION HOTELS & RESORTS



CONTROL POR VOZ

Implantar en las habitaciones un sistema de control por voz como Alexa, Siri o Google Assistant permite a los huéspedes apagar las luces y la música, así como controlar la temperatura desde la cama. Esto hace que la experiencia en la habitación sea más personalizada. Los huéspedes pueden ajustar fácilmente la configuración desde cualquier lugar, por ejemplo, encendiendo el aire acondicionado antes de llegar. Estas comodidades ofrecen una experiencia única al huésped.

hospitality ya no es únicamente una pantalla de entretenimiento: hoy se ha convertido en el principal canal de comunicación entre el huésped y el hotel. Desde una única plataforma, el cliente puede acceder a contenidos personalizados, plataformas de *streaming*, servicios del establecimiento, información útil de su estancia o comunicación directa con recepción y otros servicios del hotel. La televisión evoluciona así hacia un entorno digital conectado que mejora la experiencia del huésped, facilita la interacción, y refuerza la relación entre el cliente y la marca hotelera. Los sistemas de *casting* y la posibilidad de compartir contenido fácilmente desde el móvil o el portátil son también ya una expectativa habitual, especialmente entre las nuevas generaciones de viajeros. Sin embargo, lo realmente interesante es que el sector está evolucionando hacia ecosistemas mucho más integrados. Ya no hablamos de tecnologías aisladas, sino de soluciones conectadas donde IPTV, automatización, iluminación inteligente, audio ambiental, climatización o plataformas de contenidos trabajan conjuntamente para crear una experiencia fluida y coherente”.

Además, las fuentes de Econocom también consideran que “el ecosistema de la habitación conectada es cada vez más amplio y sofisticado. En paralelo, el viajero de negocios demanda habitaciones preparadas para trabajar y comunicarse de forma natural. Por eso cada vez son más relevantes las soluciones de videoconferencia integrada, conectividad avanzada y espacios híbridos dentro de la propia habitación. Sin embargo, quizá la parte más importante es precisamente la que el huésped nunca llega a ver: toda la infraestructura tecnológica que hace posible esa experiencia conectada. Redes AV *over IP*, automatización, plataformas *cloud*, monitorización remota o ciberseguridad son hoy el verdadero sistema nervioso digital del hotel”. Por su parte, Francisco Ramírez, de LG Electronics España, también hace hincapié en que “el elemento central e imprescindible es una pantalla profesional (Hotel TV) de última generación, que ya no se concibe como un mero televisor, sino como el principal canal de comunicación interactivo del hotel. Los servicios esenciales que debe integrar hoy en día para responder a las de-

mandas del huésped actual son, entre otros, la personalización absoluta del contenido y de la interfaz para reforzar la imagen de marca del hotel. Para ofrecer esto con plenas garantías, tenemos soluciones de *software* propias, como la plataforma Pro:Centric (y su versión en la nube, Pro:Centric Cloud), diseñadas específicamente para optimizar esta interacción y permitir una gestión centralizada y en remoto de las pantallas. Otro servicio es el acceso simplificado a plataformas de *streaming* (OTT): el huésped debe poder disfrutar de sus propios contenidos de forma inmediata, sin necesidad de descargar aplicaciones ni introducir credenciales personales en el equipo. También debe haber una guía digital del alojamiento e información local accesible de forma interactiva y multidispositivo (por ejemplo, mediante el móvil), así como la garantía de privacidad absoluta, ya que es fundamental que el sistema cumpla estrictamente con la normativa de protección de datos (RGPD) mediante un sistema de borrado automático del historial de navegación y credenciales al apagar el televisor”.

ESTIMAR VALENCIA



MÁS QUE UN SIMPLE ESPEJO

Un espejo puede ser mucho más que un simple espejo. Gracias a los espejos inteligentes, los hoteles pueden integrar tecnología avanzada de forma discreta en sus habitaciones, sin renunciar al lujo ni al diseño, y crear un punto de contacto excepcional con los clientes. A través de ellos, los huéspedes pueden interactuar con el hotel, solicitar y reservar servicios, así como acceder a información turística y recomendaciones personalizadas.

