CURT EDICIONES SA

Equipamiento CONTRACT hostelero

Le agradecemos la adquisición el ejemplar digital de nuestra revista



A continuación le indicamos instrucciones necesarias para leer un PDF, de la manera más clara y sencilla posible.

La mayoria de los navegadores más modernos incluyen lector de pdfs integrado, pero si desea leer en modo revista le recomendamos se descarge el software

Adobe Acrobat Reader DC

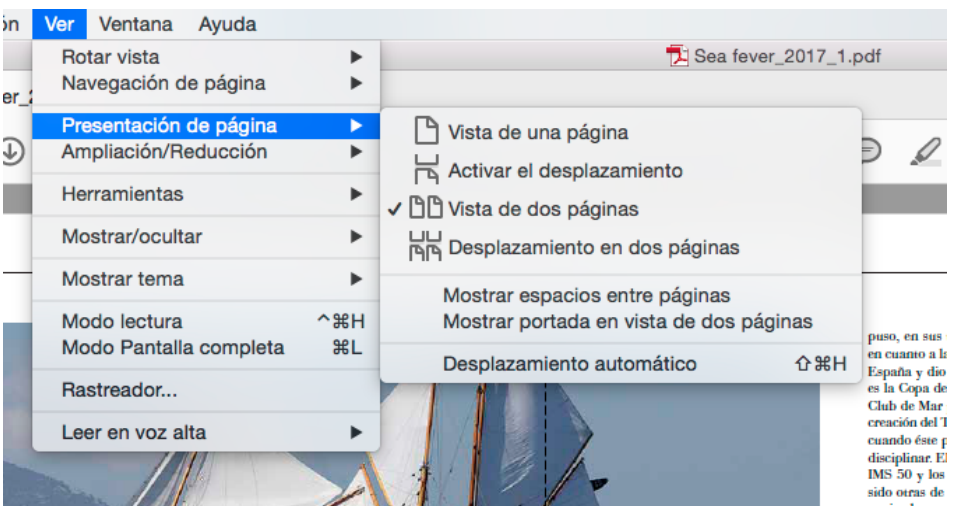
Una vez visualizada su revista en el Adobe Acrobat Reader

seleccione en el menú

Ver la presentación de la página a dos páginas.

También para una lectura más comoda escoja

Modo pantalla completa.



Esperamos disfrute con nuestra publicación.

No olvide volver a visitar nuestra página e inscriberse en el newsletter que le mantendrá informado de la publicación de nuevos ejemplares.

Copyright 2017 CURT EDICIONES, S.A.

Equipamiento hostelero

www.equipamientohostelero.com
CURT EDICIONES SA
Nº 272 · 8 €



Vayoil Textil

Liderando el lujo sostenible
con la estrategia Long Life

Tendencias Lencería de cama y baño

Dossier Productos y maquinaria de desinfección y limpieza

DISEÑAR EL LOBBY · SEGURIDAD · LAVANDERÍA

LA SOLUCIÓN DIGITAL PROFESIONAL PARA TU RESTAURANTE



DISH POS es un **sistema inteligente de TPV en la nube** que ofrece una plataforma multifuncional para que gestionen y optimicen sus procesos operativos, desde pedidos de clientes hasta pagos.

CON DISH POS TU NEGOCIO ESTARÁ **SIEMPRE AL DÍA**

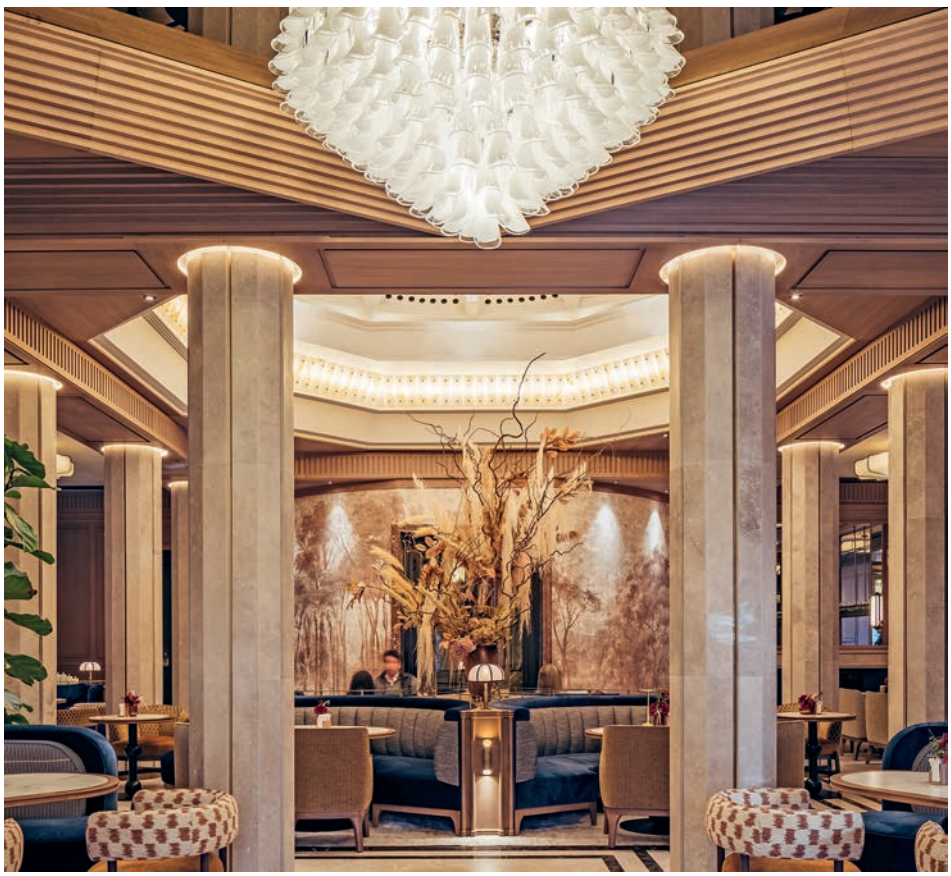
¿Quieres más info sobre DISH POS?

DISH POS

El TPV de makro

SUMARIO

Equipamiento Hostelero - N.º 272



Sentirse acogidos

En la actualidad, la concepción del *lobby* va mucho más allá de una simple recepción o zona de paso. Su función y su diseño han evolucionado para ser un punto de encuentro con distintos usos marcado por la vida social del hotel: área de trabajo pero también de descanso, zona en la que encontrarse con otras personas, sitio en el que tomarse una copa o ver una exposición, etc. Además, este espacio debe reflejar la imagen del establecimiento para que el cliente sepa desde el primer momento a qué clase de alojamiento está accediendo y, sobre todo, se sienta acogido. Pero si hay un lugar en el que es imprescindible sentirse acogido es en la habitación. En ella la lencería de cama y baño adquiere una relevancia total porque, además de calidez, transmite sensaciones al percibir el confort de unas cálidas sábanas o toallas. Estas prendas deben estar siempre impolutas ya que, según un estudio, el 55 % de las valoraciones positivas de los hoteles menciona directamente la limpieza del textil. Sobre las lavanderías, y por qué opción decantarse, también hablamos en este primer número del año. A todo ello hay que sumar el reportaje sobre seguridad, sector en el que la tecnología ha transformado la forma en la que se gestionan y protegen los hoteles.



PORTADA

Vayoil Textil
www.vayoiltextil.es

2 Tendencias: Lencería de cama y baño
13 Resuinsa
14 En portada: Vayoil Textil
16 Proyecto a fondo: Hotel Medinaceli
24 Proyecto a fondo: Capo
30 Food & Beverage
32 Entrevista: Manuel Bueno, director de HIP
35 Makro
36 H&T
38 Diseñar el lobby
50 Lavandería
56 Baños
58 Ferias
59 Iluminación
60 Instalaciones
61 Mobiliario
62 Pavimentos y revestimientos
64 Proyectos
65 Requena y Plaza
66 Tecnología
68 Seguridad
78 Dossier: Productos y maquinaria de desinfección y limpieza

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. C/ Valencia, 279. 3ª planta. 08009 Barcelona. Tel.: 933 180 101. **Suscripción:** 11 números: 85€. Precio Ejemplar: 8€. Canarias y aeropuertos: 8,20 € **Impresión:** Konekto Comunicació Gràfica. **Depósito Legal:** DL B 660-1999

Edita: CURT EDICIONES SA *Valencia, 279, 3er. piso. 08009 Barcelona. Tel.: 933 180 101.*

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.**

LENCERÍA DE CAMA Y BAÑO



GRAND HYATT BARCELONA



No cabe la menor duda de que una lencería de cama y baño de calidad y bien escogida permite que los huéspedes disfruten de una estancia satisfactoria e incluso memorable. Se trata de una inversión en la que no es conveniente escatimar, pues de ella puede llegar a depender, en gran medida, la imagen del hotel.

Por Pilar Ansola



RESUINSA EXPERIENCES

Inversión esencial

La experiencia que ofrece un hotel se basa en muchos y variados factores, y entre estos juega un papel crucial la lencería de cama y baño, pues, tal y como afirma Félix Martí, CEO de Resuinsa Experiences, esta transmite "lujo sensorial desde el primer contacto". El huésped, claro está, lo nota, lo recuerda y lo recomienda.

Dicha lencería está formada por un conjunto de productos, entre los que se incluyen sábanas, mantas, fundas de almohada, edredones, toallas de baño, toallas de mano y, en algunos casos, albornoces y zapatillas.

En la elección de estos elementos, el canal contract valora una serie de requisitos, y Martí señala "la calidad, la durabilidad y el confort", como esenciales. A ellos, Bernardo Balaguer, CEO de Grupo Toledo, añade la "eficiencia operativa: los hoteles necesitan prendas que resistan lavados industriales frecuentes, sin perder suavidad ni tono".

Mario Sánchez Ruiz, *project manager* de Khama Hotel, indica que la prioridad a la hora de escoger este tipo de lencería es "la durabilidad y el rendimiento que garantiza el textil frente al uso intensivo y los lavados industriales. Los hoteles necesitan prendas que soporten cientos de ciclos sin perder blancura, encogerse o deteriorarse".

Ana Luiza Duarte, de Dirección de Royal Europe Textile, apunta como factores clave la facilidad de mantenimiento y el secado rápido, pues "permiten optimizar los tiempos de trabajo del personal y mejorar la eficiencia operativa".

Duarte valora también la "coherencia estética, ya que los clientes buscan textiles que transmitan elegancia, confort y una imagen cuidada que refuerce la experiencia del huésped".

Por su parte, Arturo Hernández, CEO de Vayoil Textil, destaca la necesidad de "ofrecer un acompañamiento constante durante todo el proceso de compra para garantizar decisiones acertadas", mientras que Àlex Fort, jefe de Ventas de Dimesa, hace hincapié en "la tranquilidad de que la prenda va a resistir, de que el tacto va a seguir siendo agradable después de muchos lavados y de que todo va a funcionar bien en el día a día del hotel".

Elegancia, personalización y sostenibilidad

Las tendencias en términos de lencería se dirigen hacia una elegancia discreta, que huye de excesos. Sara Gosálbez Peidro, CEO de Hostaltex, lo resume en dos conceptos: "Minimalismo elegante y calidades *premium* accesibles. Predominan los tejidos lisos en blanco óptico o tonos neutros, que aportan una sensación de limpieza y bienestar inmediato".

También apuesta por una paleta neutra Mario Sánchez Ruiz, de Khama Hotel, que se complementa con tejidos que "transmiten frescura y serenidad, como el percal de algodón con un alto número de hilos o los satenes con acabado sedoso". En este punto, Mamen Peréz, directora general de Carmela Martí Decoración, sugiere "combinar blancos rotos, tonos tierra, piedra y verde salvia con colores que aporten más energía como el amarillo o un azul intenso", pues considera que "la armonía cromática y la naturalidad son la base de composiciones que huyen del artificio y apuestan por lo esencial".

VAYOIL TEXTIL



Balaguer, la personalización se aprecia en “las sábanas y fundas nórdicas con ribetes corporativos, logotipos bordados discretos o diseños exclusivos que refuerzan la identidad visual del hotel”.

En cuanto a ropa de cama, concretamente, todos los entrevistados coinciden en afirmar que la tendencia se dirige hacia tejidos suaves, envolventes, de mayor gramaje –500-600 GSM-– y con gran capacidad de absorción. Al respecto, Bernardo Balaguer, de Grupo Toledo, reivindica la vuelta del albornoz, “especialmente en hoteles boutique y establecimientos vacacionales que desean elevar la experiencia del huésped”.

Elección segura

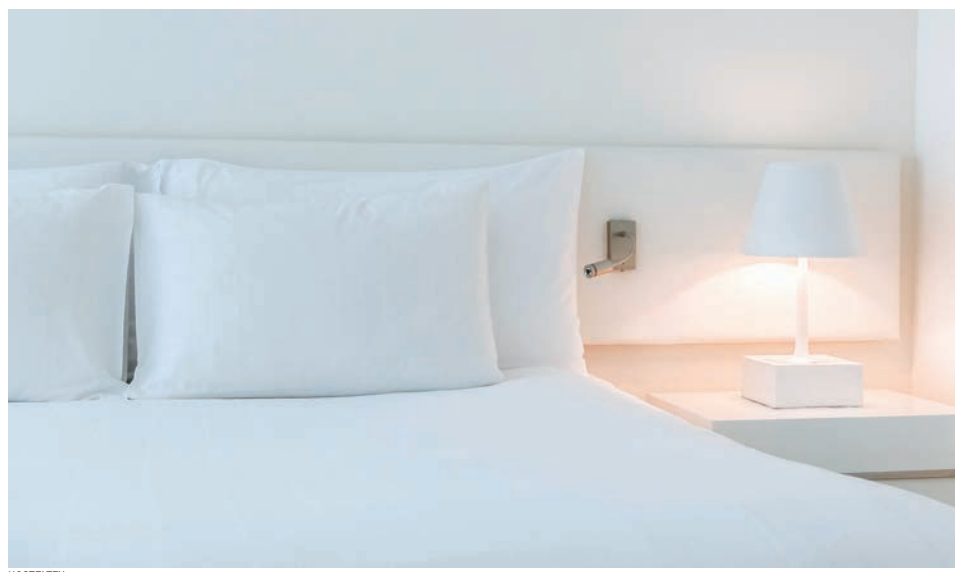
Si consideramos qué condiciona al hotelero, Àlex Fort, de Dimesa, lo tiene claro: “Lo que no dé problemas y aporte una buena experiencia: sábanas resistentes, fundas nórdicas que mantengan su aspecto, protectores transpirables que alarguen la vida del colchón y toallas con buen rizo. Todo lo que consiga que el huésped esté cómodo y que el personal de limpieza pueda trabajar sin complicaciones”.

Arturo Hernández, de Vayoil Textil, prioriza de nuevo la sostenibilidad y el valor *long life* que de ella se deriva, y cuyo secreto radica “en la selección cuidadosa de fibras y en los tratamientos especializados aplicados durante los procesos de acabado, que garantizan suavidad, durabilidad y apariencia impecable a lo largo de los años”.

Por su parte, Sara Gosalvez Peiro, de Hosteltex, señala la creciente demanda de acabados técnicos, como tratamientos antiarrugas, *anti-pilling* o de tacto extrasuave, así como “algodo-

Otra de las grandes tendencias, cuya importancia crece día a día, es el interés por la sostenibilidad, que se aprecia, tal y como indican Mario Sánchez Ruiz, de Khama Hotel o Ana Luiza Duarte, de Royal Europe Textile, en la elección de tejidos realizados con fibras sostenibles, como el algodón orgánico. Sánchez Ruiz explica que las cadenas hoteleras “incorporan certificaciones como OEKO-TEX o GOTS, materiales trazables y políticas ESG como requisito en sus compras”.

Por otra parte, según consideran Félix Martí, de Resuinsa Experiences, y Bernardo Balaguer, de Grupo Toledo, la personalización es también exigencia prioritaria. Martí asegura que “se están potenciando colecciones completas que vistan la habitación de manera integral, desde las sábanas a las toallas”. Para



HOSTELTEX

KHAMA HOTEL



PUNTOS CLAVE

- **Se buscan textiles que garanticen una larga duración y resistencia ante un uso intensivo y numerosos lavados industriales.**
- **Se valora en gran medida el secado rápido.**
- **En términos de decoración, predominan las paletas neutras.**
- **Los hoteleros se decantan por lencería de alto gramaje, preferiblemente percal o satén, que ofrezca una sensación de confort sin comprometer la durabilidad.**
- **El sector valora mucho la disponibilidad continua, la rapidez de suministro y la capacidad de adaptar la producción a sus necesidades específicas.**
- **La innovación se centra en aspectos relacionados con la funcionalidad higiénica, el confort térmico y la sostenibilidad.**
- **La sostenibilidad, la trazabilidad y el reciclaje son ya claros requisitos de compra. Son necesarios ya no solo para reducir la huella ambiental, sino también para reforzar la imagen *eco-friendly* que los huéspedes valoran y exigen cada día más.**

nes regenerados y materiales de larga vida útil que reduzcan la reposición".

Mamen Pérez, de Carmela Martí Decoración, considera que el hotelero que desea diferenciarse "apuesta por tejidos singulares y de calidad, por elementos decorativos que hablen de su marca, que conecten con su concepto y generen recuerdo en el huésped". Los imprescindibles, en cualquier caso, siguen siendo los básicos de cama y baño, "aunque cada vez es más frecuente ver cómo se invierte en elementos que marcan la diferencia visual que aportan un *plaid* con un estampado acorde con la identidad del establecimiento, unos cojines con textura, una colcha con caída perfecta o una talla con bordado", agrega Pérez.

Por su lado, Félix Martí, de Resuinsa Experiences, ofrece un nuevo punto de vista: el de la fidelización. Para Martí, los textiles deben responder a las preferencias del huésped, y esta no debe limitarse al hecho de bordar un logo, "sino que también debe ofrecer opciones que mejoren el descanso. De hecho, contar con una carta de almohadas puede aumentar la satisfacción del cliente hasta en un 20 %, según diversos estudios". Lo importante es "introducir opciones que mejoren la percepción del servicio y refuercen la imagen de marca".

Innovación continua

Àlex Fort, de Dimesa, centra la innovación en tres áreas concretas: "La durabilidad, a través de tejidos que aguanten más ciclos sin perder su suavidad; el confort, con materiales más ligeros y capaces de regular la temperatura, y mantenimiento, mediante acaba-

DIMESA



EN EL BAÑO

- **En el cuarto de baño se busca la coherencia, colecciones completas que vistan la habitación de manera integral, desde las sábanas a las toallas.**
- **El blanco suele ser el color rey, sobre todo por la sensación de limpieza que aporta, aunque cada vez más hoteles buscan incorporar diseños más contemporáneos, con relieves, dobles bordes o personalización mediante *jacquard*.**
- **Se buscan toallas de gran formato, más mullidas pero que se sequen más rápido, con tejidos de alto gramaje y gran capacidad de absorción, combinadas con opciones más ligeras o de secado rápido para zonas de gran rotación, como spas y áreas de piscina.**
- **Las toallas deben garantizar una experiencia sensorial que transmita bienestar y calidad.**
- **El albornoz vuelve a cobrar protagonismo.**
- **Destaca el uso de algodones certificados, los hilados más sostenibles y los procesos de producción respetuosos con el medio ambiente.**

RESUINSA EXPERIENCES



ROYAL EUROPE TEXTILE



dos que faciliten el planchado o reduzcan el tiempo de secado".

Para Mamen Díaz, de Carmela Martí Decoración, la innovación "camina de la mano de la sostenibilidad y la personalización", por lo que cada día es más frecuente encontrar tejidos decorativos fabricados "con algodón reciclado y con fibras obtenidas de botellas de plástico y envases".

Ana Luiza Duarte, de Royal Europe Textile, incide en los avances en cuanto a tratamientos higiénicos y antimicrobianos, que "aportan seguridad, frescura y protección frente a ácaros y olores", a lo que añade la sostenibilidad.

Arturo Hernández, de Vayoil Textil, también destaca la sostenibilidad como eje fundamental de la innovación, "en un sector que lucha por obtener fibras certificadas, procesos de bajo impacto y materiales reciclados que buscan reducir la huella ambiental sin perder calidad".

El uso de materiales reciclados es la innovación que priorizan Mamen Pérez, de Carmela Martí Decoración, y Félix Martí, de Resuinsa Experiences. La primera destaca la necesidad de desarrollar "tejidos reciclados y reciclables que no olviden ni el diseño, ni la calidad ni el confort". El segundo señala la importancia de que la materia sostenible provenga de residuos de los propios hoteles: "Es una manera de contribuir realmente a la economía circular dentro del propio sector y de crear, al mismo tiempo, artículos de gran calidad".

KHAMA HOTEL



Para Mario Sánchez Ruiz, de Khama Hotel, la innovación se centra en áreas clave como la funcionalidad higiénica –con "tratamientos antimicrobianos y antiácaros, más duraderos y seguros, pensados tanto para la salud del huésped como para reducir olores y prolongar la vida útil del textil"– y el confort térmico, "con fibras termorreguladoras y materiales de cambio de fase que ayuden a estabilizar la temperatura del durmiente".

De desecho a recurso

"El textil está comenzando a dejar de ser un residuo para convertirse en un recurso": con estas palabras defiende Mamen Pérez, Carmela Martí Decoración), las políticas de economía circular que muchos hoteles están adoptando. Además, Mario Sánchez Ruiz, de Khama Hotel, también hace hincapié en que "son muchas ya las cadenas que colaboran con empresas especializadas que transforman las prendas en desuso en nuevos materiales –como fibras recicladas para rellenos, aislantes o trapos industriales–, lo que permite evitar que toneladas de residuos acaben en el vertedero". Otra solución



ME MARBELLA (CARMELA MARTÍ)



que destaca Sánchez Ruiz es la de realizar donaciones de textiles en buen estado a organizaciones sociales, lo que implica "implementar sistemas internos de clasificación que permitan separar lo reutilizable de lo reciclable. Cada vez más hoteles incluyen en sus compras criterios de diseño para la reciclabilidad, que les lleva a elegir productos con menos mezclas complejas o con fibras más fácilmente recuperables".

Àlex Fort, de Dimesa, cree que cada vez existe más conciencia y que la reutilización es una tendencia imparable, mientras que Ana Luiza Duarte, de Royal Europe Textile, también destaca, igual que Mario Sánchez Ruiz, que cada día son más las cadenas que "separan la ropa dañada y la entregan a empresas especializadas que la reciclan para crear nuevos hilos, rellenos o textiles técnicos. También se reutilizan internamente algunas piezas y se transforman en paños de limpieza, protectores o textiles auxiliares". Duarte señala, de igual manera, que aumenta "la colaboración con proyectos sociales que recuperan, reparan o redistribuyen prendas aún aprovechables".

Para Arturo Hernández, de Vayoil Textil, la transición hacia la economía circular implica dejar atrás el modelo de "usar y desechar" para priorizar la reutilización y el reciclaje. Sin embargo, para Hernández la verdadera innovación "se centra en la adopción de programas de reciclaje a gran escala que buscan establecer una infraestructura eficaz para la recogida y tratamiento de estos materiales".

