



Mobiliario interior

El alma del establecimiento

VONDOM (NHOW HOTEL BERLIN)

El interiorismo en el sector contract apuesta por la personalización y la originalidad. Muebles tapizados, versátiles, con iluminación incorporada o de materiales sorprendentes... El hotel encuentra y transmite su estilo en cada detalle, pero no olvida la funcionalidad, la simplicidad de formas y la facilidad de mantenimiento. *Por Eva Caballero*

Personalidad y diferenciación. Así de claro lo dice José Casares, director comercial de Capdell. Para él, los muebles son elementos que marcan el estilo en la decoración y transmiten los valores y la personalidad del establecimiento, “y esto es especialmente importante en los pequeños hoteles *boutique*, que desprenden una sensación de calidad y sofisticación, alejándose de la imagen estandarizada de las grandes cadenas”.



A través de los muebles y el atrezzo, el hotel puede transmitir cuantas sensaciones desee. Más allá del confort, el interiorismo busca seducir la mirada del huésped y envolverlo en emociones positivas. Para estar a la última siempre, el hotel debería actualizar su mobiliario cada 10 años, aunque las mesas y armarios de materiales nobles, si se trata de piezas clásicas, resistirán mucho más. La experiencia del cliente es la clave para que re-



SEMACA CONTRACT. RESTAURANTE KASBAH, DEL H10 TIMANFAYA PALACE DE LANZAROTE

pita o recomiende el hotel. Además de estéticos, los muebles deben ser confortables y prácticos. Con unos buenos sofás o unos preciosos muebles de diseño, se puede cambiar completamente la percepción del establecimiento. Como una tarjeta de presentación, el estilismo es un 50% responsable de la satisfacción del cliente.

“La decoración de los hoteles es lo que define la marca de cada cadena actualmente. Es el mobiliario, y obviamente el emplazamiento, lo que determina que un hotel se clasifique como rural o urbano, entre otros”, apunta Marian Casadesús, directora comercial de Casadesús. Está claro, y así lo determinan desde Vondom también, que el hotelero elige un tipo de mobiliario u otro en función del estilo que quiera transmitir, de la ubicación del hotel y de las características de sus clientes.

No hay la menor duda de la enorme importancia que tiene el mobiliario interior para un hotel, ya que es el alma de éste en sí mismo y será la imagen que le llegue al huésped. Sobrepasar el umbral emocional del cliente a través de los muebles, para causarle una impactante impresión, es posible, y es algo que los responsables de Vondom aconsejan mucho para que el cliente recomiende la experiencia.

“La psicología ambiental nos dice que los contextos por los que se mueve el individuo influyen sobre él, sus relaciones con el medio, sus formas de reaccionar y organizarse; por ello, el mobiliario,

su color y su textura ejercen una gran influencia en el estado de ánimo del usuario y, por tanto, en su grado de satisfacción”, explica Ana Rojas, dueña de la empresa Muebles Combinados Rojas.

La filosofía de los hoteles está en constante cambio, adaptándose a los tiempos. Hoy, a diferencia de antaño, los hoteles quieren transmitir sensaciones y experiencias únicas, más allá de dar un simple cobijo o alojamiento. “Reproducir la sensación de que el cliente se sienta como en casa ha

pasado de moda y la tendencia es precisamente la contraria. A través del interiorismo, los hoteles buscan sorprender, ofrecer a sus clientes vivir nuevas experiencias muy distintas a las del día a día. Por esto, el mobiliario interior de este sector ya no responde solo a los factores de comodidad y confort, sino también a los de originalidad y unicidad”, declara Isabel Arias, del Departamento de Diseño de Semaca Contract. Así, el mobiliario es el alma del hotel.

Sus colores, sus piezas, su estilo y sus formas determinarán el estilo y la personalidad de cada una de las estancias.

ADEMÁS DE SEDUCIR POR SU ESTÉTICA, LOS MUEBLES DEBEN SER PRÁCTICOS, RESISTENTES Y CONFORTABLES

Premisas

Es crucial a la hora de elegir el mobiliario tener muy claro qué imagen queremos que nuestros clientes tengan de nuestro negocio. “Utilizar productos juveniles y con colores llamativos hace que la gente se sienta en un lugar familiar y amigable, relajados y alejados de la seriedad cotidiana. Si lo



que buscamos es un ambiente serio, dedicado a cuidar el gusto por el lujo, el uso de la madera noble y de los tejidos pesados creará una imagen de exclusividad. Fuera de una impresión puntual como la que he descrito, la utilización del mobiliario como elemento conector para crear una imagen coherente es un recurso básico en la decoración de ambientes públicos”, explica Pablo Cano, responsable del Departamento de Diseño de Beltá-Frajumar.

Ante todo, Ana Rojas dice que, “antes de pensar en un estilo o una distribución de un espacio, deberíamos preguntar: ¿A qué tipo de usuario va a ir dirigido el hotel? Negocios, familiar, etc... ¿Cuáles son las necesidades reales? ¿Cuál es la situación del hotel? Urbano, playa, rural... y aplicar el sentido común en cada caso”.