Aunque parece y funciona como un espejo tradicional, con solo pulsar un botón puede transformarse en un servicio de conservación digital o en una plataforma para controlar la domótica de la habitación, acceder a contenidos audiovisuales e incluso convertirse en una herramienta de sostenibilidad capaz de mostrar al huésped cuántos litros de agua ha consumido durante su estancia en el cuarto de baño.

Tendencias futuras

A medida que la tecnología siga evolucionando, el futuro de las habitaciones inteligentes se centrará, previsiblemente, en una mayor personalización, un mayor compromiso de los huéspedes y el impulso de iniciativas de sostenibilidad.

Según Fernando Pardo, de Nonius, “las principales novedades están relacionadas con la convergencia entre entretenimiento, personalización y conectividad. Destaca la creciente adopción de tecnologías que permiten al huésped utilizar sus propias cuentas de *streaming* de forma segura y automática, sin necesidad de introducir credenciales manualmente ni preocuparse por la privacidad al finalizar la estancia. Asimismo, el sector avanza hacia experiencias más integradas, donde la televisión de la habitación se convierte en un canal de comunicación interactivo entre el hotel y el huésped, combinando entretenimiento, información y promociones personalizadas. También se observa una mayor demanda de soluciones basadas en la nube, más fáciles de gestionar y actualizar, así como de experiencias audiovisuales compatibles con múltiples dispositivos y ecosistemas digitales”.

Francisco Ramírez, de LG Electronics España, también resalta que una gran tendencia es “la hiperpersonalización silenciosa. Es decir, ser-

vicios tecnológicos de imagen que mejoran la estancia de forma natural y sin resultar invasivos para el huésped. Los hoteleros están apostando por integrar sistemas que permitan al cliente 'llevarse su hotel consigo', facilitando que disfrute de sus propios contenidos de entretenimiento en la habitación con la máxima calidad y sencillez. Al facilitar el acceso a contenidos en *streaming* (OTT) sin necesidad de que el huésped tenga que descargar aplicaciones o introducir sus credenciales privadas en

el televisor de la habitación, se elimina cualquier fricción en la experiencia de usuario”. Además, Ramírez insiste en que “la gran revolución tecnológica facilita y optimiza la gestión interna del hotelero. En este sentido, esta transformación viene marcada por tres ejes. En primer lugar, la migración definitiva de la gestión audiovisual a la nube. Las soluciones *cloud* permiten a los gestores hoteleros controlar, actualizar y distribuir contenidos de manera 100 % remota y centralizada en todo



EUROSTARS LAIETANA

ILUNION HOTELS & RESORTS (LG)



su parque de pantallas. Esto significa que ya no es necesario configurar los televisores habitación por habitación; ahora se puede segmentar la comunicación por grupos de habitaciones o tipologías de clientes desde un único punto, reduciendo drásticamente los tiempos de mantenimiento técnico. En segundo lugar, destaca la integración simplificada y nativa con los sistemas de gestión del hotel (PMS). El mercado está demandando soluciones que conecten el televisor directamente con la operativa del hotel (recepción, servicios o *check out* rápido), existiendo ya herramientas ágiles basadas en la nube para alojamientos independientes o de corta estancia que eliminan la necesidad de complejas y costosas infraestructuras locales. Por último, la obtención de datos de uso analíticos y respetuosos con la privacidad. Las plataformas audiovisuales modernas ofrecen ahora informes de métricas agregadas que permiten al hotelero conocer qué tipo de contenidos o servicios interactivos generan mayor interés. Esta información resulta clave para que los establecimientos puedan tomar decisiones estratégicas basadas en datos, adaptando su oferta comercial y mejorando continuamente la satisfacción del cliente”.