VAYOIL TEXTIL



Por su parte, Féllix Martí cree que los programas destinados a transformar desechos en nuevos textiles constituyen "una forma real y medible de alargar la vida de los artículos y demostrar que la sostenibilidad es un compromiso tangible con el planeta".●

H&T

SALÓN DE INNOVACIÓN EN HOSTELERÍA

2/3/4 FEB — 2026



ENCIENDE EL FUTURO

FYCMA - Palacio de Ferias y Congresos de Málaga #HyT / salonhyt.com

ORGANIZA

Ciudad de Málaga · FYCMA

PREMIUM PARTNER

Andalucía

PROMOTORES INSTITUCIONALES

Ciudad de Málaga · málaga · Costa del Sol Málaga · Diputación Provincial de Málaga · Sabor a Málaga

PROMOTORES SECTORIALES

Aehcos · mahOs

GOLDEN PARTNERS

cajamar · makro · Nespresso Professional

SILVER PARTNERS

San Miguel · Solán de Cabras

BRONZE PARTNERS

Facultad de Turismo · Gastro Campus Innovación · Universidad de Málaga


1


2


3


4

1. Khama

El set de sábanas Nan de Khama está confeccionado en algodón peinado de alta calidad a través de un proceso que elimina impurezas y fibras más cortas para dejar únicamente las más largas y resistentes. El resultado es un tejido excepcionalmente suave, con más volumen, un brillo natural inconfundible y una durabilidad superior. La pureza del algodón peinado potencia sus propiedades naturales: es altamente transpirable, absorbe la humedad y la evapora eficazmente, manteniendo la piel fresca y confortable noche tras noche.

2. Vayoil Textil

El albornoz Coral de Vayoil Textil combina innovación, sostenibilidad y confort en un solo producto. Su composición, hilado, tejeduría y acabado han sido cuidadosamente diseñados para reducir el consumo de agua y energía en el lavado, así como minimizar el uso de detergentes, ofreciendo un impacto sobre el medio ambiente, además de proteger la piel de cada huésped. Estos atributos convierten al albornoz Coral en una solución eficiente y responsable, ideal para hoteles que buscan calidad, durabilidad y sostenibilidad en su lencería de alta gama.

3. Textura

La toalla de baño Sublim de Textura está fabricada con una mezcla de algodón y fibra de bambú. La fibra de bambú, gracias a su microestructura perforada, permite una rápida eliminación de la humedad de la piel y favorece la transpiración. Esta combinación de materiales ofrece una experiencia de secado excepcional, manteniendo la piel seca y cómoda.

4. Grupo Toledo

La nueva funda de almohada reversible de Grupo Toledo amplía las posibilidades decorativas de cada habitación sin aumentar el inventario. Fabricada con tejidos resistentes y de tacto suave, esta funda presenta dos caras con acabados distintos, lo que permite elegir entre dos estilos según la ambientación, la temporada o la categoría de la estancia. Su diseño está pensado para soportar lavados intensivos manteniendo siempre su color, suavidad y estructura. Además, su confección cuidada garantiza un ajuste perfecto, evitando arrugas y facilitando el trabajo del personal de *housekeeping*.



GROUPE GM
AMENITIES EXCLUSIVOS

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


5


6

5. Royal Europe Textile

La nueva colección Glamour Premium 2026 de Royal Europe Textile está diseñada para hoteles que desean combinar elegancia absoluta con criterios de sostenibilidad. La línea incluye tejidos de alta densidad elaborados con algodón certificado y procesos de producción de bajo impacto, logrando un tacto sedoso y un acabado satinado responsable con el entorno. Incorpora fibras seleccionadas y un tratamiento exclusivo que mejora la resistencia sin perder la suavidad, reduciendo además la necesidad de reemplazo frecuente. La paleta neutra con sutiles matices metalizados aporta una estética de lujo contemporáneo.


7

6. Resuinsa

El albornoz Bolonia de Resuinsa está fabricado con 490 g de algodón 100 % extra, que aporta una resistencia y suavidad únicas. Su confección con cuello *smoking* y ribete a contrate refuerza un diseño exclusivo y cuidado al detalle. Un textil pensado para integrarse en habitaciones donde cada elemento suma, aportando confort sensorial y coherencia estética.

7. Hosteltex

La nueva toalla de rizo americano Lux de algodón peinado 600 g/m^2 de Hosteltex es un producto diseñado para ofrecer máximo confort y alta resistencia en establecimientos de alta rotación. Las fibras peinadas proporcionan una absorción excelente, un secado rápido y una suavidad extrema, asegurando una experiencia de bienestar superior. Su confección incluye doble costura en los cuatro dobladillos y un orillo doble trenzado, que aportan un acabado elegante, robusto y profesional. Además, su blanco óptico garantiza una presencia impecable lavado tras lavado.

8. Carmela Martí Decoración

El cubrecanapé es ese detalle que transforma una cama funcional en una pieza de diseño. Carmela Martí apuesta por esta solución textil que oculta la base y mejora la estética de la habitación. Además, protege, facilita el mantenimiento y refuerza la higiene. Disponible en tejidos resistentes, colores que siguen la identidad del establecimiento y formatos ajustables, resulta práctico, elegante y muy versátil.


8



RESUINSA

Así se gana la batalla contra el plástico de un solo uso

Aunque muchos hoteles han eliminado gran parte de los plásticos de un solo uso, aún queda un enemigo silencioso en los armarios: las bolsas de plástico que protegen algunos textiles.





En un sector que habla de sostenibilidad a diario, Resuinsa ha decidido dejar de hablar… y empezar a bordarla. La compañía anuncia una nueva alternativa destinada a sustituir el *packaging* de plástico por bolsas textiles fabricadas a partir de fibra *postconsumer*. Una solución práctica, circular y pensada para dar un paso más en la reducción de residuos dentro del hotel.

La idea nace de una premisa sencilla: "si ya somos capaces de transformar los residuos textiles hoteleros en nuevos productos, ¿por qué no hacerlo también con nuestro *packaging*?". Estas bolsas, elaboradas con fibra *postconsumer* –procedente de textiles cuya vida útil ha finalizado y transformados mediante procesos de reciclaje avanzado– permiten almacenar y proteger mantas, edredones, almohadas o complementos sin recurrir al plástico que normalmente acompaña a estos artículos.

Como marco conceptual del proyecto, la compañía presenta el *claim* "Rediseñando el camino de cada fibra", una declaración de principios que refleja la voluntad de replantear el ciclo completo del textil, desde su origen hasta su uso en el hotel, para avanzar hacia modelos más responsables y sostenibles.

La propuesta responde a una demanda creciente del sector: mantener coherencia entre el mensaje sostenible del hotel y las decisiones que lo hacen posible en el día a día. Un compromiso que Resuinsa refuerza con este proyecto, tal y como señala Félix Martí, director general de la compañía: "Cada hotel decide la huella que quiere dejar; nuestra misión es ofrecer alternativas que hagan ese camino más responsable".

Más que un simple cambio de envoltorio, la iniciativa abre una vía real para incorporar la circularidad al día a día de las operaciones hoteleras. Las bolsas son reutilizables, duraderas y coherentes con las exigencias actuales del sector, donde la sostenibilidad ya no es un valor añadido, sino una responsabilidad compartida. Y, además, pueden lavarse para prolongar su uso, integrándose con facilidad en la operativa interna del hotel.

Con esta línea de investigación, Resuinsa demuestra que la evolución del sector no avanza con grandes discursos, sino con decisiones tangibles. Menos plástico, más circularidad y un paso firme hacia un futuro en el que cada fibra, y cada hotel, contribuyan a un impacto más positivo.●

Resuinsa

Av. Mare Nostrum, 50, 2º.
46120 Alboraya (Valencia).
Tel.: 963 916 805.
www.resuinsa.com
www.resuinsahome.com

VAYOIL TEXTIL

Liderando el lujo sostenible con la estrategia Long Life



La sostenibilidad está en el ADN corporativo de Vayoil Textil. Su compromiso con un modelo productivo responsable se remonta a más de diez años, cuando la compañía se incorporó al Pacto Mundial de Naciones Unidas. Desde entonces, el equipo de I+D+i(S) ha encabezado iniciativas de investigación para desarrollar productos que tengan un impacto social, ambiental y económico.

Vayoil Textil
www.vayoiltextil.es

La empresa valenciana Vayoil Textil es un referente en España y en Europa, vistiendo también reconocidos hoteles en los cinco continentes con soluciones textiles para habitaciones, baños, áreas de *wellness* y zonas de restauración. El concepto Long Life que Vayoil Textil está posicionando es una propuesta de valor para el sector horeca. Su promesa es la de toallas y sábanas con una vida útil prolongada, manteniendo su aspecto y tacto impecables tras múltiples ciclos de lavado industrial. Esta durabilidad es clave para reducir las reposiciones y optimizar la gestión de costes operativos en hoteles de todo nivel, incluidos los hoteles más exclusivos.

Innovación circular: colección Ocean

El atributo Long Life se materializa en colecciones como Ocean, en la que los tejidos se obtienen mediante un riguroso proceso de reciclaje de botellas de plástico, dando origen a fibras y acabados resistentes. Como socios de Better Cotton (BCI), Vayoil Textil promueve prácticas agrícolas más sostenibles, contribuyendo activamente al bienestar de las comunidades y al cuidado ambiental en el cultivo del algodón. Además, la compañía garantiza una cadena de suministro responsable y transparente. No en vano, sus operaciones están certificadas con SMETA. Este reconocimiento solo se obtiene después de una auditoría ética que evalúa las prácticas laborales, salud, seguridad, medio ambiente y ética empresarial.

Otra de las certificaciones que tiene la empresa valenciana con alance global es OEKO-TEX, la cual avala que los productos sean seguros y libres de sustancias nocivas. Todo el tren de producción de Vayoil Textil se adhiere a los diez principios del Pacto Mundial de la ONU y asegura el uso de maquinaria que cumple con los requisitos de la economía circular.





El compromiso de Vayoil Textil se traduce en tejidos respaldados por acreditaciones de sostenibilidad mundialmente respetadas, entre ellas GOTS (algodón orgánico) y RCS (materiales reciclados). Estos documentos certifican la calidad superior de las materias primas y, fundamentalmente, la transparencia de un proceso productivo ético y estrictamente controlado en cada etapa, desde el origen hasta que el producto final llega al hotel.

Liderazgo sostenible y visión de futuro

Anticipándose a normativas clave como la Directiva Europea EU 2018/851, la compañía integra la sostenibilidad en el núcleo de su estrategia. Su participación activa en iniciativas como Smart Design y Alternative ha permitido capacitar a sus equipos en ecodiseño y analizar el impacto ambiental del ciclo de vida de sus productos, con un enfoque crucial en la gestión eficiente de residuos.

Fiel a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y la Agenda 2030, la empresa de equipamiento textil para hoteles exigentes ha implementado múltiples acciones en materia de responsabilidad social y ambiental, logrando una reducción del 61 % en su huella de carbono en los últimos siete años.

Vayoil Textil demuestra que es posible generar una conexión genuina con clientes que buscan transformar el mundo a través de decisiones responsables. Su lema *Desde la tradición tejemos el futuro* resume una filosofía que comparten más de 2.000 hoteles que confían en sus tejidos por más de 30 años.

Elegir esta empresa es apostar por la experiencia, el conocimiento y la transparencia de un equipo comprometido, capaz de afrontar nuevos desafíos, como el reciente lanzamiento de su línea de decoración textil Stora.●

HOTEL MEDINACELI

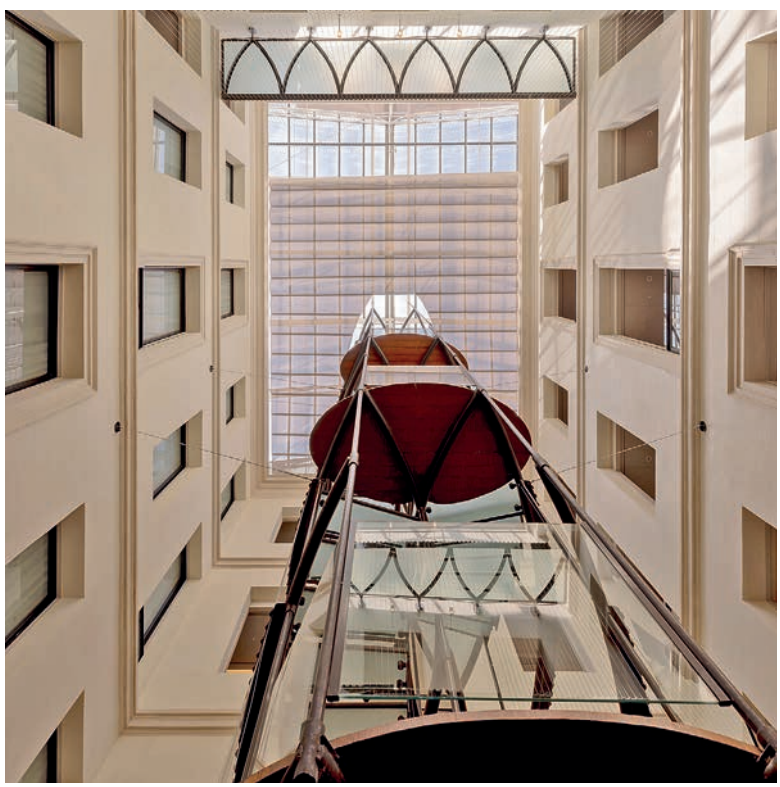
Un lugar para sentir

Situado en pleno Barrio Gótico de Barcelona, el Hotel Medinaceli se alza sobre un emblemático edificio construido en 1852. Sus instalaciones interiores se caracterizan por la combinación de elementos de época, presentes en la misma estructura del edificio y en algunas piezas del mobiliario, así como por un diseño contemporáneo de líneas limpias y sobrias, con predominio de las maderas nobles. *Fotografías: María Pujol*









En el corazón del paseo marítimo de la Ciudad Condal, el Hotel Medinaceli renace como un espacio donde la historia y la modernidad encuentran un delicado equilibrio. Se trata de un Hotel Monumento situado en el histórico palacio de los duques de Medinaceli.

DYD Interiorismo, estudio capitaneado por Chelo Alcañiz, ha realizado la reforma integral del Hotel Medinaceli, que comprende 84 habitaciones, zonas comunes, recepción, *lobby*, desayunador, biblioteca, patio central, coctelería y terraza en la planta superior.

El objetivo de DYD Interiorismo ha sido el desarrollo de un proyecto de interiorismo que nace desde la arquitectura de los sentidos. A través del estudio y el análisis de los espacios, el uso de los revestimientos, texturas, iluminación, aplicación del color, etc., se ha buscado transmitir y contar una historia. La guía principal del estudio para inspirarse ha sido conseguir que el espacio hable por sí solo, que lleve al huésped al origen de aquello que se le quiere transmitir y, sobre todo, que sea un lugar para sentir.

Para todo ello, DYD Interiorismo se basó en el diseño holístico, donde cada detalle, proceso, investigación, usos, etc. están pensados y analizados desde todos los puntos de vista y con todos los equipos con el objetivo de crear un espacio donde todo fluya.

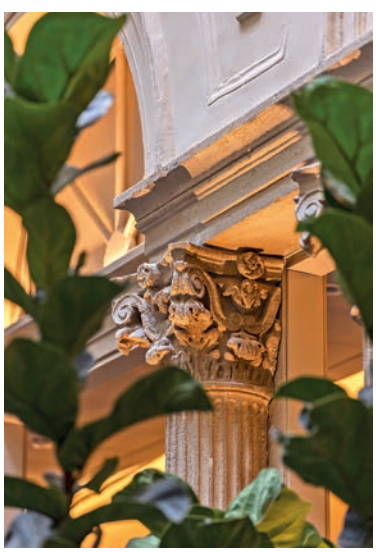


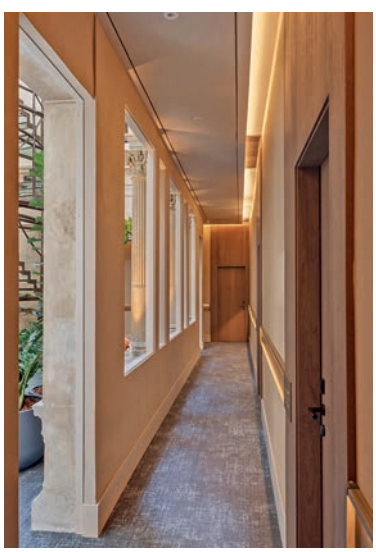


Un viaje por el mar

Los dos edificios que han hecho de continente para este proyecto son emblemáticos por su ubicación y su historia. Es ahí donde se buscó la inspiración para poder encontrar el hilo conductor del concepto, dotando de personalidad y alma al establecimiento. Un lugar con una historia muy marcada principalmente por el mar y el viaje a través del mismo. En la época romana y otras posteriores, estaba la "puerta del mar" a través de la cual llegaban todos los viajeros a Barcelona después de una larga travesía en barco. La relación entre el viajero y el mar es la base a través de la cual gira el concepto del Hotel Medinaceli.

Por ello, el acceso de entrada hasta el mostrador de recepción es como una pasarela de un barco al llegar al puerto. La pared de detrás de la recepción está revestida con una gran escultura de madera de Etienne Moyat, quemada y trabajada con relieves que recuerdan al movimiento de las olas en un azul intenso. Otro ejemplo son los cabeceros creados *ad hoc* y fabricados con mortero a la cal con un diseño sutil y de suave movimiento que nos retrotrae a la visión de un mar en calma. Todo en el diseño interior está pensado para transmitir sensaciones y contar su historia: maderas texturizadas, textiles gruesos y una paleta de color intensa y profunda dentro de la gama de los azules océano, piedras, calderas y blancos rotos.









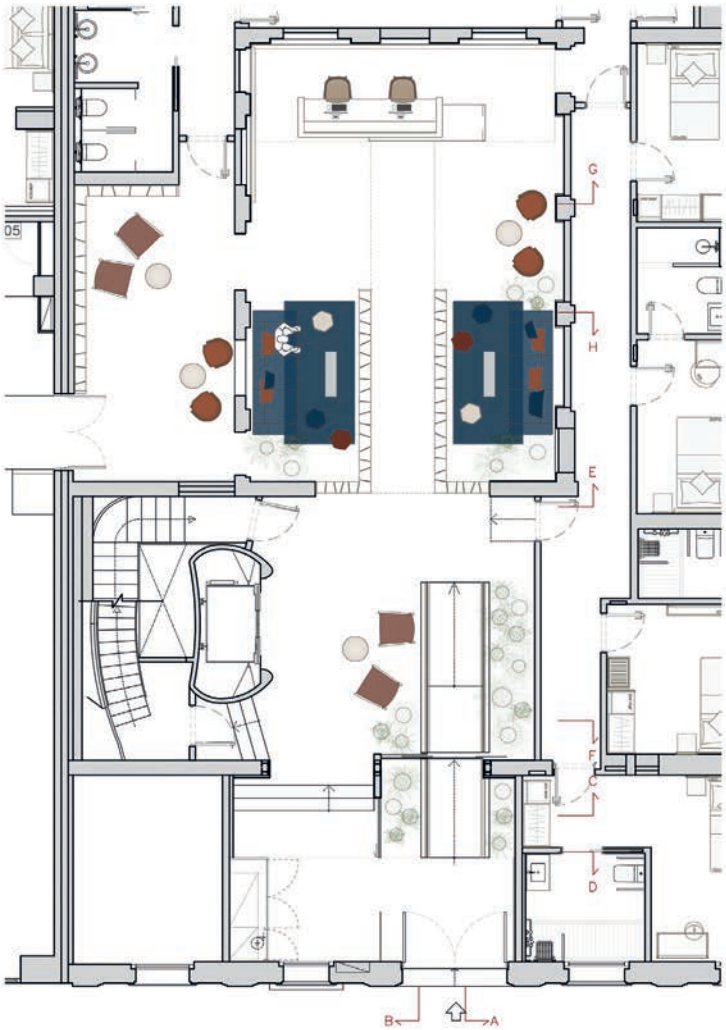


Exquisitas maderas

En el proyecto ha intervenido con un trabajo de carpintería interior y mobiliario a medida Carré. Uno de los elementos más destacados del proyecto es la exquisita selección de una madera con acabado personalizado, desarrollada específicamente para este hotel. En este punto, DYD interiorismo buscaba un acabado, cálido y sofisticado. Un elemento que se convierte en hilo conductor del interiorismo, presente en revestimientos, puertas, armarios, cabeceros y otras piezas de mobiliario. La coherencia estética y material permite dotar al conjunto de una continuidad visual sutil, que refuerza la identidad del espacio sin caer en la uniformidad. Por otro lado, cada habitación es única y, de esta manera, debe ser su equipamiento. Así, se ha instalado un mobiliario adaptado a las proporciones, uso y estilo de cada tipología de estancia.

En el atrio central, el corazón del hotel, se ha proyectado una estructura de madera laminada que soporta el techo y paneles acústicos de roble que recubren las paredes. Este espacio simboliza la unión entre tradición e innovación. La luz natural, combinada con el uso estratégico de la madera, crea un ambiente tranquilo que fomenta el bienestar y la productividad.●

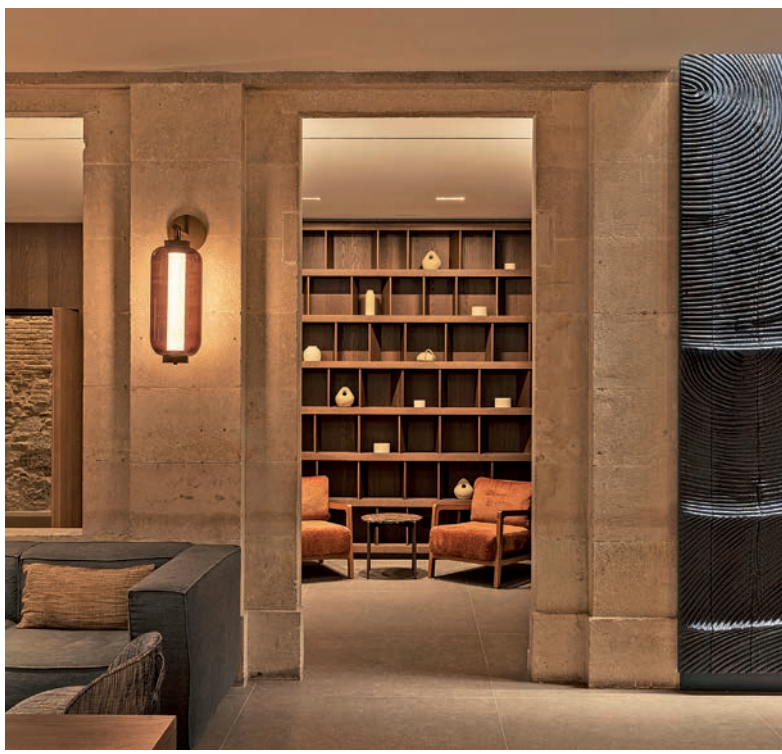






FICHA TÉCNICA

Estudio de Interiorismo: DyD Interiorismo
Directora de proyecto: Chelo Alcañiz
Estudio de arquitectura: Sanros Arquitectura
Arquitecto: Antonio Sanson
Director de ejecución: Oriol Escola
Equipo de ingeniería: Grupidea
Ingeniero: Rubén Balcells
***Ligthing designer*:** Autentico Lighting Consultants
Directora de proyecto lumínico: Gisela Stieger
Pavimentos habitaciones: Porcelanosa
Moquetas y alfombras: Cotlin
Pavimento madera natural: Winco
Pavimentos cerámicos: Jodul
Revestimiento de papel vinílico: Arte
Revestimiento de mortero a la cal y pinturas: Pintura i Estuc
Telas de todo el proyecto: Grupo Lamadrid
Fabricación de mobiliario *ad hoc* y diseñado especial para el proyecto: Carré
Mobiliario tapizado especial: Atelier de Miki Beumala
Mobiliario de catálogo: Pedrali y Casual
Lámparas de recepción: Brokis
Lámparas habitaciones: Aromas del Campo
Constructora: Oprosa



HOTEL MEDINACELI *Plaza del Duc de Medinaceli, 8 · 08002 Barcelona · Tel.: 934 817 725 · www.hotelmedinaceli.com*

HIP Horeca Professional Expo

HOSPITALITY INNOVATION PLANET

10 YEAR ANNIVERSARY



NEXT LEVEL UNLOCKED

16-18.02.2026 | IFEMA MADRID

HIP, LA GRAN CITA EUROPEA DE INNOVACIÓN Y TENDENCIAS HORECA

+60.000 Empresarios y directivos

79% Decisores de compra

+900 Firmas expositoras

10 Auditorios

+700 Expertos

- DIGITAL WORLD
- DESIGN & EXPERIENCE
- SMART KITCHENS & EQUIPMENT
- STEAKHOUSE CHULETÓN BURGER & CO
- DEPENDENCIA Y SANIDAD
- AUTOMATED FOODSERVICE
- Coffee, Bakery & Gelato
- Foodservice Solutions
- Brands SELECTED
- Wine & Spirits HORECA
- HEALTH & SAFETY
- NEW CONCEPTS & FRANCHISES
- DELIVERY & FOOD AS A SERVICE
- HORECA WINE & SPIRITS

MÁS INFO PARA EXPONER:
EXHIBIT@EXPOHIP.COM T.919 551 551

ORGANIZADOR POR: NEBEXT
NEXT› BUSINESS EXHIBITIONS

CAPO

La elegancia italiana de principios del siglo XX

El nuevo restaurante Capo, diseñado por 4Cadires Interiorismo, parte de la reinterpretación del imaginario de los capos italianos de principios del siglo XX a través de una visión contemporánea y funcional.

Fotografías: Lilia Sultanova




Damm Lemon
TURIA
ESTRELLA



El nombre del restaurante actúa como punto de partida conceptual. Capo presenta una oferta culinaria inspirada en la gastronomía más autentica italiana, en métodos tradicionales y materias primas de primera calidad. Para este proyecto, el estudio 4Cadires Interiorismo se inspira en la estética italiana de principios del siglo XX trasladada al contexto actual del contract, especialmente en la sobriedad de clubes y salones italianos de esa época en la que los capos mostraban su prosperidad y poder mediante interiores cuidados y elegantes.

Los materiales seleccionados para este proyecto combinan madera de roble, terciopelo verde, lino y algodón, con molduras decorativas y papeles pintados fonoabsorbentes que mejoran el confort acústico e incorporan textura y profundidad.

Distribución

Este local, que cuenta con 165 m^2 divididos en dos plantas, se ha organizado para garantizar una operativa fluida y eficiente.

La planta inferior se ha destinado íntegramente a cocina, almacén y cámaras de refrigeración, concentrando las áreas técnicas y liberando la planta principal para la experiencia del cliente.

En la planta superior, el espacio se ha dividido atendiendo tanto a la operativa del servicio como al confort del comensal, maximizando el número de plazas disponibles sin comprometer la comodidad ni la fluidez del trabajo del personal. La planta integra bancos corridos, bancadas redondeadas y sofás individuales que generan divisiones naturales en el espacio, aportando intimidad y orden visual.

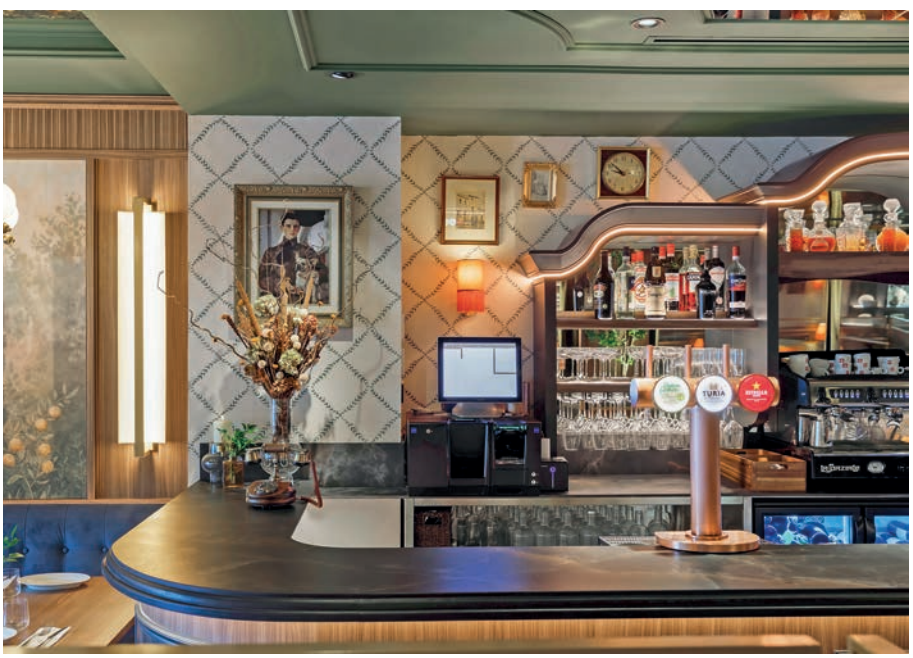












La cocina se concibe como núcleo operativo, con acceso directo a sala a través de la barra y mediante un gran pasaplatos que permite la visibilidad del equipo de cocina mientras trabaja, reforzando la conexión entre ambos ámbitos.

Para la zona de barra se pensó en un mueble trasbarra que funcionara como centro visual de la sala. Para ello se ha diseñado un mueble a medida inspirado en las grandes librerías italianas. La estructura, de líneas clásicas reinterpretadas, incorpora iluminación LED en su parte superior, aportando un acento contemporáneo con un tono vivo y coherente con la paleta cromática general del proyecto.

El techo del local presentaba jácenas, pasos de instalaciones y alturas dispares que fragmentaban y ensuciaban la lectura del plano superior. Para solucionar este inconveniente, se ha recurrido a hornacinas que ordenan el techo, a la vez que se han integrado paneles



fonoabsorbentes tapizados con tejidos de motivos inspirados en los bosques toscanos y en tonos de la gama cromática utilizada en el proyecto.
Además, debido al paso de instalaciones y la existencia de vigas estructurales, la altura del techo es desigual en todo el local. Precisamente en la zona de la barra, a la que se quería dar especial importancia, era muy baja, por lo que para minimizar su impacto en el conjunto se ha recurrido a la utilización de espejo en el techo enmarcado en molduras, generando una sensación de mayor altura y continuidad visual.

El protagonismo de la iluminación

La iluminación constituye uno de los pilares del proyecto. Las lámparas decorativas, diseñadas y fabricadas a medida para Capo, aportan escala, presencia y coherencia con el lenguaje general del espacio. Se combinan con una iluminación técnica de acento cuidadosamente estudiada que define planos, enfatiza materiales y evita la luz plana. El estudio destinó una parte importante del presupuesto a esta partida, al entender la luz como un elemento arquitectónico y expresivo clave en la definición de la atmósfera.
Por otro lado, los revestimientos fonoabsorbentes y los tejidos naturales permiten contener el tiempo de reverberación y mejorar la inteligibilidad de la conversación, manteniendo coherencia formal con el lenguaje del proyecto.●



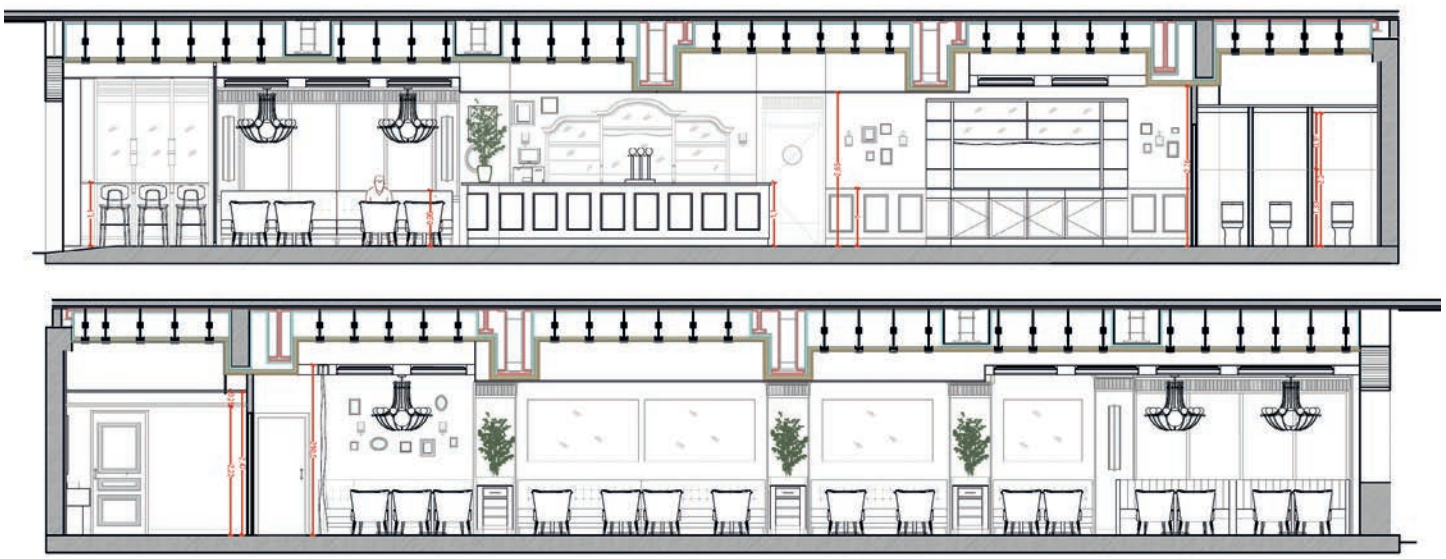


FICHA TÉCNICA

Estudio de interiorismo: 4Cadires Interiorismo
Iluminación técnica: SBD iluminación
Pavimentos y revestimientos cerámicos: Vives Cerámica
Sanitarios: Roca
Papeles pintados: Casamance/Coordonné
Telas: Coordonné/CJM
Lámparas decorativas: 4Cadires



RESTAURANTE CAPO
Plaça Pau Casals, 3. 08402 Granollers (Barcelona).
Tel.: 931 158 157.
https://capo-italiano.com





Longevidad singular

Viñas del Vero Clarión nace de una selección de las mejores uvas blancas procedentes de los mejores viñedos de la bodega del Somontano. El resultado es un vino de selección con una longevidad singular, de color amarillo verdoso y una expresión aromática compleja, donde se combinan notas florales, frutales y especiadas.



Homenaje al 'terroir' de *La Horra*

Dominio de Elbio es una nueva referencia de alta gama que toma su nombre de la finca donde nace, enclavada en el renombrado "triángulo mágico" de La Horra, Anguix y Roa, en la provincia de Burgos. Este Ribera del Duero de producción limitada y respaldado por la histórica bodega Chivite ofrece una experiencia marcada por la elegancia y la profundidad.

Personalidad única

Claror Paratge Qualificat Can Prats Brut Nature 2016 es un cava biodinámico con una personalidad única. En nariz destacan notas de manzana, almendra tostada y sutiles matices minerales que aportan complejidad. En boca es delicado, elegante y envolvente, con buena acidez, cuerpo equilibrado y un final largo y persistente. Un cava muy gastronómico.





ELEGANTE Y SOFISTICADO

Código 1530 Reposado es un tequila de lujo artesanal que destaca por su elegancia y sofisticación. Gracias a su envejecimiento de seis meses en barricas de vino *cabernet*, cada sorbo de Código 1530 Reposado ofrece una experiencia sensorial equilibrada. Sus notas finales convierten cada brindis en un momento especial, ideal para cenas, celebraciones o encuentros donde se busca un toque exclusivo y memorable.



Un RIOJA que conquista

Milflores Tinto, un Rioja joven de PS. Wine Innovation, conquista por su carácter ligero y amable. Su color cereza brillante anticipa lo que viene: aromas de frutos rojos como la cereza y la frambuesa, con un delicado toque herbal que le aporta frescura. En boca es suave y goloso, fácil de beber, de esos tintos que no abruman y que apetece volver a servir.



Múltiples creaciones con una sola base

Unilever Food Solutions presenta "Una base, muchos postres, ninguna complicación", una propuesta pensada para dar respuesta a uno de los grandes desafíos del chef: cómo mantener una oferta de postres atractiva sin aumentar la carga de trabajo ni el coste por ración. Se trata de una solución práctica y rentable basada en la Mousse de Chocolate Carte D'Or Professional, que permite elaborar múltiples creaciones con una sola base. Desde una *mousse* clásica hasta un semifrío, un cremoso o una crema helada, los chefs pueden ampliar su oferta dulce con una operativa más ágil y estandarizada.

Crispins

DISFRUTA CON TODOS LOS SENTIDOS DE LA EXPERIENCIA CRISPINS

LET'S Chocolaat
ZenTea Premium Tea & Infusions
MyGelatto
Moonshakes FRAPPES & SHAKES
Slushy
Horchata
Galletas y Chocolatinas

Todo un mundo de chocolate
Gran variedad de tés fríos y calientes
Helado soft listo para usar
Ámplia gama de sabores
Excepcional gama de granizados
Refresco natural a base de chufa
Gran surtido de productos de cortesía

www.crispins.es 93 762 49 29 08490 Tordera (Barcelona)

Entrevista: Manuel Bueno, director de HIP



“Un 79 % de los asistentes a HIP cuenta con capacidades reales de decisión en sus empresas”

HIP es el mayor evento de innovación para profesionales de la hostelería y la restauración que reúne cada año en Madrid las últimas soluciones, tendencias y modelos de negocio para mejorar la competitividad, además del congreso Hospitality 4.0 Congress en el que más de 700 ponentes debatirán sobre las innovaciones para hoteles, restaurantes, bares, colectividades, *delivery/take away* y servicios al viajero. En esta entrevista, su director, Manuel Bueno, avanza que se podrá ver en la edición de 2026.

Por Isabel Fernández

–¿Cuál es el valor diferencial de HIP?

–HIP–Horeca Profesional Expo es un evento profesional único que fue ideado para impulsar la competitividad de la hostelería a partir de la innovación. Para ello, hemos creado el mayor congreso mundial del sector, el Hospitality 4.0 Congress, donde anticipamos tendencias y abordamos los principales retos ofreciendo las herramientas con los que lidiarlos. Paralelamente, albergamos una zona expositiva en la que se presentan los últimos desarrollos del mercado y que se ha convertido en la mayor feria en Europa de soluciones horeca. Asimismo, organizamos una detallada agenda actividades de *networking* donde se estimula la creación de sinergias. Gracias a este formato, HIP se ha convertido en un encuentro único a nivel comunitario en el que los profesionales, empresarios y directivos hosteleros se inspiran, aprenden y descubren las estrategias y conceptos con los que mejorar sus negocios.

–¿Cómo se ha estructurado HIP 2026? ¿Qué expectativas tenéis con esta edición?

–HIP 2026 seguirá articulándose en torno a su congreso, zona expositiva y una completa agenda de actividades de *networking*. Sin embargo, tendrá novedades que marcarán esta edición. Una de ellas es la incorporación en el *showroom* de tres áreas de innovación, que se suman a las once con las que contábamos, y que reflejan el crecimiento de la industria y del evento. Se tratan de Selected Brands, en la que estarán las marcas líderes de alimentación y bebidas *premium*; Steakhouse, dedicada a las empresas cárnicas, los chuletones y hamburguesas; y Coffee, Bakery & Gelato, donde se expondrán los avances del ámbito del café, panadero y heladero. En total, serán cuatro pabellones de IFEMA Madrid que, del 16 al 18 de febrero, acogerán a más de 900 firmas expositoras y a más de 60.000 profesionales del sector, que acudirán para encontrar a su socio y descubrir conceptos a partir del conocimiento compartido.





–¿En qué va a destacar el Hospitality 4.0 Congress en esta edición?

–En esta edición, en el Hospitality 4.0 Congress hemos incluido y redefinido foros para ajustarnos a la realidad de la industria. Este es el caso de Hospitality Management, en el que se analizarán las claves para gestionar los negocios hosteleros, teniendo también en cuenta la visión de los responsables de alojamientos; y el Global CEOs Summit, en el que se compartirán las perspectivas que tienen los líderes de firmas hosteleras internacionales. Asimismo, hemos incorporado los *summits* Eatertainment & Leisure, en el que indagaremos en la creación de experiencias 360 para fomentar la diferenciación; el New Horeca Unicorns, donde empresas emergentes con alto potencial expondrán sus modelos; y Sin Filtro y PastryRevolution, con Montagud Editores, que reflexionarán sobre la evolución de la alta gastronomía y repostería. Precisamente, el ámbito dulce será también el telón de fondo del foro Coffee, Bakery & Gelato, que este año realizaremos de la mano de la prestigiosa escuela Hofmann, y en el que se profundizará en el desarrollo del segmento desde el punto de vista del *marketing*, innovación o como nuevo modelo de negocio.

–Uno de los elementos nuevos de este año es el primer Summit de Compras Hospitality. ¿En qué va a consistir?

–Sí, en el congreso de HIP 2026 albergaremos por primera vez el Summit de Compras Hospitality, en colaboración con AERCE, donde líderes de grandes firmas hoteleras como Palladium, Meliá, RIU, Marriot, Hilton o ABBA ahondarán en el papel y retos de los directivos que se encargan del suministro en los alojamientos. Al detalle, entre algunos de los temas que se tratarán se incluyen el impacto de la geopolítica en la cadena de valor, la evolución tecnológica y los efectos de la IA en los procesos de compras, el desafío de cumplir con los criterios ESG o el desarrollo del talento. En las sesiones de este foro se proporcionarán soluciones innovadoras, prácticas y fácilmente aplicables, que contribuirán a mejorar la eficiencia, resiliencia y competitividad de las firmas hosteleras.

Expositores y visitantes

–¿De qué manera las firmas expositoras pueden posicionar su marca y aumentar sus ventas gracias a su presencia en el salón?

–Exponer en HIP significa estar en un gran escaparate en el que te pueden conocer miles de profesionales a los que ayudar en el impulso de su negocio o área operativa. En este sentido, es importante destacar que un 79 % de los asistentes a la feria cuenta con capacidades reales de decisión en sus empresas. Por lo tanto, participar en el encuentro resulta estar en el centro del sector, generando oportu-



nidades directas de negocio, aumentando la visibilidad de la marca y estableciendo relaciones de confianza con clientes potenciales que pueden traducirse en ventas efectivas y colaboraciones a largo plazo.Como hemos apuntado, en esta décima edición reuniremos a más de 60.000 hosteleros dispuestos a descubrir las últimas soluciones, productos y herramientas del mercado. Por lo tanto, acudir a HIP es dar un paso más allá y situarse en el epicentro de innovación donde se crea una nueva hostelería más optimizada, experiencial, sostenible y digitalizada.

–HIP atrae a distintos profesionales de todos los segmentos de la hostelería. ¿Cuáles son?

–HIP congrega a profesionales de todos los segmentos de la hostelería porque nuestro objetivo es ofrecer un punto de encuentro donde cada actor del sector pueda encontrar soluciones, conocimiento y oportunidades de negocio. Entre los asistentes se encuentran desde fundadores y CEO's de compañías horeca, responsables de operaciones y de compras, hasta chefs ejecutivos, directores de F&B, responsables de *marketing* y tecnología, así como proveedores de equipamiento, servicios y soluciones innovadoras para la hostelería. También contamos con la participación de consultores, inversores y emprendedores que buscan conocer las últimas tendencias y conectar con sus potenciales



EL OBJETIVO DE HIP ES IMPULSAR LA COMPETITIVIDAD DE LA HOSTELERÍA A PARTIR DE LA INNOVACIÓN

socios. En definitiva, HIP reúne a todos los perfiles que hacen que la industria hostelera avance de forma competitiva y sostenible.

–Desde su conocimiento y experiencia, ¿qué tendencias marcarán la hostelería en 2026 y hacia dónde se encamina el sector?

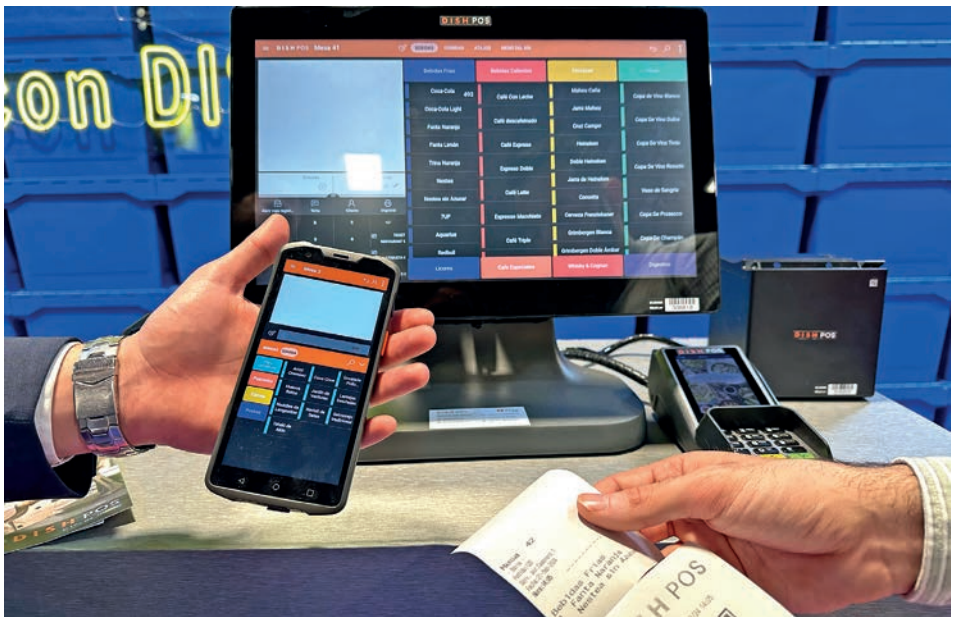
–El sector se encamina hacia la gestión estratégica como clave para lidiar con los principales retos a los que se enfrenta: el incremento de los costes, la optimización del gasto de los consumidores y la alta competencia. Al respecto, la innovación en esta administración de los negocios y equipos es lo que seguirá marcando la senda de la hostelería en los próximos meses, asegurando el mantenimiento de los márgenes e incluso aumentándolos. Otro eje fundamental es la diferenciación: en un mercado saturado, en el que está irrumpiendo la gran distribución en la restauración, conseguir que el cliente nos elija pasa por disponer de modelos de negocio con valor añadido y ofrecer experiencias únicas. En este último aspecto, la experiencia tiene que ser integral cuidando todos los detalles, desde el servicio y la sala, hasta la tecnología, el menaje y la propuesta gastronómica. La combinación de rigor operativo y de la construcción de marcas distintas definirá la pauta del sector en 2026, consolidando negocios más robustos, rentables y alineados con las expectativas de un consumidor cada vez más exigente.●

MAKRO

Facilita la transformación digital de bares y restaurantes

Actualmente, más de 22.000 hosteleros emplean alguna de las herramientas Dish de Makro, que tienen como objetivo facilitar la transformación digital de bares y restaurantes, impulsando su crecimiento y mejorando su rentabilidad.







El número de hosteleros a los que Makro ha ayudado en su proceso de digitalización ha crecido un 22 % con respecto al anterior ejercicio fiscal 2023/2024. En la actualidad, más de 22.500 hosteleros en España emplean alguna de las soluciones digitales Dish de Makro para la gestión de sus negocios, mejora de la experiencia de cliente o visibilidad *on line*.

En 2015, Makro lanzó sus primeras soluciones digitales Dish. El objetivo era ofrecer a los hosteleros herramientas, específicamente diseñadas para ellos, que les facilitasen los procesos del día a día como la gestión, pagos, visibilidad *on line* y pedidos. En 2021, tras la pandemia, un momento que puso de manifiesto la necesidad de que los negocios hosteleros tuvieran presencia *on line* o contasen con herramientas de pedidos, Makro creó una Fuerza de Ventas específica para esta línea de negocio, formada por gestores digitales que escuchan y asesoran a los hosteleros en el proceso de digitalización de sus negocios en base a sus necesidades.