Asimismo, desde el Equipo Hospitality y Audiovisual de Econocom apuntan que “el sector *hospitality* está evolucionando hacia espacios cada vez más inteligentes, conectados y experienciales. La habitación deja de concebirse únicamente como un lugar de descanso para convertirse en un entorno capaz de adaptarse dinámicamente al huésped y responder de forma personalizada a sus necesidades. Otro gran cambio es la creciente centralización de la gestión tecnológica. Las plataformas *cloud* permiten a las cadenas hoteleras monitorizar, actualizar y gestionar toda su infraestructura audiovisual de forma global, eficiente y coherente, algo especialmente importante para los grupos internacionales. Y, por supuesto, la sostenibilidad se ha convertido en un criterio estratégico. Los hoteleros buscan soluciones más eficientes energéticamente, modelos flexibles de renovación tecnológica y herramientas que permitan optimizar el ciclo de vida de los dispositivos. En definitiva, el futuro del *hospitality* pasa por crear ecosistemas inteligentes donde la tecnología deje de ser protagonista y se convierta en una infraestructura invisible diseñada para conectar mejor con las personas”.

SABÍA QUE...

Los conceptos de hotel inteligente surgieron a finales de la década de 1990 y principios de la de 2000, con la introducción de tecnologías básicas como las llaves de tarjeta electrónicas y los sistemas de entretenimiento en las habitaciones. Estas innovaciones sentaron las bases para soluciones más sofisticadas destinadas a mejorar la experiencia de los huéspedes.

Con la llegada del Internet de las Cosas (IoT) en la década de 2010, los hoteles empezaron a integrar dispositivos inteligentes en sus operaciones. Estos avances permitieron automatizar diversos procesos, como la gestión de la energía, la facturación de los huéspedes y el servicio de habitaciones. Las plataformas de *software* como servicio (SaaS) permiten a los hoteles independientes y a las cadenas hoteleras adoptar estas tecnologías sin grandes inversiones iniciales en *hardware*.



Wi Fi para alta densidad de usuarios

Link presenta el punto de acceso D-Link DAP-E9650 Wi-Fi 7 BE9500, diseñado para ofrecer un rendimiento inalámbrico excepcional con hasta 9.500 Mbps de ancho de banda, latencia ultrabaja y puerto de entrada 10 Gigabit PoE para evitar cuellos de botella. Todo ello logra proporcionar una conectividad Wi Fi de vanguardia en los entornos más exigentes. A medida que las organizaciones persiguen la transformación digital, el trabajo híbrido y las experiencias de aprendizaje inmersivas, el DAP-E9560 está diseñado para elevar la conectividad a Internet y redes empresariales a un nivel excepcional, preparado incluso para las futuras exigencias y con amplias capacidades de gestión tanto *stand-alone* como unificada mediante Nuclias Connect y Nuclias Unity.



Sostenibilidad en la gestión hotelera

Sihot incorpora Días Verdes en la última versión de Sihot.PMS, una funcionalidad que permite a los huéspedes renunciar voluntariamente a la limpieza de su habitación en determinados días. Esta opción ayuda a disminuir el consumo de agua, energía y productos de limpieza, mientras que el sistema registra y gestiona todo el proceso de forma integrada. Además, auto-

matiza la planificación del departamento de *housekeeping* al excluir esas habitaciones de las tareas diarias, optimizando la asignación de recursos y reduciendo errores. La funcionalidad también centraliza el seguimiento de las reservas adheridas, facilitando informes e indicadores para estrategias de sostenibilidad y certificaciones medioambientales.



Optimizar la eficiencia energética con IA

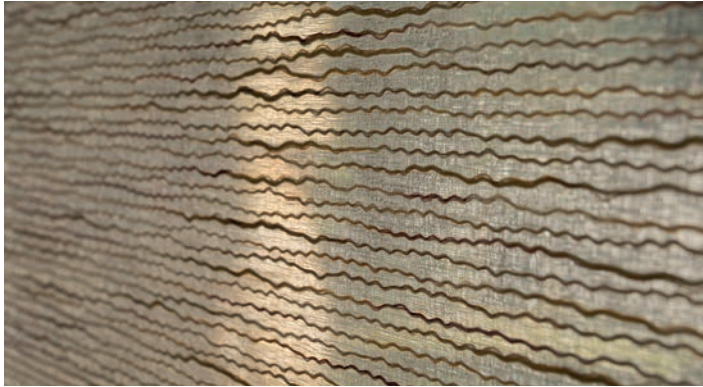
que optimiza la eficiencia energética y operativa de los hoteles. La plataforma integra datos operativos y energéticos en un entorno 3D inmersivo para facilitar la toma de decisiones, relacionando el consumo con la ocupación y detectando ineficiencias. Además, incorpora un sistema inteligente basado en inteligencia artificial y algoritmos cuánticos híbridos que predice la temperatura de las habitaciones para optimizar el confort, reducir costes y emisiones, y mejorar la experiencia de los huéspedes.

Plexus Tech ha desarrollado, con el apoyo de Eurecat, el Gemelo Turístico Hotelero (Gemthur), un gemelo digital

Experiencia cinematográfica

El nuevo Dolphin 2, disponible en Etoe, es un proyector portátil RGB de triple láser diseñado para ofrecer entretenimiento versátil en pantalla grande. Gracias a la combinación de tecnología láser triple RGB, certificación Google TV, alineación automática asistida por IA y una batería integrada, el Dolphin 2 ofrece una experiencia visual cinematográfica en un diseño compacto. Este sistema integra Google TV certificado, lo que proporciona acceso a más de 10.000 aplicaciones, incluidas Netflix, YouTube, Prime Video y Disney+, sin necesidad de dispositivos de transmisión externos.





Diseñar espacios a través de la luz

Bandalux ha lanzado Harmony, una nueva colección de cortinas y soluciones de protección solar a medida que apuesta por el equilibrio entre diseño, funcionalidad y luz. La propuesta incluye 80 tejidos translúcidos y opacos con acabados de inspiración natural, una paleta de colores sobria y tejidos de hasta tres metros de ancho, pensados para grandes ventanales y espacios abiertos. La colección se organiza en cinco gamas cromáticas inspiradas en la naturaleza –Warm Beige, Golden Ochre, Deep Brown, Soft Terracota y Sage Green–, con texturas que aportan calidez y profundidad visual. Harmony es compatible con sistemas enrollables, enrollables con cajón y panel japonés.

La energía del agua



El principio del agua como generadora de formas se convierte en la inspiración para las nuevas alfombras Reef y Tide de Carpet Edition, diseñadas por lualdimeraldi. Elemento primordial y fuerza silenciosa, el agua da forma a figuras orgánicas, esculpe la roca, alisa la piedra y dibuja ondas en la arena. Su movimiento es perpetuo, una transformación lenta y constante, capaz de moldear la materia en un equilibrio entre vigor y ligereza. Una energía que se manifiesta en las nuevas alfombras Reef y Tide a través de volúmenes fluidos, variaciones de altura e irregularidades buscadas intencionadamente, donde cada detalle contribuye a representar una naturaleza en continua evolución.



Packaging circular

Vayoil ha incorporado bolsas de envío fabricadas con plástico 100 % reciclado y reciclable para el embalaje de sus productos, reforzando su estrategia de sostenibilidad y economía circular. Las nuevas bolsas, que sustituyen a las utilizadas desde 2010 con un 40 % de material reciclado, cumplen la normativa europea sobre envases, cuentan con certificación de trazabilidad y prescinden de elementos metálicos para facilitar su reciclaje. La compañía prevé distribuir más de 50.000 unidades este año en mercados de los cinco continentes. Esta iniciativa se suma a otras acciones ambientales de Vayoil, como el cálculo de su huella de carbono desde 2017, el desarrollo de textiles de larga duración mediante su concepto Long Life y su participación en proyectos para impulsar la circularidad del sector textil.

Paisaje textil inspirado en el mar

Carmela Martí Decoración ha presentado Nara, una nueva colección de textiles sostenibles inspirada en los paisajes marinos. La propuesta combina diseño atemporal, materiales reciclados y una producción de proximidad para crear espacios cálidos y elegantes. La colección está elaborada con tejidos ecocertificados, principalmente poliéster reciclado, e incluye visillos, cortinas, mantas y tejidos decorativos. Su paleta de colores, organizada en gamas como Cala, Egeo y Nori, evoca la costa, el mar y la naturaleza a través de tonos neutros, azules y verdes. Además, Nara cuenta con certificaciones como GRS, RCS, OEKO-TEX® Standard 100 y Reach, que garantizan la trazabilidad, el contenido reciclado y la seguridad de los materiales, reforzando el compromiso de la firma con la sostenibilidad y la industria textil local.