Entre todas las herramientas digitales de Makro, destaca especialmente la acogida de Dish Reservation. Esta solución, que ayuda a los hosteleros a gestionar sus mesas y reservas todos los días y en cualquier momento del año, sin cobro de comisiones, registró un crecimiento exponencial de usuarios en los últimos años, pasando de poco más de 100 en 2021 a casi 1.900 en 2025. Los hosteleros destacan cómo les permite captar más clientes a cualquier hora, optimizar la capacidad del restaurante o liberar al equipo de tareas gracias a la incorporación de SMS automáticos de confirmación, recordatorio y agradecimiento de reservas.

Por otro lado, Dish POS es la última innovación en la cartera de soluciones digitales de Makro lanzada en febrero de 2024. Se trata de un sistema inteligente de TPV en la nube que ofrece una plataforma multifuncional para gestionar y optimizar procesos operativos, ya sean *on line* o en sala, hasta las transacciones de pago. Desde el ejercicio fiscal 2023/2024 de la compañía, el número de hosteleros que la han adoptado Dish POS de Makro en su negocio ha crecido un 300 %, pasando de unos 300 usuarios a superar los 1.300. Su principal ventaja es que el servicio sigue operativo incluso si el sistema está sin conexión, ya que incluye un servidor que mantiene el TPV conectado hasta 30 días.

Dish POS no solo destaca por su funcionalidad y adaptabilidad, sino que también es una solución homologada para garantizar el cumplimiento de la normativa Veri*Factu, que será obligatoria para todos los bares y restaurantes a partir del 1 de enero de 2027. Esta certificación asegura que los negocios hosteleros operen conforme a la Ley Antifraude, evitando sanciones y ofreciendo una gestión transparente y segura de todas las transacciones.

Otras herramientas desarrolladas por Makro y que forman parte de las soluciones digitales Dish son Dish Website, que permite crear páginas web profesionales y aumentar el tráfico de clientes a través de los servicios de búsqueda de Google y Google Maps; Dish Order, que permite integrar la gestión de pedidos *take away* o *food delivery* en la web o RR. SS. de los negocios sin intermediarios o Dish Weblisting, que ayuda a crear el perfil de un negocio en Google y a mantener en todo momento la información actualizada para que los clientes encuentren sin problema el establecimiento en el buscador.●

Makro **www.makro.es**

H&T 2026

Mirando al futuro

Entre los días 2 y 4 de febrero, H&T celebrará su vigésimo octava edición, haciendo especial hincapié en la digitalización y la sostenibilidad de la industria. El evento refuerza su posicionamiento como uno de los encuentros sectoriales más importantes del ámbito nacional, aportando a la industria oportunidades comerciales de primer nivel.







Este año H&T, Salón de Innovación en Hostelería, ocupará tres pabellones del Palacio de Ferias y Congresos de Málaga –FYCMA–, donde se presentarán las últimas soluciones en equipamiento, servicios y alimentación, en relación con los sectores hostelero, hotelero y turístico, en continuo desarrollo y evolución. El encuentro acogerá desde firmas líderes en estos ámbitos hasta una selección exclusiva de productos *gourmet*, denominaciones de origen y marcas promocionales territoriales.

H&T ofrece a las firmas de equipamiento y servicios la oportunidad de posicionarse como referentes, estableciendo contacto directo con su público objetivo y con los principales tomadores de decisiones. En la edición de 2025 el salón contó con la participación de 600 empresas y entidades, así como con más de 19.000 visitantes profesionales y 17 países. El porcentaje de profe-



VI FORO NACIONAL DE HOSTELERÍA

La clausura del VI Foro Nacional de Hostelería, que tendrá lugar el próximo 3 de febrero en el Main Stage, contará como ponente con Toño Pérez, chef con tres estrellas Michelin y propietario de Atrio (Cáceres), con una conferencia magistral titulada "Cambiando el mundo desde la gastronomía". La cocina de Toño Pérez, chef artístico y creativo, combina sensibilidad y rigor con sabores propios de Extremadura, su tierra natal.





sionales que cerró una compra o acuerdo comercial gira en torno al 60 %, y el 78 % de los participantes valora la generación de contactos como excelente o muy buena.

Agenda gastronómica

H&T albergará un amplio programa de foros y actividades dirigidas a profesionales. La agenda gastronómica incluye espacios como el Main Stage, donde expertos de renombre internacional compartirán las últimas tendencias, investigaciones y soluciones para la industria; el Kitchen Lab, que contará con la participación de chefs de referencia y dará a conocer desde técnicas de vanguardia hasta novedades culinarias, y el Aula Makro.

Este año en el Main Stage se explorarán, a través de un amplio ciclo de conferencias, la IA, la digitalización y la experiencia del cliente, el emprendimiento, la gestión y la captación de talento, además de la sostenibilidad aplicada a los sectores hostelero, hotelero y turístico. Unas temáticas alineadas con Andalucía Nexus, el Hub de Innovación Tecnológica para el Turismo de la Junta de Andalucía.

Por su parte, en el Kitchen Lab se presentarán en directo técnicas culinarias de vanguardia y las creaciones gastronómicas más innovadoras. Entre los chefs participantes –todos ellos galardonados con estrellas Michelin–, se encuentran cocineros como Benito Gómez, propietario del restaurante Bardal en Roda, que ofrece una experiencia culinaria innovadora y de autor, basada en productos locales y de temporada; Hugo Muñoz, al frente de Ugo Chan (Madrid), restaurante especializado en cocina japonesa y *omakase*, y Víctor Gutiérrez, que dirige el único restaurante peruano con estrella Michelin de España, Víctor Gutiérrez (Salamanca), en el que la cocina tradicional del país amazónico se combina con influencias contemporáneas y productos castellanos.

Además, en este espacio tendrá lugar una nueva edición del Concurso Provincial Cocina Joven Chef Sabor a Málaga.●

VII EDICIÓN DE LOS H&T AWARDS

El Main Stage será también el espacio en el que tendrá lugar la celebración de la VII edición de los H&T Awards, una iniciativa orientada a reconocer el talento, la innovación y las soluciones más disruptivas dentro del canal horeca, la industria turística, el equipamiento, los servicios y la gastronomía. Creados tanto para grandes empresas, pymes, micropymes, emprendedores, *starts ups* como para *spin offs*, estos galardones ofrecen visibilidad sectorial, acceso a la feria y un premio en metálico para los proyectos ganadores.

Sala de catas

Los amantes del vino podrán disfrutar en H&T de una completa programación de catas y conferencias que recorrerán los territorios vitivinícolas más emblemáticos de España y Europa, de la mano de grandes expertos y bodegueros en la Sala de Catas, un espacio exclusivo dedicado a vino y la enología. Estas jornadas ofrecerán a profesionales y aficionados una oportunidad única de acercarse a la riqueza y diversidad del mundo del vino y la cerveza.

La programación abrirá con la Cata Final de los Premios H&T 2026, una actividad a puerta cerrada en la que el *restaurant manager* y *head sommelier* del restaurante Esperit Roca, Carles Aymerich; el *brand ambassador* de Aguirrebeña Compañía Vitivinícola, Antonio Carlos Miñán; el presidente honorífico de la Asociación de Sumilleres de Madrid, Custodio López Zamarra; el CEO de Seiton Business Consulting, Juan Miguel Rubio, y el presidente de la Unión de Asociaciones Españolas de Sumilleres (UAES), Rafael Bellido, se reunirán para evaluar los mejores vinos del certamen.

En paralelo, arrancará un itinerario enológico en el que los asistentes podrán profundizar, entre otras temáticas, en las denominaciones de origen históricas, los tipos de uva, la capacidad de guarda, los grandes reservas, la expresión del *terroir*, la elaboración de espumosos, las variedades de cerveza y la tradición de las denominaciones históricas.



HOTEL TORRE DEL MARQUÉS (EDRA ARQUITECTURA KM 0)

DISEÑAR EL LOBBY

El rostro de un hotel

Como si de un expresivo rostro se tratara, el *lobby* va a aportar mucha información del hotel en el que se integra. De hecho, de este espacio extraerán los huéspedes sus primeras impresiones, y para que estas sean lo más positivas posible, no solo debe resultar atractivo y funcional, sino que, además, es necesario que refleje claramente la identidad del hotel. *Por Pilar Ansola*

Cuando un huésped atraviesa la entrada principal de un hotel, le recibe el *lobby*, un espacio cuyo planteamiento actual va mucho más allá de lo que es una zona de paso o una simple recepción. En los últimos años, su diseño, así como su función, han experimentado un cambio notable, convirtiéndose en un punto de encuentro lleno de vida y de marcada personalidad.

Ante todo, el *lobby* debe ser capaz de reflejar la imagen del hotel para que el cliente tenga claro, desde el primer momento, a qué tipo de hospedaje está accediendo. Es imprescindible, asimismo, que los huéspedes se sientan bienvenidos, ya que proporcionarles una experiencia memorable generará en ellos satisfacción y futura fidelidad.
Los hoteleros son conscientes de esta realidad en evolución, y se afanan por mantener al día y cuidar con meticulosa precisión esta zona tan destacada.

Como en casa

En el *lobby* convergen estética, funcionalidad y la experiencia sensorial del usuario. Un diseño bien logrado de esta zona, tal y como ya se ha comentado, transmitirá la identidad del hotel y generará una conexión inmediata con el huésped, sea cual sea el tipo de centro del que se trate.
Al respecto, Loli Moroño, directora creativa de PF1 Interiorismo Contract, destaca que el *lobby* "debe ser capaz de contar la historia del hotel, a través de unos tonos, texturas y ele-



BLESS HOTEL MADRID (ALEJANDRA POMBO DESIGN STUDIO)

HOTEL MEDITERRANEAN PALACE (REQUENA Y PLAZA)



mentos decorativos que conecten emocionalmente con los visitantes. Es fundamental que tenga impronta propia y coherencia con la marca, ofreciendo confort y accesibilidad a todos los huéspedes".

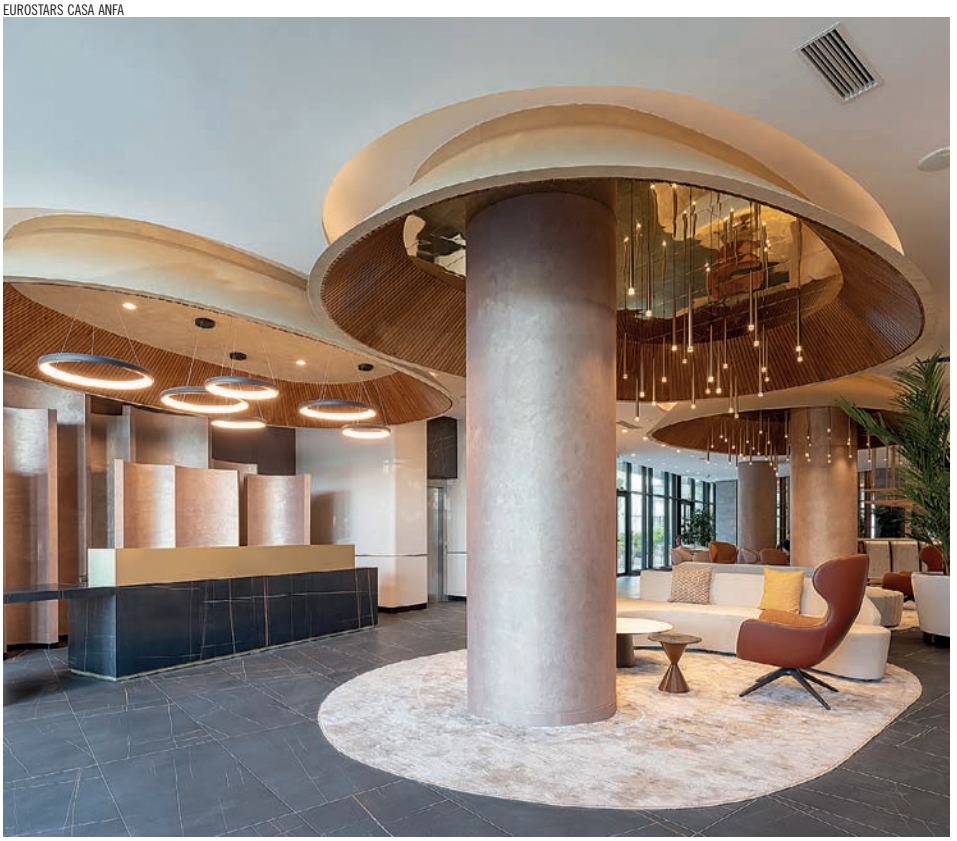
En la misma línea, Emilio Carmona, del Departamento de Proyectos de 4Cadires, describe el *lobby* como "un espacio que funciona como carta de presentación real del hotel, y que la voluntad de los hoteleros es que quienes accedan a dicho espacio entiendan el lugar al instante y se sientan acogidos".

Alejandra Pombo, CEO de Alejandra Pombo Design Studio, también incide en que "la primera toma de contacto con el *lobby* debe comunicar claramente la personalidad del establecimiento: si es más dinámico o estático, más lujoso o más accesible".

Por su parte, Àngels Castellarnau, arquitecta, fundadora y CEO de Edra Arquitectura Km0, incide en el hecho de que "la demanda más



EUROSTARS CASA ANFA



ILUMINACIÓN ACOGEDORA

Para conseguir un ambiente acogedor y atractivo en el *lobby*, es necesario tratar con precisión la iluminación del espacio. Hay que tener en cuenta que las luces suaves y bien distribuidas lo aumentan visualmente y aportan confortabilidad. Además, elementos como lámparas de pie y candelabros pueden añadir cierto toque de sofisticación y elegancia.

El color y la fuerza de la luz son también elecciones cruciales, pues lograrán el equilibrio entre tono e intensidad. El color y la calidez de la luz blanca se clasifican en la escala Kelvin: cuanto más cálido es el color, más baja es su temperatura. La elección de la temperatura y la intensidad adecuadas para el *lobby* depende de la atmósfera que se desee crear.

La iluminación blanca extremadamente brillante permite apreciar hasta el último detalle, pero resulta fría en exceso, incluso hostil, como propia de un quirófano. Lo aconsejable es que el *lobby* del hotel emplee una iluminación ambiental suave y cálida, de entre 2.700 y 3.000 grados Kelvin, que sea más amarilla que blanca o azul.

Hay que considerar, no obstante, que como cada vez se presta más atención a la relación entre el interior y el exterior del hotel, las construcciones modernas y las rehabilitaciones favorecen la entrada de luz natural, que durante el día deberá combinarse, en algunos puntos, con la iluminación artificial.

común es la de crear un lugar que funcione como punto de acogida, área social y zona de trabajo al mismo tiempo, manteniendo en todo momento una identidad clara y coherente con el proyecto hotelero".

A la necesidad de reflejar el ADN del hotel, Xavier Martinell, director de Luzio Studio, añade "considerar matices que anclen el hotel a su entorno y, al mismo tiempo, destaca que incluso las grandes cadenas "aspiran a conseguir una atmósfera más de tipo *boutique*: que el huésped sienta que llega a su casa, no a un *lobby* corporativo impersonal".

Hay hoteles que buscan ofrecer una experiencia impactante, en los que el diseño no se limita simplemente a lo visual. En estos, cada detalle debe invitar al cliente a quedarse, a explorar e incluso a compartir en redes sociales. El *lobby* se concibe entonces como un escenario perfecto para generar recuerdos.

DISEÑAR EL LOBBY

HOTEL PULITZER PARÍS (LUZIO STUDIO)



BARCELÓ FÈS MEDINA



Cuestión de emociones

El *lobby*, tal y como destaca Juan Luis Requena, socio fundador de Requena y Plaza, "se ha convertido en un elemento central de la experiencia del cliente que, a través de la originalidad y la diferenciación, ha pasado a ser un espacio destinado a atraer potenciales clientes externos". Y en ello ha tenido mucho que ver la paulatina incorporación de cafeterías y restaurantes, áreas de descanso informales e, incluso, zonas de trabajo y reuniones.

Entre las grandes prioridades en el diseño de un *lobby* ocupa un lugar destacado la necesidad de equilibrar funcionalidad y emoción. Este requisito irrenunciable obliga, según Emilio Cardona, de 4Cadires, a "resolver flujos, acústica, iluminación y ergonomía sin que reste personalidad al conjunto". Cardona cree también que "el *lobby* debe resultar práctico para el equipo del hotel, pero también inspirador para el huésped. El reto consiste en que ambas cosas convivan sin que una devore a la otra".

Por su parte, Xavier Martinell, de Luzio Studio, considera que las obras llevadas a cabo deben ejecutarse de forma fiel al proyecto, "respetando tanto el presupuesto como los plazos pactados por la propiedad hotelera. También es esencial cumplir las directrices estéticas y funcionales de la cadena, adaptándolas cuidadosamente a la realidad del edificio y a su ubicación para lograr una implantación coherente".



LAS ZONAS DE UN *LOBBY*

Los *lobbies* actuales albergan diferentes áreas, que se introducen en el espacio de forma natural y con fluidez, pero que se perciben adecuadas para diferentes usos. Entre las más habituales podemos destacar las siguientes:

- **ZONA DE BAR:** el bar del *lobby* puede llegar a convertirse en el corazón del hotel, un lugar que atrae tanto a huéspedes como a visitantes externos. Aquí se podrá disfrutar tanto de cafés matinales, como de aperitivos al mediodía o cócteles nocturnos.

- **ZONA DE TRABAJO:** un espacio imprescindible para aquellos viajeros cuyos trabajos les exigen una continua conexión. Debe estar equipado con tomas de corriente, mesas compartidas, mobiliario ergonómico... Su disposición permitirá la concentración y la privacidad, sin aislar en exceso.

- **ZONAS DE DESCANSO:** nada como un *lounge* para recuperar fuerzas. Estas zonas estarán equipadas con sofás cómodos, y en su decoración predominarán la iluminación cálida, texturas envolventes y suave música ambiental. Pueden incluir detalles como revistas, plantas y espacios verdes que mejoren el ambiente.

- **ESPACIOS CULTURALES:** áreas para exposiciones artísticas, música en vivo, degustaciones y todo tipo de eventos. Un escenario que conecta al hotel con el territorio del que forma parte.

- **ESPACIOS PARA LA SOCIALIZACIÓN:** los hoteles se comportan también como importantes puntos de encuentro, por lo que es esencial incluir áreas que faciliten la socialización. Estas zonas deben estar diseñadas de tal manera que resulten agradables y funcionales, con suficiente espacio para que los huéspedes se sientan cómodos e interactúen entre sí.

DISEÑAR EL LOBBY

BOUTIQUE HOTEL LUNA GRANADA CENTRO (REQUENA Y PLAZA)





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

Planificación estratégica

Diseñar el *lobby* de un hotel de manera adecuada, requiere, tal y como afirma Loli Moroño, de PF1 Interiorismo Contract, "una planificación estratégica, atención al detalle y flexibilidad, equilibrando estética, funcionalidad y confort".

La planificación es especialmente determinante en el caso de que se trate de una reforma, tal y como apunta Xavier Martinell, de Luzio Studio. Martinell explica que es imprescindible garantizar un acceso alternativo al hotel durante las obras y dividir el *lobby* en dos fases: "Primero, se interviene en una mitad, mientras que la otra continúa operativa; después se invierte el proceso hasta que al final se unifican ambas partes y se revela un nuevo espacio". Trabajar con un hotel en funcionamiento "exige una coordinación milimétrica, pues controlar ruidos, polvo y flujos de huéspedes requiere profesionalidad tanto del equipo de diseño y construcción como del propio establecimiento".

LETOH LETOH GRAN VÍA



LA TECNOLOGÍA, IMPRESCINDIBLE

La tecnología en el *lobby* ha pasado a convertirse en una necesidad irrenunciable. Elementos como pantallas interactivas, puntos de carga para dispositivos móviles y Wi Fi de alta velocidad son ya habituales, y junto a estos empiezan a incluirse sistemas de iluminación y temperatura que se ajustan automáticamente según cual sea el momento del día y el número de personas en el espacio.

Grandes retos

Construir el *lobby* de un hotel, tanto si se trata de una obra nueva o de una restauración implica superar toda una serie de desafíos, y el primero de ellos tiene que ver con el presupuesto. Alejandra Pombo, de Alejandra Pombo Design Studio, afirma que el presupuesto siempre marca unos límites claros: "Tenemos que ser muy estratégicos para que el proyecto cumpla expectativas sin excederlo". El otro gran determinante, según Pombo, es el tiempo, que obliga a "organizar fases y logística con precisión. La coordinación entre todos los equipos es clave para que todo encaje perfectamente".

Para Àngels Castellarnau, de Edra Arquitectura Km0, el reto más habitual es el de "coordinar a todos los agentes –propiedad, operadores, ingeniería, arquitectura e interiorismo–" bajo una visión común". Castellarnau cree que cuando esa alineación no se da desde el principio "aparecen modificaciones y reajustes que complican los plazos y presupuestos". La disponibilidad de materiales, sobre todo cuando se opta por soluciones locales o artesanales, "puede generar ajustes de calendario. La clave está en anticiparse y mantener un diálogo constante con todos los equipos".

A todo ello se suma, tal y como explica Loli Moroño, de PF1 Interiorismo Contract, "la necesidad de incluir numerosas instalaciones técnicas, que a menudo limitan la distribución y la selección de materiales. El *lobby* debe ser acogedor y confortable, y al mismo tiempo, capaz de gestionar en ocasiones grandes concentraciones de personas". Esta combinación de factores, según Moroño, "dificulta especialmente coordinar circulaciones, zonas de espera, áreas de disfrute y espacios de trabajo".

En muchos casos, las complicaciones, tal y como afirma Emilio Carmona, de 4Cadires, vienen de la mano de "condicionantes estructurales, como instalaciones que no se pueden mover y circulaciones impuestas", sin olvidar decisiones del hotelero que pueden cambiar con la obra ya avanzada, "y la eterna lucha con presupuestos que no acompañan a la ambición estética".

La solución en estos casos, según Juan Luis Requena, de Requena y Plaza, está en ser "flexibles, saber adaptarse y ofrecer soluciones ante las situaciones encontradas".

Otro desafío importante en nuestros tiempos al que apunta Àngels Castellarnau, de Edra Arquitectura Km0, es la incorporación de sistemas sostenibles o de bajo impacto ambiental, especialmente en proyectos de rehabilitación: "Compatibilizar las nuevas exigencias de eficiencia con estructuras preexistentes puede ser complejo, y exige una planificación precisa y flexible".

Distribución ideal

El *lobby* contemporáneo se concibe como una serie de espacios interconectados. Para Àngels Castellarnau, de Edra Arquitectura Km0, la clave radica en abrir la recepción y restarle jerarquía, contemplando zonas de trabajo informal, áreas de descanso, espacios para socializar y, en muchos casos, pequeñas propuestas gastronómicas integradas. Castellarnau cree que "la fragmentación y la mezcla de usos permiten

HOTEL PULITZER PARÍS (LUZIO STUDIO)



que el huésped encuentre su propio lugar dentro del hotel, sin rigideces".

En opinión de Xavier Martinell, de Luzio Studio, está desapareciendo el concepto de gran recepción monumental, dando paso a un salón de estar "cálido y cercano, que actúa como carta de presentación del hotel y marca el tono de la experiencia desde el primer paso". Para conseguir este objetivo, se incorpora un mobiliario de bienvenida "más doméstico, con butacas confortables y puntos de refrigerio".

Según Loli Moroño, de PF1 Interiorismo Contract, "el concepto de recepción y *check in/check out* histórico ha evolucionado mucho y, en la actualidad, encontramos numerosas opciones, que dependen, en gran medida, de la operativa del hotelero que lo va a gestionar. Este espacio puede organizarse a partir de un mostrador tradicional y amplio, o bien optar por pequeños mostradores individuales, escritorios sin barreras físicas o zonas de atención directa donde el personal se acerca al huésped. La parte operativa del *lobby*, como la gestión de documentación sensible, se integra cada vez más con los demás espacios, aunque de manera cuidadosa para preservar privacidad y seguridad. Es fundamental contar con soluciones eficientes para equipaje, como maleteros o sistemas de autoservicio estéticos, que faciliten la experiencia del huésped y aporten funcionalidad al personal".

Algo que no hay que olvidar, tal y como recuerda Juan Luis Requena, de Requena y Plaza, es que el *lobby* es un "microcosmos de la experiencia que ofrece el hotel tanto a su clientela alojada como externa, por lo que muchas de estas áreas incluyen cafeterías y restaurantes abiertos al público en general. El *lobby* debe organizarse convenientemente para que



BLESS HOTEL MADRID (ALEJANDRA POMBO DESIGN STUDIO)



permita ofrecer diferentes usos simultáneos". Sobre ello, Alejandra Pombo, de Alejandra Pombo Design Studio, señala que el *lobby* tiene que ser versátil y "adaptarse a distintas necesidades durante el día, siempre manteniendo el carácter acogedor y representativo del hotel".

En muchos casos, la división entre las distintas funciones no será ni brusca ni pesada, sino, tal y como aconseja Emilio Cardona, de 4Cadires, "mucho más sutil, y las transiciones se llevarán a cabo mediante cambios de material, iluminación o mobiliario".

El hotel como refugio

La estética actual huye, en la mayoría de los casos, del impacto, y busca, por el contrario, la naturalidad y la coherencia. Predominan las geometrías orgánicas, los materiales sostenibles y las atmósferas sensoriales. En cierto modo, apunta Xavier Martinell, de Luzio Studio, los nuevos *lobbies* tienden a convertirse en un refugio, "un lugar que invita a bajar el ritmo y a sentirse parte del destino del hotel desde el primer momento".

Loli Moroño, de PF1 Interiorismo Contract, afirma que "en el diseño del *lobby* actual imperan las formas orgánicas, el mobiliario escultórico, una iluminación sensorial, texturas naturales capaces de aportar calidez y bienestar, y materiales sostenibles".

Por el contrario, a Juan Luis Requena, de Requena y Plaza, no le gusta hablar de tendencias, pues apuesta "por una libertad absoluta que no desea imponer ni estilos ni fórmulas cerradas estéticamente, sino hacer realidad los sueños de los clientes en sus proyectos".●

ORGANIZADO POR:

GRAN HOTEL TURISMO

Equipamiento hostelero

CURT EDICIONES SA

Roca

2026 · XV CONVOCATORIA

PREMIOS ROCA

a la iniciativa hotelera

VUELVEN LOS PREMIOS

EDICIÓN 2·0·2·6

ABIERTAS LAS INSCRIPCIONES

www.premiosrocahotel.com



Fecha límite de presentación de candidaturas:
6 de marzo de 2026

Gala de entrega:
4 de junio de 2026 en Roca Barcelona Gallery

COLABORADORES

959 DE BELLOTA 100 IBÉRICOS · GROUPE GM AMENITIES EXCLUSIVOS · interihotel by ambit · ORAC · ZWILLING

CATEGORÍAS

1-. Mejor arquitecto de hotel
Se premiará al mejor arquitecto-estudio de arquitectura que haya realizado un proyecto hotelero concreto (construcción, reforma o restauración) cuya inauguración se haya producido en los años 2024-2025.

2-. Mejor interiorista de hotel
Se reconocerá al mejor interiorista-estudio de interiorismo que haya realizado un proyecto hotelero de obra nueva o reforma que se haya inaugurado en los años 2024-2025.

3-. Nueva apertura
Hotel de nueva planta o rehabilitación de un edificio para uso hotelero inaugurado entre los años 2024 y 2025. Se valorará sus instalaciones y servicios, entre ellos las experiencias que puede proporcionar al huésped, su innovación tecnológica, etc.

4-. Remodelación
Se valorará el trabajo de decoración y reforma de un establecimiento hotelero de cara a mejorar sus servicios e infraestructuras que haya presentado las obras de remodelación durante los años 2024 y 2025.

5-. Hotel vacacional
Pueden optar a este galardón aquellos hoteles cuya función principal sea la de proporcionar al huésped un ambiente vacacional de playa o de interior, ya sea familiar o *adults only.* Se valorará la situación, entorno, instalaciones, gastronomía, oferta de ocio, etc.

6-. Gastronomía
Se valorará la oferta gastronómica reconociendo tanto la calidad como la creatividad, así como el servicio de sala del restaurante o restaurantes del hotel o complejo hotelero. También se tendrán en cuenta las propuestas del servicio de bar u otros conceptos de Food & Beverage, así como las diferentes experiencias en torno a la gastronomía.

7-. Hotel MICE
Se tendrán en cuenta la calidad de las instalaciones para la celebración congresos, convenciones e incentivos, así como la oferta de servicios audiovisuales y tecnológicos, gastronomía para eventos, comunicación, etc.

8-. Hotel Wellness & Sport Experiences
Establecimiento que puede ofrecer el más completo servicio de tratamientos termales, talasoterapia, *wellness*, spa, terapias antiestrés, de belleza, etc., además de sus infraestructuras y experiencias ofrecidas. También se evaluará un equipamiento con la última tecnología y una gama de servicios tanto de alimentación como de hábitos saludables que permitan a las personas mantener un estilo de vida activo.

9-. Hotel Singular y/ o Boutique
Establecimiento que, por su localización, arquitectura, decoración o servicios, tiene características que le hace ser diferente. Presenta el encanto de lo exclusivo y transmite al huésped la sensación de ser especial. El hotel debe tener un máximo de 30 habitaciones.

10-. Hotel Urbano
Establecimiento con buena ubicación dentro de la ciudad que favorezca la doble utilización de un hotel con instalaciones para trabajo o negocio, así como para escapadas de ocio urbanas.

11-. Premio We Are Water Foundation al Hotel y/o Cadena con Mejor Responsabilidad Social Corporativa
Se valorarán aspectos basados en la gestión de los impactos que su actividad genera sobre sus clientes, empleados, accionistas, comunidades locales, medio ambiente-sostenibilidad y sobre la sociedad en general.

12-. Cadena Hotelera
Se reconocerán la calidad de las instalaciones, así como el nivel de los servicios que prestan los hoteles de una misma cadena hotelera nacional o con implantación en España. También se valorará la capacidad de crecimiento y presentación de propuestas innovadoras que mejoren la hotelería.

PREMIOS ESPECIALES

1º Categoría Especial Gran Premio del Jurado

2º Premio de Honor al Reconocimiento a Personalidad Hotelera y de Turismo
Los premios especiales 1 y 2 no admiten candidaturas presentadas por hoteles o cadenas, sino que son propuestas por los miembros del jurado

Inscribirse en los Premios Roca a la Iniciativa Hotelera supone aceptar que, si están nominados, acudirán a la gala de entrega de premios el día 4 de junio de 2026 en el Roca Barcelona Gallery

JURADO

- **Laura Curt,** directora de la XV convocatoria de los Premios Roca a la Iniciativa Hotelera y CEO de Curt Ediciones
- **Xavier Torras,** *communications director* de Roca
- **Isabel López Vilalta**, fundadora de Isabel Lopez Vilalta Asociados
- **Jose Antonio Ares,** partner y arquitecto de Foster & Partners
- **Toni Zaragoza,** director de interihotel
- **Vicente Romero,** presidente de CIDH (Círculo Internacional de Directores de Hotel)
- **Álvaro Carrillo de Albornoz,** director general del Instituto Tecnológico Hotelero

LAVANDERÍA



MIELE PROFESSIONAL



Máquinas sostenibles y rentables

Planificar una lavandería en un hotel implica decidir entre gestión interna o externalización; diseñar un flujo de trabajo eficiente con zonas separadas para ropa sucia y limpia; clasificar textiles por tipo de tejido, color y nivel de suciedad; invertir en maquinaria adecuada, y optimizar procesos para ser sostenibles. *Por Isabel Fernández*

La lavandería hotelera es un activo estratégico capaz de elevar la satisfacción del huésped, impulsar la sostenibilidad y mejorar la rentabilidad. Adoptando tecnología avanzada, prácticas sostenibles y modelos de negocio flexibles, los hoteles pueden convertir sus operaciones de lavandería en una auténtica ventaja competitiva.

José María Boneu, *managing director* de Laundry Consulting, comenta que, "para realizar un proyecto de una lavandería en hoteles, residencias y/o restaurantes, lo primero que hay que tener en cuenta es la categoría del establecimiento, el número de plazas y si es de ciudad o de costa/temporada. Con estos datos, ya se puede realizar el presupuesto adecuado".

Además, Gianluca Falchi, *country manager* de Miele Professional España, opina que se deben considerar varios aspectos: "el espacio disponible, el volumen de ropa que el cliente quiere reprocesar a diario y el tipo de prendas que quiere reprocesar. En función de lo anterior, se hace un estudio personalizado con la propuesta de solución técnica y económica que mejor se adapte a las necesidades del cliente".

GIRBAU



¿Interna o externa?

Elegir el modelo de lavandería más conveniente –interno, externalizado o híbrido– depende de la estrategia y necesidades operativas de cada hotel. Esta decisión debe guiarse por factores como el control sobre la calidad, la capacidad de inversión, la flexibilidad operativa y los objetivos medioambientales.

Para Oriol Montull, delegado comercial de Carbonell Cia, "la decisión de optar por servicios internos varía según el tipo y tamaño del establecimiento, así como sus necesidades operativas. Los hoteles y restaurantes de gran tamaño y lejos de centros urbanos cuentan con su propia lavandería interna para tener un mayor control sobre la calidad, los tiempos de entrega y la disponibilidad inmediata de la ropa. Sin embargo, muchos establecimientos medianos y pequeños prefieren externalizar este servicio, ya que les permite ahorrar en costes de personal, mantenimiento y espacio, además de beneficiarse de la experiencia y tecnología de empresas especializadas. La elección entre uno u otro modelo depende, principalmente, del volumen de trabajo, el presupuesto disponible, el espacio físico y la importancia que se le dé a la personalización, control interno y rapidez del servicio".

Gianluca Falchi, de Miele Professional España, también apunta que "depende mucho de la zona geográfica donde se encuentre la instalación. Es decir, en grandes ciudades como Madrid o Barcelona tienden a utilizar más servicios externos, sobre todo por un tema de espacio. En otras latitudes se tiende a tener una presencia más repartida entre servicios externos e internos. Dicho esto, en líneas generales, hoy en día hay una tendencia importante a internalizar más los servicios debido a varias situaciones: los altos costes de los servicios externos, un servicio más *ad hoc* y de calidad, un mayor control y trazabilidad de las prendas que se tratan y una mayor rapidez a la hora de hacer frente a situaciones de urgencia en el servicio".

Por su parte, José María Boneu, de Laundry Consulting, asegura que, "en general, utilizan más servicios externos, debido a la falta de espacio y a la comodidad. Sería importante poder disponer de un estudio de viabilidad veraz que demuestre las grandes ventajas de lavar la ropa en casa".

¿CÓMO ORGANIZARSE?

Para lograr una buena gestión se deben seguir una serie de pautas: recogida de la ropa sucia, clasificación de piezas y separación de las piezas por color, categoría y sistema de lavado.

Con el objetivo de un lavado eficiente, es ideal distinguir las prendas no solo por grupo y color, sino también por tejido y cantidad de suciedad. Así, las cortinas no se pueden colocar en la lavadora junto con ropa de cama o uniformes. Igualmente, las toallas se lavarán por separado de las sábanas… Es clave recordar que cada pieza tiene un tiempo de lavado y absorción de agua diferente.

CARBONELL CIA



LAUNDRY CONSULTING



Equipamiento esencial

Si se decide montar una lavandería interna, optar por la maquinaria adecuada es clave. Se trata de ser eficientes y ofrecer una experiencia superior al cliente. Las lavadoras de alto rendimiento con control de consumo, programas personalizables y conectividad IoT son ya imprescindibles. Las secadoras industriales con sensores de humedad y ciclos energéticamente eficientes garantizan el mejor cuidado para cada tipo de tejido. Para hoteles con grandes volúmenes, como resorts o cadenas, los túneles de lavado y las líneas de planchado agilizan los procesos e incrementan la productividad. Las plegadoras automáticas de toallas y apiladores mejoran la presentación final, mientras que los sistemas digitales de gestión posibilitan el seguimiento en tiempo real, el control operativo, el mantenimiento preventivo y una trazabilidad total.

Como explica Oriol Montull, de Carbonell Cia, "a la hora de seleccionar los equipos para el sistema de lavandería de un hotel, es fundamental tener en cuenta que las máquinas más eficientes no siempre son las más económicas en el momento de la compra. Sin embargo, si se puede demostrar que, gracias a la inversión realizada en estos equipos, es posible recuperar el desembolso inicial en un tiempo determinado, la adquisición será ventajosa. Esto se debe a que, tras alcanzar el retorno de la inversión, los beneficios obtenidos son tanto económicos como en ahorro de tiempo, lo que repercute positivamente en la gestión y la operación de la lavandería".

Sostenibilidad y ahorro

Asegurar resultados óptimos con los menos pasos posibles, promover la durabilidad de los tejidos, y optimizar al máximo el consumo de luz y agua son objetivos a conseguir en una lavandería.

Normativas europeas como Reach, iniciativas como Harp de Ecovadis y certificaciones como la Ecoetiqueta Europea o Nordic Swan, entre otras, están estableciendo nuevos estándares de sostenibilidad. Los hoteles pueden hacer sus operaciones de lavandería más sostenibles adoptando productos químicos biodegradables formulados para tejidos delicados y ciclos a baja temperatura, empleando embalajes sostenibles e instalando sistemas de filtrado de microplásticos para evitar la contaminación ambiental.

Los sistemas de recuperación y reutilización de agua pueden reducir el consumo hasta

ELEGIR BIEN EL PRODUCTO QUÍMICO

Cuando se trata de productos de lavandería, hay determinados factores a tener en cuenta: qué químicos son ideales, qué programa se debe utilizar y cuál es el volumen de carga apropiado. El etiquetado correcto del producto es fundamental para evitar problemas. También se requieren cálculos para evitar que el producto se agote o se desperdicie por adelantado.



FREEPIK

MIELE PROFESSIONAL



un 85 %, mientras que la recuperación del calor del agua residual o del aire de las secadoras puede emplearse para precalentar agua o aire en los ciclos siguientes. La electrificación del equipamiento de lavandería, mediante calderas o resistencias eléctricas, posibilita aprovechar energía renovable, ya sea autogenerada o contratada mediante acuerdos de energía verde certificada.

Según José María Boneu, de Laundry Consulting, "la sostenibilidad está en el ahorro de agua y detergentes, así como en los sistemas de recuperación en general y las secadoras de circuito cerrado con recuperación de agua caliente hasta un 60 %, evitando además las salidas de humos o vahos al exterior".

Asimismo, Oriol Montull, de Carbonell Cia, sostiene que "la innovación en ahorro y sostenibilidad está centrada en varios aspectos clave: optimización del consumo de agua y energía (los equipos modernos están diseñados para reducir significativamente el uso de agua y energía mediante ciclos de lavado más cortos y eficientes, además de sistemas de reciclaje y reutilización del agua), uso de detergentes ecológicos y productos biodegradables (se está priorizando el empleo de productos químicos menos agresivos y contaminantes, lo que disminuye el impacto ambiental y mejora la seguridad tanto para los operarios como para los clientes), maquinaria eficiente y automatización (la tecnología actual permite gestionar de forma automática la dosificación y el tipo de detergentes, el control de temperatura y la carga de agua, optimizando el rendimiento y reduciendo el 'rechazo'), gestión inteligente de residuos (cada vez más empresas implementan sistemas para la correcta separación y tratamiento de residuos generados por la lavandería, minimizando el volumen de desechos y fomentando el reciclaje) y reducción de la huella de carbono (muchas lavanderías industriales están invirtiendo en fuentes de energías renovables, como paneles solares, y en la optimización logística para reducir emisiones en el transporte de ropa)".

Por otro lado, Gianluca Falchi, de Miele Professional España, afirma que "la sostenibilidad es un pilar fundamental con dos vertientes principales: por el interés general de la sociedad y para producir un ahorro económico en las facturas de los suministros que cada instalación tiene".

El futuro

El futuro de la lavandería hotelera pasa por lavanderías centralizadas para cadenas hoteleras, la digitalización completa de procesos, y modelos de servicio flexibles y escalables. La automatización y la robótica están transformando tareas como la clasificación, el plegado y el transporte de prendas. La sostenibilidad y la eficiencia energética se han convertido en factores decisivos en la selección de equipos y el diseño de procesos. La tecnología inteligente y el análisis de datos permiten optimizar en tiempo real los ciclos de lavado y secado, ajustar las cargas y realizar mantenimiento predictivo.

Están surgiendo modelos de negocio cada vez más personalizados y flexibles, pensados para responder a las necesidades operativas y de servicio específicas de cada hotel. Este cambio favorece una colaboración más estrecha entre hoteles y proveedores, redefiniendo el concepto tradicional de *partnership*. Por ejemplo, servicios como el de lavandería *valet* –que ofrece soluciones personalizadas de lavado para los huéspedes– ilustran cómo los proveedores se adaptan para mejorar la experiencia del cliente y alinearse con el posicionamiento de marca del hotel.●

ILUNION TEXTILCARE



CONSEJOS OPERATIVOS PARA AFRONTAR PICOS DE DEMANDA

1 LA HIGIENE COMO CLAVE PARA ASEGURAR VALORACIONES POSITIVAS

En periodos de alta ocupación, los tiempos entre salidas y nuevas entradas se acortan, y la percepción del huésped se vuelve todavía más crítica. No en vano, el 55 % de las valoraciones positivas de los hoteles mencionan directamente la limpieza del textil. Mantener un nivel de higiene adecuado exige protocolos estrictos: control de temperaturas, dosificación precisa y tiempos de lavado validados. En semanas de alta ocupación, este control evita que el volumen afecte a la calidad percibida, especialmente en ropa de cama y toallas, donde el huésped es especialmente sensible.

2 ADELANTARSE A LA DEMANDA CON TECNOLOGÍA PREDICTIVA

La previsión es clave cuando cada día la rotación puede dispararse. El análisis de datos permite anticipar cuántas prendas serán necesarias en función del tipo de huéspedes, los patrones de reserva y la actividad del hotel. Detectar con antelación picos en habitaciones familiares, eventos o desayunos permite ajustar la producción, reforzar turnos y planificar entregas antes de que el incremento del consumo genere tensiones. La coordinación entre hoteles y operadores, compartiendo previsiones y ocupación, mejora notablemente la capacidad de respuesta.

3 GARANTIZAR UN SUMINISTRO CONSTANTE CON UNA LOGÍSTICA SINCRONIZADA

En un hotel lleno, cada retraso se multiplica. Una logística bien coordinada, con rutas digitalizadas y una flota adaptada a los picos de actividad, permite mantener entregas en tiempo incluso en días especialmente exigentes. Ajustar los horarios de recogida y entrega, reforzar accesos o muelles de carga y mantener un canal operativo fluido con el proveedor resulta clave para que el textil llegue exactamente cuando se necesita, especialmente en grandes *check in* o cambios de turno.

4 CONTROLAR DOTACIONES CON SISTEMAS DE TRAZABILIDAD

Cuando la rotación se intensifica, saber cuántas prendas hay disponibles y dónde están resulta esencial para evitar roturas de *stock*. La trazabilidad mediante sistemas RFID permite monitorizar la vida útil de la ropa, detectar pérdidas o roturas y asegurar que las dotaciones de sábanas, toallas o textiles de restauración siempre están completas. Inventarios actualizados y un control reforzado de los artículos de mayor uso ayudan a mantener estabilidad incluso cuando el volumen crece sin margen.

5 CONECTAR *HOUSEKEEPING*, RECEPCIÓN Y LOGÍSTICA

La coordinación es decisiva en semanas donde las entradas y salidas son constantes. Un circuito ágil entre *housekeeping*, recepción y logística permite anticipar necesidades, como picos de habitaciones dobles, ocupación familiar o eventos, y ajustar entregas y reposiciones según la evolución real del hotel. Comunicar cambios de última hora, prever horarios críticos y compartir información en tiempo real garantiza que el textil esté disponible justo donde y cuando se necesita.

Fuente: Ilunion TextilCare

Accesorios sostenibles con diseño atemporal

Con el lanzamiento de la colección EcoClassic, ADA Cosmetics presenta su gama de accesorios más amplia y sostenible. Atemporal en blanco y negro, EcoClassic está elaborada con materiales naturales y renovables, como bambú, algodón y papel, eliminando el plástico siempre que es posible. El embalaje, de estética refinada, está fabricado con cartón reciclado certificado. La colección contiene cepillos y peines de bambú, bolsas de lavandería de papel y bastoncillos de algodón. Entre las innovaciones destacan las tabletas de dentífrico, una alternativa inteligente y sin plástico a los tubos tradicionales, y el jabón de afeitar, una pastilla compacta y sensorial que sustituye la espuma de afeitar en envase plástico.





Armonía material

Suave como el cristal y resistente como el acero, Vitreon steel añade una nueva dimensión al mundo de los materiales de Laufen. Este acero vitrificado amplía la gama de productos de baño *premium* de la marca con una cartera significativamente ampliada de nuevos modelos de lavabos que se incorporan a la colección de Laufen a partir de enero de 2026. Vitreon steel combina la resistencia y la maleabilidad del acero con la dureza y la resistencia química del vidrio para crear un material compuesto único, altamente higiénico, con colores duraderos, totalmente protegido contra la corrosión, resistente a los arañazos y robusto. Se caracteriza por formas geométricas refinadas, acabados sofisticados y sutiles juegos de colores.



Para entornos profesionales

Neo es el novedoso secamanos de Genwec Washroom Equipment & Comp, división de Genebre Group, pensado para espacios públicos de tráfico bajo/medio que buscan ofrecer eficiencia, higiene y durabilidad. El nuevo secamanos cuenta con cuatro posibles acabados: inox AISI304 en satinado, en brillante, en negro mate y en ABS blanco. Cuenta con filtro de aire HEPA H13 que retiene el 99,95 % de las partículas finas (bacterias, virus, polvo…), mejora la higiene del baño, y protege el motor para un rendimiento constante y un menor mantenimiento. Además, el sensor infrarrojo activa el secador al poner las manos bajo la salida de aire. El secado dura 20 segundos, se apaga al retirarlas o a los 30 segundos para evitar usos indebidos.



Gestión de accesos con mucho tránsito

Tork amplía su gama de dispensadores de toallas de papel de alta capacidad con el lanzamiento de un modelo automático que da servicio a hasta 600 usuarios más entre carga y recarga. Diseñado para reducir el tiempo de mantenimiento durante las horas punta de uso de los aseos, Tork PeakServe Automático ofrece una experiencia de máxima fiabilidad. Con la mayor duración de las pilas del mercado y un rendimiento sin atascos del 99,99 %, los usuarios solo tienen que pasar la mano por delante o por debajo del dispensador para recibir una toalla en menos de un segundo.

Fresco y floral



Groupe GM colabora en exclusiva con la prestigiosa marca de productos para el cuidado de la piel myBlend. Se trata del debut de myBlend en el sector de los productos de cortesía para hoteles. Su fragancia combina acordes frescos y florales: se abre con hojas verdes, bergamota y pimienta rosa para dar paso a unas notas de corazón de flores blancas, rosa y violeta y culminar en unas suaves notas de fondo de melocotón, almizcle y vainilla. Los productos de cortesía myBlend aúnan fórmulas minuciosamente desarrolladas con hasta un 98 % de ingredientes de origen natural y envases respetuosos con el medio ambiente.