Encuentro entre diseño,
cultura y creatividad

ECLÉCTICA BARCELONA

La iniciativa, integrada en el programa oficial de Barcelona Capital Mundial de la Arquitectura 2026 y celebrada del 4 al 13 de junio, ha transformado el Círculo Ecuestre en una casa de 12 estancias cocreadas por interioristas y figuras como Isabel Coixet, Javier Cercas, Juan Avellaneda o Queralt Lahoz.



Bar diseñado por Olga Pajares y Nandu Jubany para Estrella Damm

Ecléctica Barcelona ha cerrado su primera edición con más de 8.000 visitantes durante diez días de programación, consolidándose como una de las propuestas culturales más singulares del calendario de Barcelona Capital Mundial de la Arquitectura 2026. Por primera vez, el Círculo Ecuestre ha abier-

©MERITXELL ARJALAGUER



Gimnasio y suite proyectados por Adela Cabré y Ffitcócó para Technogym

to sus puertas al público para acoger un proyecto que ha unido interiorismo, arquitectura y cultura a través de un formato basado en la cocreación. La iniciativa ha transformado el emblemático edificio en 12 estancias de una casa concebidas específicamente para la ocasión por interioristas y figuras procedentes de diferentes ámbitos culturales, ofrecien-

do una lectura sobre cómo se habita, se diseña y se imagina un espacio desde disciplinas distintas.

El visitante ha podido recorrer espacios como un salón diseñado por Lázaro Rosa-Violán junto a Isabel Coixet, una suite con vestidor de Juan Avellaneda y Ricard Trenchs, una sala club de Queralt Lahoz y L35 Architects, una



cocina de Albert Raurich y Bárbara Aurell, una biblioteca de Asun Antó y Javier Cercas, un comedor de Martina Klein y Pia Capdevila, un despacho de Risto Mejide y Jaime Prous, un *laundry* de Agata Samons y La Ordenatriz, un dormitorio con gimnasio de Adela Cabré y Ffit Cocó, un baño de Xuan Lan y Sara Folch, un baño suite de Cristina Carulla y Mariona Ferran, y un bar de Olga Pajares y Nandu Jubany.

38 experiencias para acercar la creatividad al público

Más allá de la visita expositiva, Ecléctica Barcelona ha acogido 38 experiencias, encuentros y talleres que han permitido al público interactuar con los espacios y sus creadores. Entre las actividades más destacadas se encuentran un concierto en formato íntimo de Queralt Lahoz, una conversación con Javier Cercas en torno a los libros imprescindibles de

su biblioteca personal, una sesión de entrenamiento dirigida por Ffit Cocó, una meditación guiada por Xuan Lan, o el diálogo entre Isabel Coixet y Lázaro Rosa-Violán sobre cómo el diseño, los espacios y la arquitectura contribuyen a construir relato en el cine.

Barcelona como referente

Integrado en el programa oficial de Barcelona Capital Mundial de la Arquitectura 2026,

ECLÉCTICA BARCELONA

©MERITXELL ARIALAGUER



Baño creado por Sara Folch y Xuan Lan para Roca

©MERITXELL ARIALAGUER



Despacho ideado por Jaime Pou y Risto Mejide para Actiu

©MERITXELL ARIALAGUER



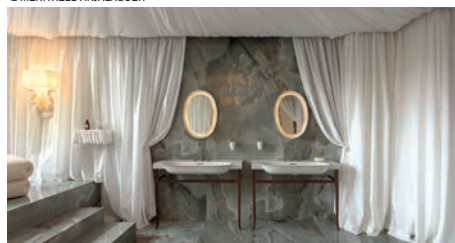
Salón diseñado por Lázaro Rosa-Violán e Isabel Coixet para Pilma

©MERITXELL ARIALAGUER



Biblioteca diseñada por Asun Antó y Javier Cercas para La Roca Village

©MERITXELL ARIALAGUER



Baño suite ideado por Cristina Carulla y Mariona Ferran para Florim

©MERITXELL ARIALAGUER



La sala club proyectada por L35 Architects y Queralt Lahoz

Ecléctica Barcelona nace con la vocación de generar conversaciones entre disciplinas y reivindicar el papel de Barcelona como ciudad referente en diseño, interiorismo y pensamiento creativo.