Diseño minimalista



La mampara Brisse de Profiltek se ha lanzado en versión de fijo perfilado. Esta colección no solo destaca por su diseño y minimalismo, sino también por incorporar materiales y acabados de alta calidad que garantizan la durabilidad del producto. En paralelo, el equipo de diseñadores de Profiltek trabaja en la versión de Brisse abatible, una solución con bisagra de acero que se configurará en múltiples versiones, respondiendo a las necesidades de un mercado que valora tanto la innovación como la adaptabilidad.



Con menos peso

La llegada de Silex Titan abre una etapa dentro de la colección de platos de Fiora. La idea de aligerar sin perder firmeza ya se había dejado ver en otros desarrollos, pero aquí se lleva un paso más allá con un cuerpo afinado y un interior planteado para reducir peso sin renunciar a la solidez. Pesa un 30 % menos, permite un transporte más ágil y, aun así, conserva la resistencia del Silex original. El rediseño de Titan parte del icónico Silex, pero lo adapta con un enfoque minimalista: superficies limpias, un espesor más contenido y una sensación general de ligereza que se percibe al instalarlo. La estructura interna, trabajada para ganar estabilidad, se comporta igual que en el modelo original, lo que aporta seguridad tanto al usuario como al profesional. Finalmente, su estética renovada, con una rejilla especial para esta serie, redondea un plato único.



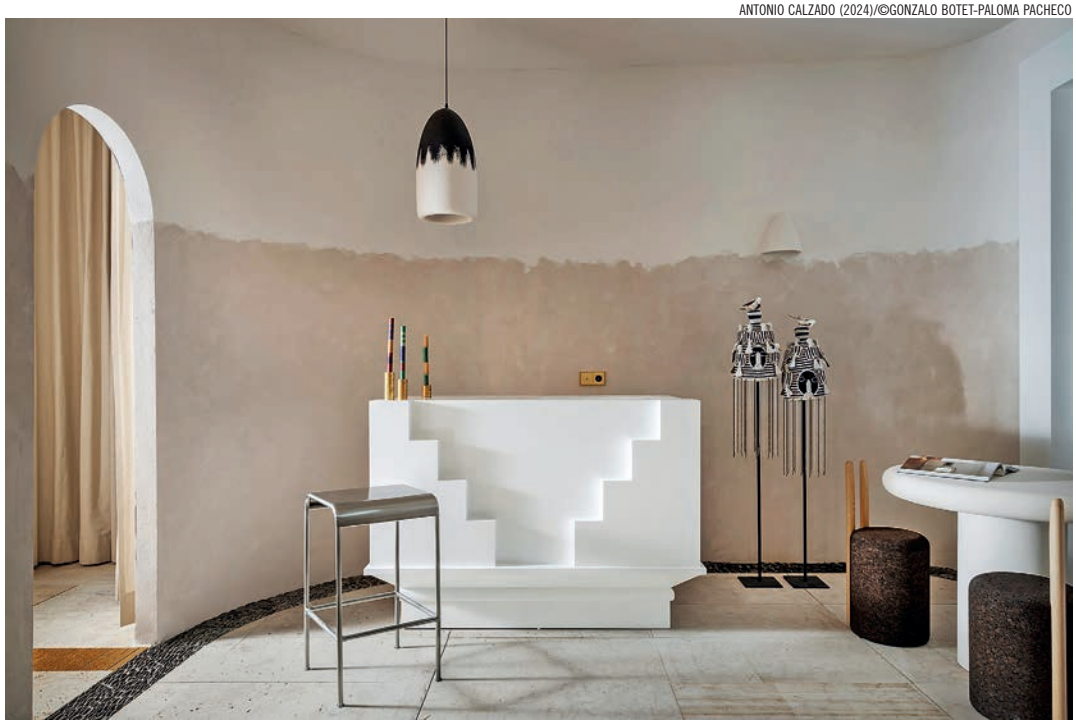
Configurable

Roca amplía su catálogo con Verso, una colección de muebles diseñada para adaptarse a las necesidades de cada espacio con estilo y funcionalidad. Con una estructura modular y una cuidada selección de materiales y acabados, Verso permite crear configuraciones a medida para todo tipo de entornos, desde los más compactos hasta los más amplios. La colección permite diseñar soluciones a medida mediante la combinación de muebles base y módulos auxiliares –con cajones, estantes abiertos, puertas o armarios–, maximizando la capacidad de almacenaje en cualquier configuración.

Marbella, epicentro del diseño y la creatividad

Marbella Design & Art
Del 19 al 29 de marzo
Marbella (Málaga)
https://marbelladesignart.com

ANTONIO CALZADO (2024)/©GONZALO BOTET-PALOMA PACHECO



Entre el 19 y el 29 de marzo de 2026, Marbella se convertirá en el epicentro del diseño y la creatividad con una nueva edición de Marbella Design & Art, que volverá a transformar el Palacio de Ferias, Exposiciones y Congresos Adolfo Suárez en un espacio único donde convergen interiorismo, diseño y arte contemporáneo. Durante once días, el recinto de más de 3.000 metros cuadrados será escenario de más de cincuenta espacios expositivos en los que se desplegarán propuestas que van desde el interiorismo residencial hasta el diseño más innovador para otros ámbitos como el contract. Marbella es uno de los destinos más exclusivos de Europa, una ciudad cosmopolita que atrae a residentes de todo el mundo y que encarna como pocas el estilo de vida mediterráneo. En este escenario privilegiado, Marbella Design & Art se convierte en una plataforma única que combina creatividad y excelencia, un punto de encuentro donde nacen tendencias, se comparten ideas, y se generan conexiones entre profesionales, coleccionistas y amantes del diseño.

El sector horeca se alía con **Alimentaria + Hostelco** para marcar el futuro de la hostelería

Las alianzas con las principales asociaciones del sector –Hostelería de España, FACYRE, Marcas de Restauración, FEDIS Horeca, AECOC, CEHAT-ITH y FSI, entre otras– contribuyen a que Alimentaria + Hostelco 2026 represente de forma integral a todo el ecosistema horeca, desde productores y distribuidores hasta restauradores, hoteleros y grandes marcas. El salón, del 23 al 26 de marzo en el recinto Gran Via de Fira de Barcelona, estrenará espacios y actividades y contará con un programa congresual internacional para anticipar tendencias y responder a los desafíos de la hostelería del futuro. La industria horeca contará en la edición de 2026 con espacios diseñados para dar respuesta a las necesidades del sector, catalizar la innovación en hostelería y descubrir las tendencias del futuro de la alimentación, la gastronomía y el *foodservice* como The Horeca Hub. Este espacio anticipará tendencias, analizará retos y generará nuevos modelos operativos que inspiren a toda la industria. Además, se debatirá sobre la transformación del sector con contenidos adaptados a públicos específicos y diversos *show cookings*, encuentros internacionales y actividades de alto valor añadido sobre sostenibilidad, digitalización, seguridad alimentaria, innovación de producto y las nuevas demandas del consumidor. Dentro de The Horeca Hub, la gran novedad de este año es The Shift, un espacio donde líderes del sector se reunirán para analizar y anticipar los cambios que están transformando la industria.



Alimentaria + Hostelco
Del 23 al 26 de marzo
Barcelona
www.alimentaria.com
www.hostelco.com



Como un pájaro carpintero

Contardi presenta Picchio, la nueva colección diseñada por Alessandro Munge. Inspirada en la biomecánica del pájaro carpintero, esta serie de lámparas fusiona estética y funcionalidad en un equilibrio perfecto entre naturaleza y tecnología, transformando la luz en una experiencia intuitiva y sofisticada. Alessandro Munge reinterpreta el concepto de la lámpara de lectura, convirtiéndola en un objeto dinámico y escultórico. El diseño se inspira en la postura y el movimiento del pájaro carpintero, con una estructura articulada que recuerda sus gestos icónicos. El difusor, que recuerda a un pico, se abre y se inclina para modular con precisión la luz, mientras que la articulación, esencial y funcional, garantiza la máxima libertad de movimiento.



Control avanzado

Normagroup lanza el nuevo catálogo de sistemas de control de iluminación de su marca Normalit, una herramienta clave para profesionales que buscan soluciones avanzadas capaces de adaptar la luz a las personas y a los espacios de forma inteligente, flexible y eficiente. La compañía entiende que la iluminación va mucho más allá de encender y apagar. Por ello, integra en sus luminarias algunos de los sistemas de control más innovadores del mercado: Casambi, Helvar ActiveAhedad y EasyAir. Estas tecnologías permiten una gestión inalámbrica y autónoma de iluminación, optimizando el consumo energético y mejorando el confort de los usuarios.

De materiales naturales



La colección Pantarhei, diseñada para Il Fanale Group para el estudio italiano Pierattelli Architetture, emplea materiales naturales que cambian con las estaciones. Interpretando la interacción entre la luz, el material y el tiempo, Pierattelli Architetture ha diseñado una nueva serie de lámparas de exterior que se funden con el paisaje circundante. Esta colección tiene dos formas diferentes: una con una cúpula inspirada en un donut y otra que recuerda a un delicado pétalo, ambas disponibles en tres alturas. Además de las versiones para exteriores, la colección incluye una lámpara de mesa recargable, diseñada para uso en interiores y exteriores.

Jugar con los contrastes

Martín Azúa firma la colección Bind Solo de Vibia, un conjunto de piezas únicas para jugar con los contrastes, acotar áreas funcionales y definir zonas de actividad híbridas. Esta colección ofrece focos de acento y luminarias cenitales, en elegantes acabados negro mate o beige neutro. Bind Solo proporciona una agradable iluminación general, así como iluminación dirigida.



Maximizar la luz natural

One-Box, de Bandalux, es un sistema de cortinas discreto y sofisticado, pensado para integrarse de manera invisible en cualquier proyecto. One-Box se oculta completamente dentro de un perfil de aluminio enrasado al techo, apareciendo únicamente al accionarlo. El resultado es un espacio limpio y sereno, donde la estética se mantiene intacta y la luz natural se convierte en protagonista. One-Box incorpora un novedoso sistema de clipaje de doble apoyo, desarrollado y patentado por Bandalux, que facilita el manejo y acceso de la cortina. La apertura y cierre del cajón garantizan una instalación rápida, segura y sin contratiempos.





En formato BIM

Eurofred, con las marcas Fujitsu y Daitsu, se posiciona a la vanguardia del cambio digital con la incorporación de casi un millar de referencias de climatización en formato BIM, reforzando su compromiso con la innovación y el apoyo al profesional. El uso de objetos BIM en climatización permite integrar equipos reales en el modelo digital del edificio, con sus datos técnicos, dimensiones y prestaciones energéticas. De esta forma, es posible analizar el comportamiento térmico, prever interferencias, calcular caudales o potencias y garantizar la compatibilidad con el resto de instalaciones. Para las empresas instaladoras y las ingenierías, disponer de bibliotecas BIM completas y actualizadas supone un salto de calidad: facilita el trabajo de diseño, mejora la coordinación con otros oficios y reduce incidencias en obra.

Facilidad de instalación



La ECOi-W Aqua-Z Evo de Panasonic Heating & Cooling Solutions, equipada con tecnología inverter avanzada y capacidades de 40 a 50 kW, amplía la gama existente con refrigerante R32 para cubrir las principales necesidades comerciales desde 40 a 380 kW. La avanzada tecnología inverter garantiza un ahorro energético significativo, un control estable de la temperatura y un funcionamiento fiable en condiciones variables de ocupación. Se trata de uno de los modelos más pequeños de su categoría: solo 1,7 m de altura y 2,43 m^2 para ofrecer una flexibilidad de instalación excepcional.



Flexibilidad y eficiencia

Las enfriadoras aire-agua inverter tipo *scroll* de Gree representan una solución pensada para instalaciones que requieren flexibilidad y eficiencia. Su diseño modular permite combinar varias unidades del mismo tipo, lo que facilita proyectos progresivos o ampliaciones futuras. Las versiones de 32 kW están configuradas como unidad simple, mientras que las de 60 kW integran dos circuitos independientes. La tecnología de frecuencia variable mantiene la temperatura del agua con oscilaciones mínimas, lo que mejora el rendimiento del sistema y el confort del edificio. La unidad se apoya en un microprocesador que asume funciones de autoprotección y autodiagnóstico, con componentes de alta calidad para asegurar fiabilidad y rendimiento estable a lo largo del tiempo.



A medida

El sofá Angle de Says Who, disponible en Bolia, presenta un diseño modular que se adapta a todos los gustos y formas: en círculo, semicírculo, cuarto de círculo o en "S". Su versatilidad es ideal para crear un espacio a medida. Con fundas intercambiables y certificación FSC®, Angle combina personalización, fácil mantenimiento y confort duradero.



De belleza inigualable

Elegante y sinuoso como una estrella, Move es el resultado de un exhaustivo proceso de investigación sobre la mecánica de los cuerpos sólidos. Se inspira en las formas orgánicas que adopta naturalmente la madera, reinterpretándolas a través de la tradición de Giorgetti en la ebanistería de alta calidad. Este asiento debe su notable complejidad a un doble armazón con una forma orgánica entrelazada, compuesto por 31 elementos de fresno macizo, cada uno con una sección diferente. La primera estructura alberga el asiento y el respaldo acolchados, mientras que la segunda los sostiene y permite el movimiento de balanceo. La ligereza de los componentes curvos y sus líneas dinámicas confieren a la pieza una belleza única e inigualable.



Entornos de trabajo más flexibles

La colección Gura de Enea simboliza la evolución del espacio de trabajo hacia entornos más flexibles, humanizados y colaborativos. Con líneas suaves y un lenguaje amable, Gura funciona como una pieza que facilita la comunicación y genera ambientes más relajados dentro de las oficinas, *coworkings* o zonas de acceso. Su enfoque se centra en ofrecer soluciones prácticas sin renunciar a un diseño elegante y actual. La paleta de materiales y acabados permite crear configuraciones tanto sobrias como creativas, adecuándose al carácter del proyecto arquitectónico.



Patrón original

Blasco & Vila lanza Urmus, una colección creada en colaboración con el diseñador Francesc Rifé. El proyecto toma su nombre del término alemán “urmuster”, que hace referencia al patrón original o a la forma primitiva desde la que se generan todas las variantes. Fiel a este concepto, Urmus se construye a partir de una idea esencial: la unión visible entre el cuerpo y las patas, un gesto estructural y estético que actúa como punto de partida para todas las versiones de la serie. Esta conexión se convierte en el rasgo distintivo de la colección, que se presenta en distintas tipologías con y sin reposabrazos.



Suelo en espiga 100 % impermeable

Quick-Step presenta la nueva colección de suelos laminados Impressive con el primer suelo en espiga 100 % impermeable y sin crujidos. Para garantizar su total impermeabilidad, la marca emplea tres tecnologías patentadas en cada suelo Impressive e Impressive Designs: los sistemas de instalación Uniclic® y Unizip®, un bisel prensado y el recubrimiento Hydro Seal repelente al agua. Los nuevos diseños de Impressive ofrecen más realismo que nunca: un total de 20 lamas únicas en cada uno de los ocho nuevos diseños, que se suman a los 18 ya existentes. En cuanto a Impressive Designs, con formato en espiga, cada uno de los seis nuevos modelos cuenta con 56 lamas únicas. En ambos casos, el resultado es un suelo con apariencia más auténtica, sofisticada y más cercana a la naturaleza que nunca.



Estéticos y funcionales

Los paneles Linio Graphic son la última novedad en revestimientos de pared de la gama Element Premium 3D de Grosfillex. Estos paneles hidrófugos, disponibles en dos acabados de textura mate (Ash y Light Oak), están diseñados para ofrecer una combinación perfecta de estética y funcionalidad. Son ligeros, de fácil montaje, 100 % estancos, totalmente hidrófugos, su material es sano y respetuoso con el medio ambiente (A+) y requieren un mantenimiento mínimo. Grosfillex comercializa estos paneles en *packs* de tres lamas de 50 cm cada una (150 cm de base x 260 cm de altura) con los que se pueden revestir 3,9 m² de pared.

De origen vegetal

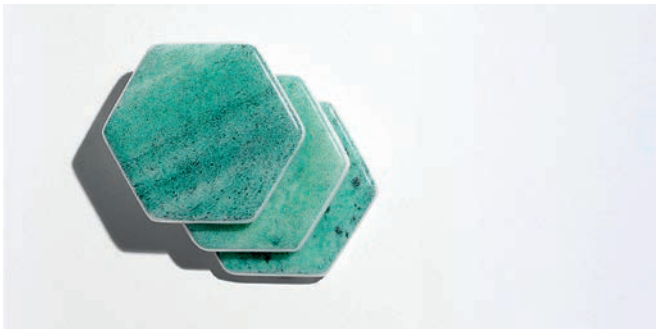
La firma belga 2TEC2, 2TEC2, referente en pavimentos vinílicos tejidos, presenta Palma y Alhambra, dos colecciones de suelos de base biológica que combinan colores cautivadores y patrones dinámicos. Ambas colecciones incorporan una capa superior tejida de base biológica, que sustituye los carbonos fósiles finitos por materiales renovables de origen vegetal. La colección Palma captura la esencia de la elegancia tropical, aportando serenidad, frescura y un encanto natural a cualquier ambiente. Por su parte, Alhambra se inspira en la iconografía y expresión artística del histórico palacio nazarí, reinterpretando mosaicos intrincados y motivos vegetales en un patrón contemporáneo que juega con la luz y la geometría.



La precisión hecha diseño



La colección Ábaco de Decocer reinterpreta el tradicional formato 10×10 cm desde una mirada contemporánea: precisa, serena y profundamente expresiva. Como su nombre sugiere, la colección toma inspiración en el orden y la armonía de esta herramienta ancestral de cálculo, convirtiendo cada pieza en un módulo capaz de generar ritmos, patrones y atmósferas infinitas. Realizada en gres porcelánico mate, su paleta suave y equilibrada –de blancos, arenas y tierras a grises, verdes y negros– hace posible composiciones limpias y atemporales, con una lectura gráfica muy clara.



Nueva dimensión geométrica

Ezarri rompe con lo convencional. Su nuevo formato de mosaico hexagonal, Hexa Mosaic, llega para quienes se atreven a crear ambientes únicos y con personalidad propia. Esta colección arranca con siete referencias exclusivas, todas ellas fabricadas con vidrio 100 % reciclado. Un compromiso con la sostenibilidad que embellece los espacios y cuida el planeta. Hexa presenta un diseño de vanguardia, con una nueva dimensión geométrica para la piscina. Además, gracias a su sistema de empanelado JointPoint®, la instalación es más sencilla, precisa y garantiza un acabado perfecto y duradero.



La honestidad de la materia

Wow Design presenta Micare, una colección de autor que reinterpreta la cerámica esmaltada desde la honestidad de la materia. Inspirada en los revestimientos vidriados que definieron los interiores de los años 60 y 70, Micare parte de la memoria material de aquella época para construir una materialidad propia que habla de origen y autenticidad. La colección trabaja con los elementos esenciales del lenguaje cerámico –el brillo, el relieve, la repetición modular y la profundidad cromática– y los traslada a un contexto contemporáneo mediante un enfoque centrado en materia, volumen y luz.

Escenarios de luz en la piedra



Algunas piedras nacen con un don especial: la capacidad de dejar pasar la luz a través de ellas. Este es el caso de las Natural Quartz de Antolini, material que combina cualidades minerales extraordinarias con un encanto visual inigualable. Con su forma natural, expresan la solidez de la materia, con vetas y colores que cuentan historias milenarias y con la retroiluminación revelan la parte más inesperada, un universo de transparencias, reflejos y destellos que parecen brotar del corazón mismo de la piedra.

Arquitectura del bienestar

Con Nyra, Atlas Concorde explora los principios de la arquitectura del bienestar. Para dar forma a esta visión, la empresa de Módena ha combinado su *know how* en materia de diseño con la experiencia del arquitecto Alberto Apostoli, una de las figuras italianas más autorizadas en el campo del diseño de espacios de bienestar y hostelería, capaz de convertir la idea de bienestar en un valor cultural y ético. La textura de Nyra presenta una estética viva, con un fuerte componente táctil. Las superficies cobran vida con relieves que juegan con la tridimensionalidad.



©AXIUN



Nicoe Design firma el diseño del Nota Blu New Brasserie Madrid

El número 10 de Claudio Coello ha sido el destino del nuevo Nota Blu New Brasserie. El diseño del local, obra de Nicoe Design, perpetúa la esencia de mármol y madera, dorado y terracota, así como la atmósfera de pura sofisticación que ambienta de forma inconfundible un Nota Blu. La elegancia envuelve cada rincón de un espacio diáfano pero íntimo donde impera una creatividad materializada con elementos nobles, piedra natural y un mobiliario cálido de formas orgánicas con ventanales al entorno urbano del Barrio de Salamanca. Todo el diseño de Nota Blu New Brasserie está pensado por Nicolas Escanez Galeras para disfrutar con calma y el máximo confort de su principal atractivo, su gastronomía y propuesta coctelera.

Carmela Martí viste las habitaciones del Novotel Malta Sliema



El proyecto de interiorismo textil del Novotel Malta Sliema ha sido realizado por Carmela Martí Decoración, que ha sabido traducir la estética del hotel a través de los textiles, sin romper la armonía. Los cojines, las cortinas, los *plaids* y los textiles de cama han sido diseñados para ser un hilo conductor, además de un reclamo visual. Cada pieza textil está pensada para integrarse sin sobresalir; para sumar sin robar protagonismo al resto de la decoración. Y lo consigue con una paleta cromática tan suave como intencionada gracias a los blancos cálidos. Mientras, los cojines de los sofás en habitaciones como las suites se combinan con formas redondeadas o cuadradas, texturas geométricas y colores como el mostaza o el *aqua*.

©JÉROME GALLAND



4Retail construye el nuevo restaurante Circolo Popolare de Barcelona

La constructora 4Retail ha llevado a cabo la construcción del nuevo gran restaurante de gastronomía italiana Circolo Popolare, del Grupo Big Mamma, en Barcelona. El local, ubicado en Paseo de Gracia, cuenta con una superficie de 900 m^2 (de los cuales 140 m^2 están destinados a cocina) y está preparado para recibir a 1.000 comensales diarios. Con interiorismo del estudio londinense Studio Kiki, la constructora 4Retail ha ejecutado la obra, instalaciones, acabados y cocina, así como los trabajos de Project & Build. Studio Kiki ha apostado por una paleta de materiales naturales, con el uso de revestimientos enyesados *in situ,* maderas y pavimento de terracota natural. Los muebles de obra forman bancadas de yeso que adoptan distintas formas y, combinadas con coloridas mesas y sillas tradicionales de madera y fibras naturales, hacen muy acogedor el local a pesar de sus enormes dimensiones. También llaman la atención las grandes estanterías con baldas iluminadas repletas de coloridas botellas de licores alineadas, así como una abundante vegetación, tanto en tiestos de cerámica artesanal como suspendida en techos y paredes.



Gran Hotel Luna de Cádiz

REQUENA Y PLAZA

Diseño y excelencia en proyectos hoteleros

En Requena y Plaza entienden el diseño hotelero como una suma de experiencia, identidad y respeto por el lugar. Con casi cuatro décadas de trayectoria, el estudio aborda cada proyecto desde una visión integral que combina creatividad, funcionalidad y respeto patrimonial, transformando espacios en destinos con alma.



Hotel Palacio de Godoy Cáceres, Curio Collection by Hilton

En Bilbao, Requena y Plaza ha liderado la rehabilitación integral del emblemático Palacio Allende Salazar, transformándolo en el nuevo Hotel Letoh Letoh Bilbao. El proyecto presenta una sinergia única entre la majestuosidad barroca del siglo y un diseño contemporáneo que responde a las necesidades actuales. La intervención logra una integración armónica entre elementos arquitectónicos clásicos y modernas propuestas de diseño.