“Ecléctica nació con la voluntad de crear un es-

pacio de encuentro entre disciplinas, personas y formas de entender la creatividad que rara vez coinciden en un mismo proyecto. La respuesta del público, de los participantes y de nuestros colaboradores ha superado nuestras expectativas y confirma que existe interés por

propuestas culturales capaces de generar experiencias, conversaciones y nuevas miradas sobre la ciudad”, han destacado Patricia Pérez Romera, directora ejecutiva y Pia Capdevila, directora creativa de Ecléctica Barcelona.

Segunda edición

La elevada afluencia registrada durante los primeros días llevó a la organización a ampliar los horarios de visita durante el último fin de semana. Tras la acogida obtenida en esta primera edición, la organización ha anunciado ya la celebración de una segunda edición en primavera de 2027, con el objetivo de consolidar Ecléctica Barcelona como una cita de referencia en la intersección entre interiorismo, cultura, creatividad y ciudad.

©MERITXELL ARIALAGUER



Comedor creado Pia Capdevila y Martina Klein para Lo de Manuela-Engel&Volkers

©MERITXELL ARIALAGUER



Cocina creada por Bárbara Aurell y Albert Raurich para Bulthaup-Minim

©MERITXELL ARIALAGUER



Suite con vestidor diseñada por Ricard Trenchs y Juan Avellaneda para Unión Suiza



Laundry ideada por Ágata Samons y La Ordenatriz para Cosentino

La primera edición de Ecléctica Barcelona ha sido posible gracias a la implicación de interioristas, cocreadores, instituciones y empresas colaboradoras. El proyecto ha contado con el apoyo de Actiu, Bulthaup, Cosentino, Engel&Völkers, Estrella Damm, Florim, La Roca Village, Lo de Manuela, Minim, Pilma, Roca, Technogym y Unión Suiza como marcas patrocinadoras de estancia. Han contribuido como patrocinadores de producto Bandalux, Bruguier, Cotlin, Create, Cubiñá, Decorluc, Dornbracht, Ecocero, Gems, Grupo Carinsa, Huëst, Illaripuna, Neo Cérámica/Neo Parquet, Niessen y Orac. Han colaborado Beta-Disc, Closa Seguros, Bosch Paqual, Récop, Volvo y Vallés. ●



El iHexagon es una revolución en la cocina profesional que redefine la velocidad y la calidad. Combina de forma única aire caliente, vapor y microondas, trabajando juntos de manera inteligente para lograr resultados perfectos en tiempo récord. Gracias a su sistema iClimateBoost, el equipo se adapta automáticamente a cada alimento, asegurando textura, jugosidad y

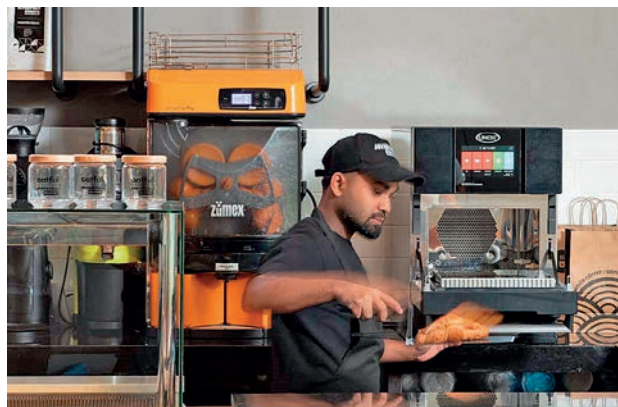
sabor impecables. Puede cocinar distintos platos al mismo tiempo con resultados uniformes en todas las bandejas, sin complicaciones.

Rational

Es hasta un 30 % más rápido que los equipos tradicionales, permitiendo servir más en menos tiempo. Sustituye múltiples equipos, ya que asa, hornea, cuece, fríe sin aceite y recalienta en un solo espacio compacto.

Unox

El horno rápido y compacto Speed.Compact™ permite recalentar *snacks*, regenerar tapas y platos preparados, y hornear bollería congelada de manera rápida, precisa y uniforme, ofreciendo un alto rendimiento a un precio accesible. Su instalación Plug & Play no requiere campanas ni conexiones especiales, y su diseño silencioso y sin olores se adapta a cualquier encimera, optimizando el espacio disponible. La pantalla Click & Cook y los programas preajustados facilitan su uso incluso a personal sin experiencia. La limpieza es sencilla gracias a la ducha de mano Quick.Rinse y a los filtros catalíticos.



QualityFry

La nueva iQ6 Smart es una solución de cocina inteligente diseñada para ofrecer el máximo control, conectividad y eficiencia en entornos profesionales. Gracias a su tecnología avanzada y a la plataforma iQ Connect, el usuario puede supervisar equipos, gestionar recetas y ajustar parámetros de cocción de forma remota y en tiempo real. La centralización del recetario permite garantizar la misma calidad y consistencia en todos los puntos de venta, facilitando la expansión y la estandarización operativa. Su tecnología inteligente posibilita controlar en tiempo real cada detalle del cocinado, garantizando resultados perfectos en todo momento. Además, la gestión remota de recetas y parámetros convierte cada punto de venta en una réplica exacta del mejor estándar de tu marca.



El horno Mychef Quick Wave combina aire ciclónico, convección y microondas para generar resultados en minutos, manteniendo textura, jugosidad y estandarización. Su tecnología Continuous Cooking elimina los tiempos muertos entre pedidos, permitiendo incorporar

Mychef

nuevas cocciones en procesos ya en marcha con ajuste automático de parámetros en tiempo real. Además, Multiple Cooking posibilita cocinar varias raciones de una misma receta en una sola carga, ajustando los parámetros de cocción mediante IA para garantizar resultados idénticos en todas las porciones. Además, su integración con Mychef Cloud permite control remoto, análisis de datos en tiempo real e integración con sistemas de gestión vía API, para una unificación total de la operativa.



Hobart

Ya sea en restaurantes, cocinas industriales o servicios de *catering* exigentes, el nuevo modelo Chef's Combi, ahora disponible con 20 bandejas, facilita mayor capacidad para satisfacer las necesidades diarias de las cocinas profesionales. Con una tecnología probada en un nuevo formato, aún tiene más espacio para bandejas, recipientes GN o raciones más grandes. Ofrece un manejo intuitivo con los habituales controles inteligentes. Además, cuenta con potentes programas de cocción; limpieza eficiente y bajos costes de funcionamiento, y cocción al vapor, a la parrilla, asado, escalfado, horneado o *sous-vide*.

Welbilt

Los nuevos hornos mixtos de carro Convotherm maxx 20.10 y 20.20 están diseñados para simplificar la producción de cocinas profesionales de alto volumen como banquetes, hoteles, *catering* o cocinas centrales. Con su carro extraíble, con capacidad para 20 niveles, facilita la carga y descarga

de cientos de raciones en un solo movimiento, optimizando los flujos de trabajo. El resultado es una operativa más eficiente, con una clara reducción de tiempos y mermas en hostelería, garantizando que cada servicio llegue en su punto óptimo, incluso en momentos de máxima demanda.



Las batidoras de mano MaxPower ofrecen máxima eficiencia gracias a su tecnología Brushless: hasta 1.000 W de potencia y máxima potencia con el mínimo peso. Están diseñadas para trabajar en recipientes de hasta 400 l de capacidad y cuentan con velocidad variable. La gama 60 ofrecen tres brazos diferentes y la 100 con cuatro longitudes de brazo disponibles. De esta manera, los trituradores XMT son ideales para trabajar tanto en marmitas basculantes como en las ollas más profundas de cada establecimiento. Gracias al sistema TiltStop, el triturador se detendrá en caso de caída o inclinación excesiva con respecto a la vertical. Además, con el *display* mejorado e intuitivo, el triturador muestra toda la información relevante de un vistazo.