LETOH LETOH Bilbao

Se han respetado los detalles originales del palacio, tales como molduras ornamentales y altos techos, que hablan de una época en la que la arquitectura era una forma de arte. Estos elementos se combinan con líneas minimalistas, superficies lisas y el uso estratégico de materiales nobles, creando un diálogo permanente entre pasado y presente. Como resultado, un hotel donde cada espacio está meticulosamente diseñado para preservar la esencia histórica y, al mismo tiempo, proporcionar todas las comodidades modernas.

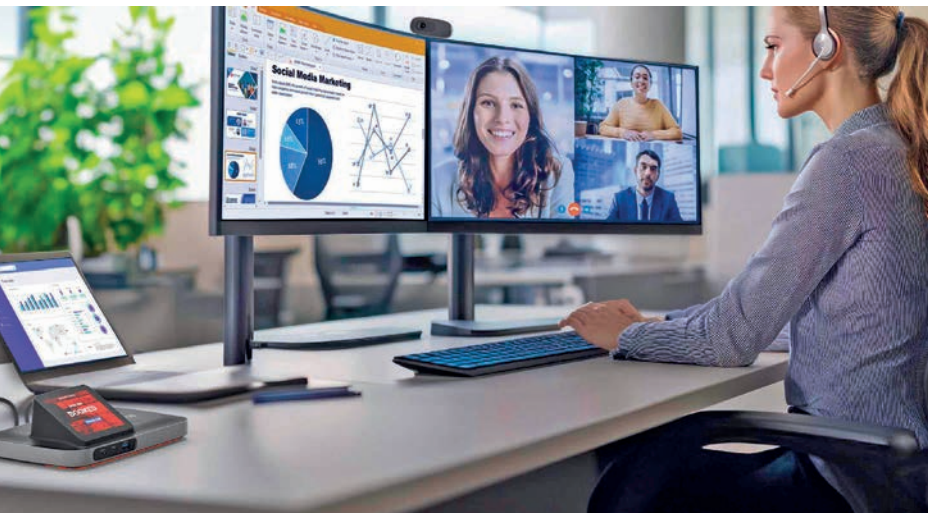
En Cáceres, para el Hotel Palacio de Godoy, Curio Collection by Hilton, el estudio ha participado en el suministro e instalación de mobiliario y tapicería a medida para habitaciones y zonas comunes, preservando el valor patrimonial del edificio renacentista. Se han aportado piezas de mobiliario elegantes, discretas y adaptadas al entorno, seleccionadas bajo criterios de durabilidad, diseño atemporal y respeto por el carácter original del palacio. Cada pieza de mobiliario se integra con armonía y refuerza la atmósfera de calma, intimidad y autenticidad que define a este nuevo hotel.

En Cádiz, ha asumido el proyecto de interiorismo del futuro Gran Hotel Luna de Cádiz, próximo cuatro estrellas en la Grada de Tribuna del Estadio Nuevo Mirandilla del Cádiz Club de Fútbol. Contará con 240 habitaciones, zonas comunes, restaurante panorámico, modernas salas de reuniones, área spa & *wellness*, diversas zonas de entretenimiento y dos piscinas: una exterior en la azotea con espectaculares vistas al mar, y una climatizada, con *snack-bars* junto a ambas. El proyecto se perfila como una de las aperturas más esperadas del sector hotelero en toda Andalucía y aspira a convertirse en un icono urbano para Cádiz.

Estos tres proyectos sintetizan la filosofía de Requena y Plaza: crear espacios que se viven y se recuerdan. Cada intervención del estudio es una historia –de lugar, de cultura y de personas– narrada a través del diseño. Porque la hospitalidad se mide en emociones, y la excelencia en el diseño las hace posibles.●

REQUENA Y PLAZA

Palermo, 44. 28043 Madrid. Tel.: 917 266 370.
E-mail: marketing@requenayplaza.com
www.requenayplaza.com



Conexión inteligente



Concept International Spain lanza en España Qbic TDD-1000, una estación de conexión inteligente diseñada para entornos de trabajo híbridos y modelos de oficina flexible. Este dispositivo aúna en un solo equipo la gestión de reservas de puestos, el control de recursos y una completa estación de conexión para portátiles. Incorpora AndroidOS, una pantalla táctil integrada, lector NFC y suministro de energía de hasta 100 W a través de USB-C, lo que facilita la digitalización de los espacios de trabajo y la optimización de la rotación de personal en oficinas modernas.



Un equipo Wi Fi discreto

EnGenius Networks presenta ECW515, su nuevo punto de acceso profesional Wi Fi 7 y una solución revolucionaria diseñada para responder a las exigencias reales de integradores, MSP, ISP y clientes finales en verticales como *hospitality*, educación, *retail* y cadenas de restauración. Concebido para entornos donde rendimiento, estética y simplicidad operativa son igualmente críticos, este nuevo punto de acceso combina tecnología Wi Fi 7, un puerto *backhaul* de 2.5 GbE y cinco puertos Ethernet integrados en un formato compacto, discreto y perfectamente integrado en cualquier espacio interior.

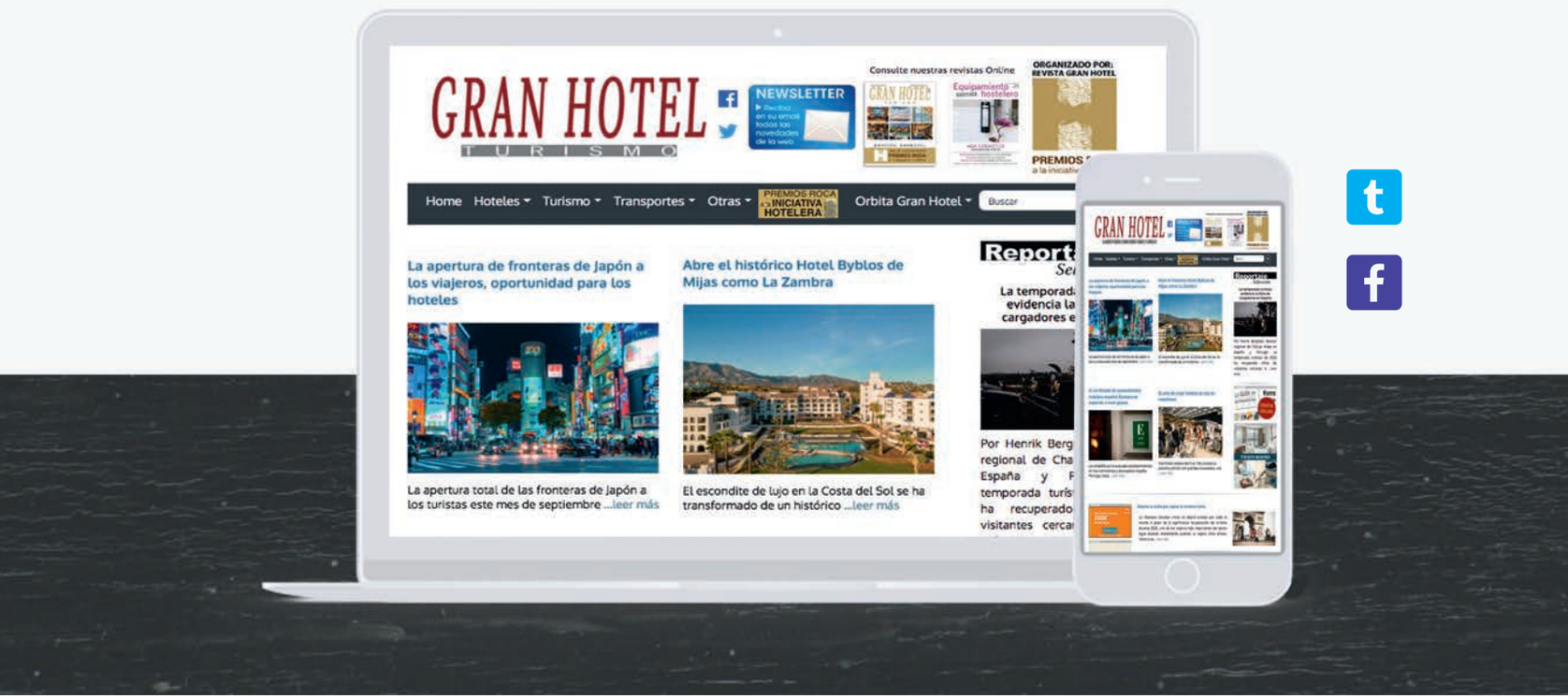
El audiovisual, clave para el trabajo híbrido

SPC For Business presenta el *Estudio AV Nacional 2026: del 'meeting point' al puesto conectado*. Esta radiografía del sector señala un punto de inflexión en el que el audiovisual ha dejado de ser un complemento técnico para convertirse en infraestructura clave que impacta directamente en la productividad, la experiencia del usuario y la imagen corporativa en un entorno híbrido permanente. La transformación audiovisual afecta a todos los niveles de la organización, desde salas inteligentes y escritorios conectados hasta espacios comunes que refuerzan cultura y comunicación interna. La sala de reuniones ha dejado de ser un espacio funcional para reflejar la madurez digital y la profesionalidad de una empresa. No obstante, los datos del estudio muestran un escenario claro en el que, aunque el trabajo híbrido se ha consolidado en Europa, la mayoría de las empresas españolas todavía carecen de un ecosistema audiovisual preparado para sostenerlo y más del 78 % de las salas se han configurado de manera fragmentada, acumulando equipos sin un diseño estratégico. Sin embargo, los principales problemas del trabajo híbrido no son grandes fallos técnicos, sino fricciones cotidianas. La primera es la complejidad de uso, porque si una sala no arranca en un minuto, el usuario la rechaza. A ella se suma una calidad audiovisual insuficiente, que afecta directamente a la profesionalidad percibida. Persisten también los problemas de conectividad y BYOD, con adaptadores e incompatibilidades que entorpecen el día a día. Y, como raíz común, la falta de estandarización, que hace que cada sala funcione de forma distinta y la experiencia sea imprevisible llegando a provocar que casi tres cuartas partes del tiempo inicial de las reuniones (73 %) se pierdan.



www.revistagranhotel.com

TODA LA ACTUALIDAD A SOLO UN CLICK



Contenidos actualizados a diario, con toda la información sobre el mundo de la hostelería y el turismo.







CURT EDICIONES SA
València, 279. 3º planta · 08009 Barcelona · Tel. 933 180 101 comercialgranhotel@curtediciones.com
www.curtediciones.com



SEGURIDAD

Prevenir y proteger

La tecnología ha desempeñado un papel crucial en el incremento del nivel de seguridad en los hoteles, transformando la forma en que se gestionan y protegen los espacios de hospedaje. Estas contribuciones tecnológicas abarcan una amplia gama de áreas, desde el control de acceso hasta la vigilancia y la gestión de emergencias. *Por Isabel Fernández*



ONITY

PERSEO BY BTV



ARREGUI HOSPITALITY



Los hoteles cuentan con un flujo heterogéneo de personas (huéspedes, visitantes, trabajadores, proveedores…) que hacen que mantener sus instalaciones seguras sea todo un reto. Por ello, la seguridad en este tipo de establecimientos debe tener un enfoque integral para proteger clientes, personal y bienes, combinando medidas físicas (CCTV, cerraduras electrónicas, control de accesos…), tecnológicas (redes seguras, detección de cámaras ocultas...) y humanas (personal capacitado, protocolos de emergencia...) para prevenir delitos, incendios y otros riesgos, y asegurar la tranquilidad del huésped.

Así, Mikel Gorriti, director de Onity España, explica que "la inversión en sistemas de seguridad dentro de un establecimiento hotelero envía un mensaje contundente a los clientes sobre la prioridad que la dirección otorga a su protección y bienestar. Elementos como las cerraduras electrónicas y las cajas fuertes son imprescindibles en este ámbito, ya que reflejan un compromiso genuino hacia la seguridad de los clientes y sus pertenencias, un aspecto que ellos valoran y priorizan en su experiencia. Además, la implementación de estas medidas de seguridad no solo refuerza la confianza y fidelidad de los clientes, sino que también puede traer beneficios financieros para el hotel. Hoy en día, los viajeros prestan más atención a las características que ofrecen los hoteles, especialmente en lo que respecta a la disponibilidad de sistemas de seguridad avanzados. Contar con tecnologías que optimicen la experiencia del cliente, como sistemas de control de acceso y respuesta ante emergencias, se está convirtiendo en un factor determinante. Este enfoque ayuda a los hoteles a destacar en un mercado".

Además, Jorge Jiménez, director comercial corporativo de Perseo by BTV, sostiene que invertir en seguridad "se traduce directamente en confianza, eficiencia operativa y diferenciación competitiva. Hoy, la percepción de seguridad influye tanto en la satisfacción como en la valoración del huésped en plataformas de reserva. En la práctica, un sistema de seguridad sólido aporta protección real de huéspedes y activos (tecnologías como las cerraduras electrónicas con auditoría de eventos, circuito tropicalizado y pestillo antipánico garantizan control total y resistencia incluso en ambientes exigentes); menor carga operativa para el personal (las plataformas de gestión permiten monitorizar accesos en tiempo real, gestionar permisos y controlar el estado de las habitaciones desde cualquier dispositivo.); optimización energética y de procesos (accesorios como los economizadores reducen consumos verificando si la estancia sigue activa mediante

INNSIDE BARCELONA APOLO



RFID), y experiencia del huésped más fluida (el acceso mediante móvil, tarjeta o código mejora la autonomía y elimina fricciones). En resumen, la inversión en seguridad ya no es solo una cuestión de protección, sino un pilar estratégico para elevar la calidad del servicio y optimizar operaciones".

Análisis de riesgos

Para realizar un análisis de riesgos en un hotel, es decisivo tener en cuenta, en primer lugar, los aspectos físicos y estructurales del edificio, como la ubicación, la infraestructura, la accesibilidad y la calidad de las instalaciones de seguridad, como los sistemas contra incendios y los dispositivos de vigilancia. Hay que situar personal de seguridad en las entradas e instalar cámaras y equipo de vigilancia. Además, se deben evaluar las amenazas potenciales que podrían afectar al hotel, como robos, incendios, desastres naturales, intrusiones y actos de terrorismo. Es esencial comprender la probabilidad y el impacto de cada riesgo identificado, así como la vulnerabilidad de los sistemas de seguridad del hotel ante estas amenazas. Por último, se debe tener en cuenta el factor humano, incluyendo al personal y a los huéspedes. Se deben establecer protocolos claros de seguridad, proporcionar capacitación adecuada al personal y promover una cultura de seguridad entre los huéspedes, alentándolos a colaborar en la protección del hotel y reportar cualquier actividad sospechosa. La evaluación de riesgos en un hotel debe ser un proceso continuo y adaptable, que se actualice regularmente para abordar los cambios en el entorno y las nuevas amenazas emergentes.

Sistemas de control de acceso

Los hoteles utilizan una variedad de medidas de seguridad electrónicas para proteger a sus huéspedes, empleados e instalaciones. Una de las más habituales son los sistemas de control de acceso que pueden registrar quién entra y sale de una habitación u otra instala-



ARCON



ción, lo que proporciona un nivel adicional de seguridad y permite un seguimiento preciso del movimiento de los huéspedes y el personal. El hotel debe proporcionar capacitación adecuada a su personal sobre el uso correcto del sistema de control de acceso, incluyendo cómo asignar y gestionar las llaves de las habitaciones, cómo responder a situaciones de emergencia y cómo mantener la seguridad de los datos del huésped. Antes de la instalación, es importante realizar una evaluación exhaustiva de todas las áreas que requerirán control de acceso, incluyendo habitaciones, áreas comunes, áreas de servicio y zonas restringidas para el personal. Hay que asegurarse de cubrir todas las entradas y salidas importantes, así como planificar la instalación de dispositivos de control de acceso de manera estratégica para garantizar una cobertura total y evitar puntos ciegos donde el acceso no esté supervisado.

Para una gestión eficiente de las llaves de las habitaciones y la información de los huéspedes, es esencial integrar el sistema de control de acceso con el sistema de gestión de propiedad (PMS) del hotel. Esta integración posibilita la asignación automática de habitaciones, seguimiento de los movimientos de los huéspedes y facilita la gestión de los registros de acceso.

Alberto Toro, director de la División de Seguridad de Arcon, aconseja "las cerraduras de proximidad con apertura mediante Bluetooth porque la tecnología RFID evita que las tarjetas se puedan clonar, así como desmagnetizar con el móvil".

Por su parte, Jorge Jiménez, de Perseo by BTV, comenta que "depende del tipo de hotel, pero hoy las tendencias globales en control de acceso se centran en acceso móvil y credenciales digitales (el huésped ya espera abrir su habitación desde el teléfono. Este sistema reduce tarjetas perdidas, agiliza el *check in* y aumenta la autonomía); auditorías avanzadas y analíticas (los sistemas registran cientos de eventos, lo que permite detectar incidencias, mejorar la seguridad y optimizar procesos internos); integración total con PMS y sistemas de terceros (el acceso se coordina con *housekeeping*, mantenimiento, energía y *check in* automáticos. La API abierta es ya un estándar); reducción de

DETECCIÓN DE INTRUSIÓN

Al diseñar la instalación del sistema de detección de intrusión, es fundamental ubicar estratégicamente los sensores de movimiento y los contactos magnéticos en puertas y ventanas. Se deben colocar en lugares que cubran áreas críticas y puntos de acceso vulnerables, asegurando una detección efectiva sin generar falsas alarmas.

Con el objetivo de incrementar la fiabilidad del sistema, se aconseja instalar múltiples dispositivos y rutas de comunicación. Ello implica incorporar múltiples sensores en áreas clave y emplear tecnologías de comunicación redundantes, como conexión cableada e inalámbrica, para garantizar que las señales de alarma se transmitan de manera confiable al centro de control.

Para una gestión eficiente de la seguridad, se debe integrar el sistema de detección de intrusión con otros sistemas de seguridad, como control de acceso y videovigilancia, ya que posibilita una supervisión centralizada y una respuesta coordinada ante cualquier problema de seguridad.

ARCON



mantenimiento y mayor durabilidad (materiales como el acero inoxidable AISI 304 y circuitos tropicalizados prolongan la vida útil y permiten entornos húmedos o costeros), y sostenibilidad y eficiencia energética (los economizadores conectados con el sistema de accesos ajustan el uso eléctrico según la ocupación real)".

Asimismo, Mikel Gorriti, de Onity, agrega que "los proveedores de sistemas de control de acceso en hoteles están enfocados en la innovación para optimizar la operación interna y la capacitación del personal, buscando además mejorar la experiencia del cliente a través de las tecnologías móviles y soluciones en la nube. La conectividad móvil se ha convertido en un estándar de la industria hotelera. Este sistema permite un *check in* y acceso más rápidos e intuitivos, lo que mejora la seguridad y la eficiencia operativa al gestionar el acceso a las instalaciones. Los hoteleros muestran un interés creciente en combinar estética y funcionalidad en los sistemas de cerraduras. Esto enriquece la imagen del establecimiento y permite una mejor integración con el diseño interior. La conectividad también se está convirtiendo en una tendencia relevante, ya que posibilita que las cerraduras se conecten a otros dispositivos del hotel para poder combinar diferentes funcionalidades, optimizar procesos y mejorar la experiencia del cliente. Por último, la sostenibilidad está adquiriendo cada vez más importancia, con hoteles que buscan soluciones de seguridad que minimicen su impacto ambiental".

Cajas fuertes

Las cajas fuertes modernas para hoteles incorporan múltiples capas de características de seguridad. Los paneles electrónicos con códigos programables permiten a los huéspedes establecer sus propias combinaciones, mientras que los sistemas de bloqueo automático se activan tras varios intentos incorrectos. Muchas cajas fuertes también incluyen registros de auditoría que registran todos los intentos de apertura, proporcionando a la administración del hotel una supervisión de seguridad valiosa. Algunas cajas fuertes de gama alta cuentan con autenticación biométrica, añadiendo una capa adicional de protección mediante el reconocimiento de huellas dactilares. Esta tecnología garantiza que solo los usuarios autorizados puedan acceder al contenido de la caja fuerte, haciendo prácticamente imposible que personal no autorizado vulnere el sistema de seguridad.

Al seleccionar cajas fuertes para hoteles, el tamaño importa significativamente. La caja fuerte ideal debe poder alojar objetos de valor comunes como ordenadores, tabletas, pasaportes y joyas, manteniendo al mismo tiempo un diseño compacto que se integre perfectamente en los muebles de la habitación. La mayoría de las cajas fuertes de calidad tienen dimensiones internas de al menos 13 pulgadas de ancho y 17 pulgadas de profundidad, lo que permite acomodar dispositivos electrónicos más grandes.

FREEPIK



VIDEOVIGILANCIA

Antes de instalar los equipos de videovigilancia, hay que identificar los puntos críticos donde se requiere una mayor observación, como áreas de circulación, puntos de entrada y salida, zonas de estacionamiento y áreas sensibles como la recepción y la zona de almacenamiento, además de ascensores y escaleras, piscinas y gimnasios, salas de conferencias y centros de negocios, restaurantes y bares…

Pero es importante asegurarse de cumplir con todas las regulaciones de privacidad y leyes locales relacionadas con la videovigilancia. Esto incluye informar a los huéspedes sobre la presencia de cámaras de seguridad y garantizar que su privacidad sea respetada.

También se debe capacitar al personal del hotel sobre cómo utilizar el sistema de videovigilancia de manera efectiva, incluyendo cómo acceder a las imágenes, revisar grabaciones y responder a situaciones de emergencia.

Además, se tiene que realizar un mantenimiento regular del sistema de videovigilancia para garantizar su funcionamiento óptimo, lo que incluye limpieza de cámaras y lentes, actualización de *firmware* y reemplazo de equipos defectuosos.

La capacidad de la caja fuerte debe equilibrar las necesidades de los huéspedes con las limitaciones de espacio disponibles. Muchos hoteles optan por cajas fuertes con estantes o compartimentos ajustables, maximizando la eficiencia de almacenamiento mientras mantienen los artículos organizados y fácilmente accesibles

Las cajas fuertes para hoteles deben resistir intentos de manipulación no autorizada y mantener su integridad estructural durante años de uso. Las cajas fuertes *premium* suelen tener una construcción de acero sólido con paredes de al menos 2 mm de grosor. La puerta debe ser aún más gruesa, normalmente entre 4 y 6 mm, para evitar intentos de entrada forzada. El acabado exterior debe resistir arañazos y mantener su apariencia a pesar del uso frecuente. Las superficies recubiertas con pintura en polvo o cromadas ofrecen durabilidad y atractivo estético, integrándose perfectamente en la decoración de habitaciones de hotel de lujo.

Además, cuentan con paneles de control intuitivos que ofrecen instrucciones claras en varios idiomas. Los teclados retroiluminados mejoran la visibilidad en condiciones de poca luz, mientras que las pantallas LED proporcionan una retroalimentación clara durante el funcionamiento. La interfaz debe ser lo suficientemente sencilla para usuarios primerizos, manteniendo al mismo tiempo características de seguridad robustas.

Las funciones de anulación de emergencia son esenciales para la gestión del hotel, ya que permiten al personal autorizado ayudar a los huéspedes que olviden sus códigos o presenten problemas técnicos. Estos sistemas de anulación deben mantener la seguridad mientras brindan el acceso necesario cuando se requiera.

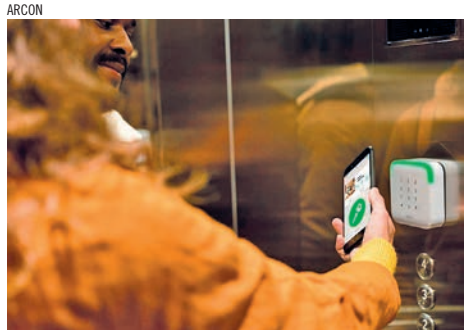
Los sistemas de alimentación confiables son cruciales para las cajas fuertes electrónicas de hotel. La mayoría de los modelos funcionan con pilas alcalinas y cuentan con indicadores de batería baja para evitar bloqueos. Algunas cajas fuertes *premium* incluyen puertos de alimentación de respaldo para una fuente de energía externa en casos de emergencia. Los hoteles deben implementar horarios regulares de mantenimiento para verificar los niveles de batería y el funcionamiento del sistema, asegurando así un funcionamiento continuo y la satisfacción de los huéspedes.

En cuanto al tipo de cajas fuertes que existen y cuál es la más demandada para según qué necesidades, según Robin Brime, director general de Elsafe España, “hoy en día, las cajas fuertes electrónicas son las más recomendadas para hoteles, ya que eliminan la necesidad de llaves físicas, ofreciendo una solución más práctica tanto para los huéspedes como para el personal. Estas cajas deben ser fáciles de usar, intuitivas y lo suficientemente espaciosas para guardar dispositivos personales como ordenadores portátiles o *tablets*. En alojamientos vacacionales o albergues, donde el uso de la caja fuerte suele tener un acceso adicional, es fundamental que su gestión sea

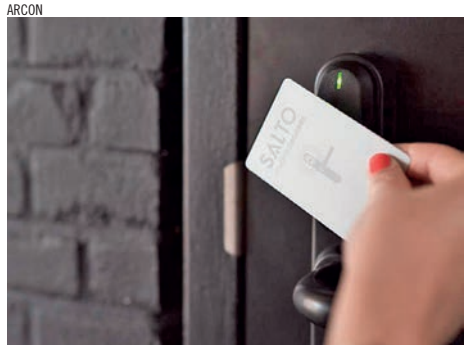
ONITY



ARCON



ARCON



ELSAFE ESPAÑA



VITRIFRIGO



sencilla y eficiente, garantizando una experiencia moderna y cómoda tanto para los turistas como para el equipo de recepción". Además, Jorge Jiménez, de Perseo by BTV, asegura que "en el ámbito hotelero existen tres grandes tipologías: cajas electrónicas con teclado (adecuadas para la mayoría de las habitaciones; son intuitivas, permiten códigos de 4-6 dígitos y suelen incorporar auditoría), cajas con apertura sin contacto –RFID– (ideales para hoteles que quieren homogeneizar la experiencia: la misma tarjeta que abre la habitación también abre la caja; favorece accesibilidad y moderniza la experiencia) y cajas con pomo más código (sencillas, están pensadas para alojamientos con menor rotación o que buscan una solución funcional y económica)".

Agustín Garlito, director comercial de Arregui Hospitality, también hace hincapié en que "en el mercado existen cajas fuertes electrónicas de accionamiento manual y de apertura motorizada, siendo estas últimas las más demandadas por su superior nivel de prestaciones. Tanto en hoteles vacacionales como fundamentalmente *business*, el cliente demanda una caja fuerte con capacidad de almacenamiento y carga de dispositivos electrónicos, como *laptops*, *tablets* o teléfonos móviles. En cuanto al uso se refiere, el cliente prefiere un sistema fácil de introducción de un código personal y confidencial presionando un panel de botones".

Por lo que se refiere a dónde es interesante ubicarla, desde Vitrifigo responden que, ante todo, hay que tener "discreción: cuanto menos visible esté, más difícil será el intento del robo. También debe tener dificultad de extracción (siempre anclada, empotrada o reforzada; una caja que puede levantarse es una caja robada), accesibilidad, según uso (en un hotel debe ser fácil de usar), entorno estructural (evitar paredes muy finas –más fáciles de romper–, zonas húmedas (baños) para no dañar mecanismos electrónicos y cerca de ventanas)". Por tanto, fuentes de esta empresa recomiendan "dentro de un armario a media altura, ya que es fácil para el huésped, discreta y evita que quede a simple vista; en un mueble cerrado o con puerta, porque ofrece ocultación sin dificultad de uso; empotrada en pared dentro del armario, al ser mucho más segura, difícil de arrancar y no ocupa espacio visible".

FREEPIK



EL CENTRO DE CONTROL

Un centro de control integra todos los sistemas de seguridad, incluyendo videovigilancia, control de acceso, sistemas de intrusión, protección contra incendios y sistemas de gestión de edificios para la protección de huéspedes, personal e instalaciones del hotel, garantizando un entorno seguro y cómodo para los involucrados.

Las características y equipos que deben incluir son:

- **Visualización y monitoreo en tiempo real: debe contar con pantallas grandes y sistemas de visualización que permitan al personal de seguridad monitorear todas las áreas en tiempo real.**
- **Capacidad de respuesta rápida: debe estar equipado con tecnología que permita una respuesta rápida a situaciones de emergencia o amenazas potenciales.**
- **Integración de sistemas de comunicación interna y externa: para posibilitar una coordinación efectiva con el personal del hotel y las autoridades locales.**
- **Respaldo de energía y redundancia: estos sistemas garantizan el funcionamiento del hotel incluso en cortes de energía u otras interrupciones.**
- **Seguridad física: debe estar ubicado en un área segura y protegida del hotel, con acceso restringido solo al personal autorizado.**
- **Capacidad de archivo y registro: para permitir la revisión y análisis de incidentes pasados para mejorar la seguridad y eficiencia operativa.**
- **Flexibilidad y escalabilidad: con el objetivo adaptarse a las necesidades cambiantes del hotel y posibilitar la integración de nuevas tecnologías y sistemas en el futuro.**

Fuente: Asociación Española de Empresas de Seguridad (AES Fundación)

Asimismo, Agustín Garlito explica que "los diseñadores de habitaciones de hotel buscan lugares seguros donde los clientes puedan custodiar sus objetos de valor, demandado en sus nuevos proyectos cajas fuertes que puedan integrarse en cajones de mobiliario existente con un sistema de apertura superior de fácil acceso".

Con respecto a las últimas novedades en este mercado, Robin Brime, de Elsafe España, resalta que "las soluciones tecnológicas para hoteles están transformando la gestión de la seguridad, destacando especialmente la gestión *on line*, que permite controlar el alquiler y las aperturas de emergencia de manera ágil y eficiente, con ventajas como el acceso a información en tiempo real y el registro completo de la actividad de las cajas fuertes. Asimismo, aumenta la demanda de cajas fuertes con enchufes internos y puertos USB, que permiten cargar dispositivos electrónicos de forma segura mientras permanecen protegidos. Es importante que la tecnología aporte valor añadido sin complicar la experiencia del usuario. Para los huéspedes, el manejo de la caja fuerte debe ser sencillo y práctico, evitando funciones innecesarias que puedan dificultar su uso".

HOSPES LAS CASAS DEL REY DE BAEZA



NORMATIVA CONTRA INCENDIOS

La normativa contra incendios o protección contra incendios (PCI) en hoteles es el conjunto de disposiciones que regulan las condiciones de seguridad que deben tener los hoteles para evitar un incendio o minimizar sus consecuencias. Se aplica tanto a la construcción como a la reforma, ampliación o mantenimiento de los hoteles. Esta normativa se basa en dos principios fundamentales: prevención (evitar que se produzca un incendio, mediante el control de las fuentes de ignición, la limitación de los materiales combustibles y la formación del personal) y protección (orientada a reducir el impacto de un incendio). Los medios para reducir las consecuencias de un siniestro son la detección, el aviso, la extinción, el confinamiento, la evacuación y el rescate de las personas afectadas.

Entre otras medidas, el hotel debe contar con un sistema de detección y alarma de incendios, que permita identificar y avisar de la presencia del fuego en el menor tiempo posible. Por eso, se deben colocar detectores de humo, calor o llamas, y alarmas sonoras y visuales, que se activen automática o manualmente en caso de incendio. Además, tener un sistema de extinción de incendios es imprescindible en cualquier hotel. De esta forma, será más fácil controlar y apagar el fuego en el origen o en su propagación. Disponer de medios de extinción portátiles (extintores) o fijos (bocas de incendio) es clave para lograr este objetivo.

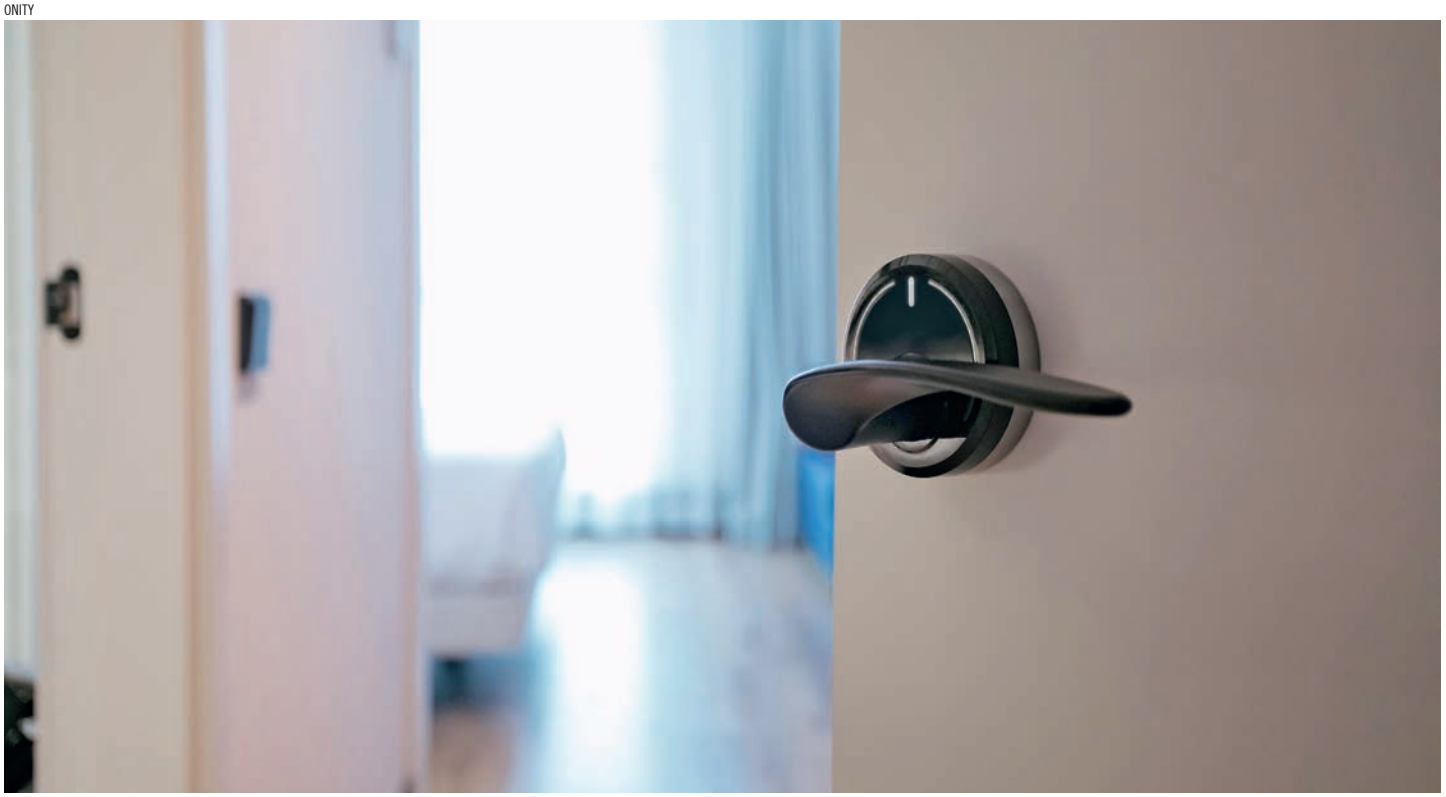
Los hoteles están obligados a disponer de un plan de evacuación que posibilite salir del edificio de forma rápida y segura frente a un siniestro. Para ello, es fundamental habilitar salidas de emergencia suficientes y accesibles, que conduzcan a zonas seguras. Asimismo, se tienen que evitar obstáculos o elementos que dificulten el paso o la orientación de las personas.

Además, Garlito destaca que "se está implantando en los hoteles el Master Random Code (MRC) o sistema de apertura de emergencia que genera de manera aleatoria un único código master para la apertura de la caja fuerte".

Desde Vitrifrigo apuestan por la biometría avanzada y sistema de accesos modernos: "La autentificación por huella dactilar, reconocimiento facial o incluso tecnologías de *vein-scan* (escaneo de venas) están consolidándose como método estándar en cajas fuertes modernas. Algunos modelos combinan varios factores de autenticación (por ejemplo, biométrica, más código, más registro digital), siguiendo la tendencia hacia autenticación multifactor, lo que mejora la resistencia a intrusiones. Y cada vez es más habitual ver cajas fuertes con desbloqueo prácticamente instantáneo, muy útil en emergencias o accesos frecuentes".

Por último, Mikel Gorrity, de Onity España, recuerda que "algunos hoteles ofrecen el uso de cajas fuertes como un servicio adicional, permitiendo al cliente alquilarlas. Esta modalidad, que puede incluir *software* o dispositivos tipo *stick*, representa una fuente de ingresos adicional atractiva para el establecimiento y se alinea con la tendencia de brindar experiencias personalizadas a los clientes".

ONITY



Puertas antipánico y cortafuegos

Las puertas antipánico y cortafuegos para hoteles deben ser resistentes al fuego (RF) con clasificación específica (ejemplo RF30, RF60) según su ubicación, tener cierre automático obligatorio con muelle, permitir apertura fácil y sin llave por dentro, integrar una barra antipánico certificada, ser duraderas, tener un correcto ajuste, y cumplir estrictamente la normativa local y el Código Técnico de Edificación (CTE), asegurando siempre la evacuación segura de huéspedes y personal.

Vicente Gil Molina, director técnico de Andreu Barberá, apunta que "la reglamentación (CTE) establece qué puertas deben ser resistentes al fuego: las puertas de habitación y las puertas de sectorización (pasillos, escaleras, instalaciones, etc.). También establece qué puertas deben disponer de antipánico, que son las situadas en vías de evacuación".

Este experto también señala que la normativa no determina de qué materiales han de estar fabricadas las puertas, pero "sí sus niveles de clasificación de resistencia al fuego (EI2t-C5) y los requisitos, en su caso, para su aptitud como puertas de evacuación".

Para Gil Molina, "el propietario del edificio debe garantizar la seguridad en caso de incendio de sus ocupantes, para lo cual debe asegurarse de que las puertas de protección contra incendios disponen de la documentación que justifica su validez. Si son puertas de interior deben aportar un informe de clasificación con la prestación EI2t-C5 requerida. Y si son puertas de exterior, deben disponer del Marcado CE con los niveles de prestaciones exigidos". Además, las puertas deben haber sido correctamente instaladas, estar en perfecto estado de mantenimiento y ser usadas adecuadamente, siempre siguiendo las instrucciones aportadas por el fabricante".

El director técnico de Andreu Barberá también destaca que "la novedad más significativa es, a nivel técnico y reglamentario, la obligación de que los dispositivos de apertura y cierre, tanto mecánicos como electromecánicos, dispongan de documentación que evidencie la validez para su uso en las puertas de protección contra incendios en las que van a ser instalados".●



ANDREU BARBERÀ



Kärcher

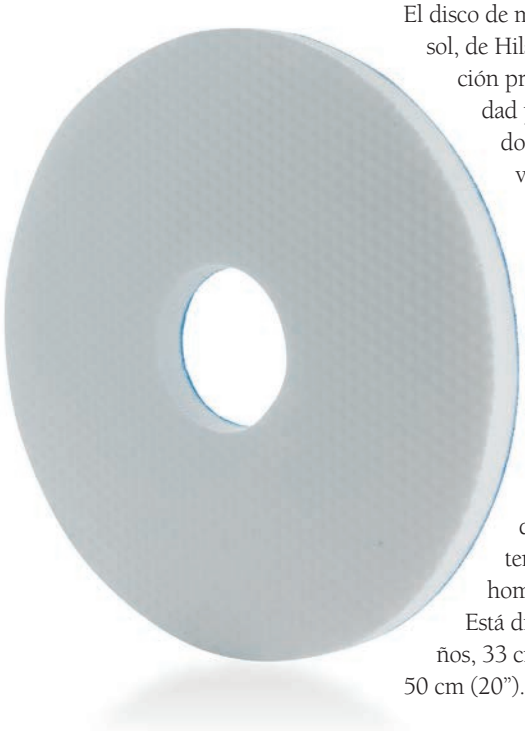
La fregadora-aspiradora Kärcher BR 30/4 C Ep Adv es la alternativa profesional y compacta para la higiene de suelos en hostelería, ideal para espacios reducidos. Ofrece una presión de contacto 10 veces mayor que la mopa tradicional, garantizando una limpieza profunda y eficaz. Su gran valor añadido es el secado inmediato del suelo, lo que elimina el riesgo de resbalones y permite el uso instantáneo. Para una limpieza responsable, se recomienda usar el detergente FloorPro CA 50 C eco!perform, altamente concentrado y con certificación Ecolabel de la UE. Esta combinación no solo optimiza el rendimiento del equipo, sino que garantiza una limpieza suave, efectiva y respetuosa con el medio ambiente.



IPC

Los aspiradores de polvo y líquidos de IPC son herramientas indispensables para la limpieza eficiente por su potencia, versatilidad y aplicabilidad en diversos sectores. Su potencia de aspiración permite eliminar suciedad, polvo y líquidos con rapidez y profundidad. Destacan por su gran versatilidad, ahorrando tiempo al manejar residuos secos y líquidos sin necesidad de cambiar equipos. Incorporan un sistema de filtración avanzado que mejora la higiene, capturando polvo fino y manteniendo el aire limpio. Son ideales para entornos como hostelería, talleres, industria automotriz y construcción, adaptándose a diferentes necesidades.

Hilados Biete



El disco de melamina SuperPad Ressol, de Hilados Biete, es una solución profesional de alta durabilidad para limpieza con barredoras y fregadoras de baja velocidad (120-350 rpm). Su estructura 100 % melamina con base de velcro proporciona una acción eficaz sobre suelos microporosos no rugosos como cerámica, gres, mármol, terrazo y vinílicos. Permite trabajar únicamente con agua o con el detergente habitual, manteniendo un rendimiento homogéneo y consistente. Está disponible en tres tamaños, 33 cm (13”), 43 cm (17”) y 50 cm (20”).

Dino

Dinomaq es un limpiador extra rápido de espuma controlada que no contiene disolventes. Indicado para la limpieza de suelos con máquinas fregadoras, está especialmente formulado para trabajos que, por su naturaleza, sólo permiten un contacto leve entre el detergente y la superficie a limpiar. Tiene una alta capacidad para eliminar rápidamente la suciedad y es altamente humectante. Se trata de un producto no clasificado como peligroso: no es corrosivo, tóxico ni inflamable. Tiene efecto antiestático residual: retarda la fijación de polvo y suciedad en general.





Polti

Polti Cimex Eradicator Plus es un sistema innovador de limpieza y desinfección a vapor seco sobrecalentado, diseñado para eliminar eficazmente bacterias, virus y parásitos como los chinches de cama, sin necesidad de productos químicos. Su facilidad de uso y eficacia lo convierten en una solución ideal para el sector hostelero, garantizando ambientes higienizados y seguros para clientes y trabajadores.



La fregadora autónoma X4 ROVR de Tennant Company está diseñada específicamente para operar de forma autónoma. Su diseño compacto y tecnología de visión por ordenador le permite maniobrar eficientemente en espacios reducidos. Está equipada con un depósito de 38 litros y una batería de iones de litio, limpiando hasta 1.860 m² con una carga de dos horas y media. Incluye herramientas digitales como la aplicación BrainOS® de Brain Corp para supervisar y mejorar operaciones. Su enfoque mejora la eficiencia y permite a los equipos priorizar tareas de mayor valor.

Tennant Company



Ozonotec

Ozonotec 20G3L Cool es un equipo automático de desinfección diseñado para lavado, desinfección y desengrasado de espacios y superficies, incluidos baldeos. Genera agua ozonizada en muy alta concentración, en línea, sin depósitos. Este aparato elimina patógenos como bacterias, virus, esporas, hongos, incluso larvas de insectos, y todo esto sin necesidad de consumibles y sin dejar ningún tipo de residuos. Es ideal para instalar en restauración para lavado de frutas y verduras, con conexión a lavavajillas.



Ecolab

Con tecnología simbiótica, MAXX Synbiotic Scrub de Ecolab no solo limpia al instante, sino que prolonga su acción para que cada superficie permanezca impecable. Su fórmula eficaz a bajas concentraciones reduce retrabajos y optimiza cada minuto. Diseñado para fregadoras-secadoras, ofrece baja espuma y depósitos sin olores, cuidando la máquina tanto como el entorno. En Alemania, la alianza con Columbus demostró que la innovación y la eficiencia pueden ir de la mano, elevando el rendimiento de sus equipos.

AVANCE PRÓXIMO MES

Nº 273

AMBIAZZA



TENDENCIAS

Mobiliario exterior

El mobiliario exterior para contract se ha convertido en un elemento clave en el diseño y la funcionalidad de hoteles y restaurantes. Más allá de su simple aspecto decorativo, estos muebles cumplen con estrictos criterios de durabilidad, ergonomía y resistencia, adaptándose a las exigencias de espacios de alto tránsito.

GOMARCO

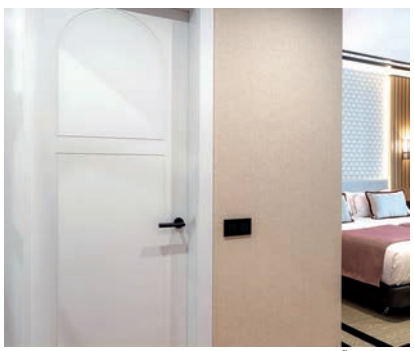


DOSSIER

Equipos de descanso

Una buena cama es fundamental para conseguir que mente y cuerpo descansen y se renueven mientras se duerme.

Puertas



CATALONIA PLAZA ESPAÑA (VICAIMA)

Al igual que en todos los edificios públicos, hoteles y restaurantes deben garantizar el acceso sin barreras y las medidas cortafuegos preventivas, ya que la comodidad y la seguridad de los huéspedes son fundamentales.

VP BILOBA SPA (VP PLAZA ESPAÑA DESIGN)



Proyectos *wellness*

El diseño de un centro de bienestar y spa requiere una cuidadosa planificación y una rigurosa organización de los espacios que no se limite solo al aspecto estético, sino que garantice un ambiente confortable y funcional para el usuario.

ALLEGRO COZUMEL



Espacios infantiles

La implementación de áreas infantiles tiene numerosos beneficios tanto para los niños como para el propio hotel. Al instalar estas zonas, se crea un entorno atractivo y seguro que promueve el desarrollo físico, emocional y social de los niños.

Culinary uniforms
unite fashion with function

www.chefworks.es
Creado para profesionales en movimiento



ChefWorks®
SPAIN

+34 624 633 815 ventas@chefworks.es

envíos a toda España | asesoramiento | stock permanente | personalización y taller propio de bordado

QUICK WAVE

El horno **ultrarrápido** **x4** veces más **productivo**

Tecnología **Impingement** + Cocción **Convección** + **Microondas**



LA NUEVA GENERACIÓN
DE LA **COCCIÓN**
HIPERACELERADA

1 **Incrementa la productividad**
Mismo espacio,
x4 elaboraciones simultáneas

2 **Gestión integral**
Mychef Cloud asistido con IA

SOLICITA INFORMACIÓN

mychef.pro mychefpro.com