MCM



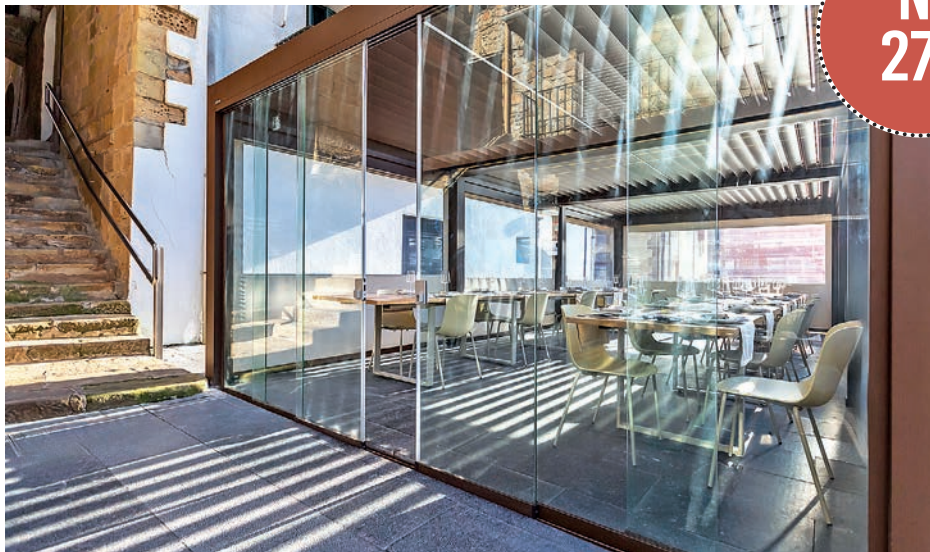
El asador Mini de MCM es ideal para establecimientos de restauración con espacio limitado que, aunque requieren de una producción reducida de pollos asados, desean incorporar a su carta este tradicional plato tan demandado. El ancho, de 800 mm, y el fondo, de 400 mm, son comunes en los tres modelos de la gama. La diferencia está en su altura: de 555 mm para el modelo de dos espadas, de 735 mm para el de tres y de 915 mm para el de cuatro. Con una cabida de tres pollos por espada, nos encontramos ante capacidades que van desde los 6 hasta los 12 pollos dependiendo del modelo. Además, los asadores están fabricados tanto en versión de gas como eléctricos, los cuales van dotados de un cristal vitrocerámico.

TENDENCIAS

Cerramientos y aislamientos

Un adecuado diseño de los cerramientos y aislamientos es fundamental a la hora de conseguir un hotel cuya demanda energética sea lo más reducida posible y, además, permita dotar a los usuarios de un adecuado confort térmico y acústico.

SAXUN



LIZZO



DOSSIER

Tapicería y cortinaje

Cortinas, alfombras, tapicería, etc. no solo decoran, sino que también reflejan la identidad de la marca, y crean una atmósfera acogedora y elegante que atrae a los clientes.

GARCÍA DE POU



Productos de acogida

Los *amenities* son esos pequeños extras que hacen la estancia más cómoda y valorada. Un sector que ha sufrido una transformación en los últimos años, pasando de las clásicas miniaturas a ofrecer sistemas de dispensación más sostenibles.

Transformación digital



NONIUS

Una buena infraestructura tecnológica permite no solo mejorar márgenes, sino también ofrecer mejores precios, organizar el trabajo de los empleados o invertir más en la experiencia del huésped.

Lavado en la cocina

Los equipos de lavado destacan por su rendimiento superior, con ciclos más rápidos, mayor capacidad de calentamiento y resistencia para manejar grandes volúmenes de menaje a diario.



MEIKO



DE BELLOTA 100% IBÉRICOS



Marqués de Aracena 4 - 21360 Jabugo (Huelva). España - T. 955 02 46 94
atencionalcliente@consorciodejabugo.com - 959iberico.com

“DESDE LA
TRADICIÓN
TEJEMOS
EL FUTURO”

vayoiltextil.es



Expertos en
equipamiento
textil para
hoteles

vayoil

Calidad
Confort
Elegancia
Innovación
Resistencia
Exclusividad
Sostenibilidad