El hotelero, según Marian Casadesús, “busca di-

COMO UNA TARJETA DE PRESENTACIÓN, EL ESTILISMO EN ESTE SECTOR ES UN 50% RESPONSABLE DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

seño, precio y calidad, por este mismo orden”, y añade que “es el interiorista de cada proyecto el que toma las diferentes propuestas que ofrece el fabricante y lo adapta a su criterio: la selección de acabados y de los modelos es, en definitiva, lo que da cuerpo y decora los espacios. El mismo sofá, con distinta tapicería, puede parecer otro totalmente diferente”.

La funcionalidad, la resistencia, el diseño y el mantenimiento son factores que juegan un papel

primordial a la hora de tomar una decisión. Así lo defiende Isabel Arias, quien añade que “el mobiliario debe cumplir la misión y objetivo para lo que es creado; debe ser resistente, ya que va a estar sometido a bastante uso; tiene que tener diseño, para captar la atención y agradar al usuario, y, además, tiene que ser fácil de limpiar y mantener”.

Un punto que no hay que olvidar es la funcionalidad. Asier Zabalo, de Stua, recuerda que “tiene que ser mobiliario adecuado al estilo del cliente potencial al que quiere dirigirse el hotel. Es importante también pensar en el bienestar de los propios trabajadores del hotel, en cuanto al manejo de los muebles, etc. (es decir, no es lo mismo una silla ligera, que una pesada, si son apilables o no...)”. Hay que pensar en todo.

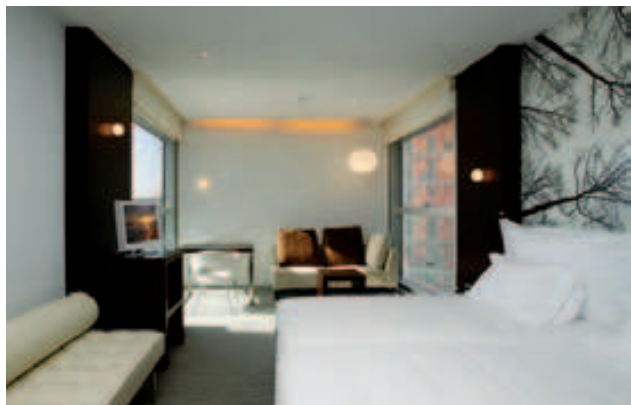
En cuanto a características técnicas, Ana Rojas apuesta por la durabilidad y la resistencia de los materiales, “que deben ser fáciles de mantener y, sobre todo, estar adecuados a las normativas vigentes. Las premisas estéticas de las que partimos son las de que se debe transmitir, ante todo, sensaciones de espacio, amplitud, orden, sosiego, pero sin renunciar en ningún momento a la funcionalidad”. Una vez más, Pablo Cano recuerda que los productos deben ser duraderos, estar bien acabados y ser polivalentes: “El mobiliario ha de ser rotundo y no puede dejar lugar a duda alguna”.

Pero, ¿qué colores y materiales son los más adecuados o recomendados? “Todos los colores son vigentes y están de moda, lo que sí nos hemos percatado en Casadesús es que hay una tendencia generalizada a seguir los colores que se ponen de moda en confección de ropa. Pero, en general, los ambientes de tonos oscuros con pinceladas (una butaca, una mesa o un cuadro) de colores vivos (verdes o morados) son lo que más se lleva”, asegura Marian Casadesús.

“Parece que hay un resurgir de la madera por las propuestas vistas en la feria de Milán o bien combinados de madera y metal”, destaca Marian Casadesús. En cuanto a los tonos, ¿cuándo apostar por claros o por oscuros? “Ello estará en función del tamaño de la estancia: colores claros para estancias pequeñas y viceversa. Nosotros preferimos hablar

de ambientes, el color estará en función del ambiente que deseemos crear y ese ambiente, si es el adecuado al entorno y al usuario, siempre estará de moda”, responde Ana Rojas.

En época de crisis, según Marian Casadesús, “la tendencia va hacia los gustos más clásicos y conservadores; de todas formas, todo está de moda, lo importante es tener gusto en la mezcla”. Su empresa tiene experiencia y ha colaborado en los proyectos decorativos de AC Hoteles, Jumeirah y



Hilton, entre otros, fundamentalmente en zonas comunes o suites.

Isabel Arias advierte que, como en todo, las tendencias y las modas cambian cada nueva temporada: “Por esto, es importante la elección de colores que permanezcan en boga durante un tiempo. Así, los colores neutros como crudos, beige y blancos cumplen esta característica, vistiendo los diferentes espacios y dotándoles de un ambiente confortable. Lo mismo opina José Casares, que advierte que “los colores claros y los acabados naturales siempre son una garantía de elegancia, pero es necesario que vayan

unidos a un diseño contemporáneo cuidado y bien ejecutado”.

En cuanto a los materiales, Isabel Arias remarca que “la creatividad, la determinación y el cuidado por los detalles hace que tanto los proveedores de mobiliario de hostelería como los propios hoteles busquen alternativas, sin nunca olvidarse de la resistencia y la funcionalidad de los materiales. Los diferentes tipos de metales, materiales sintéticos tipo polipropileno o plástico inyectado, tejidos, maderas... son los más utilizados, dependiendo de la imagen que se quiera dar al hotel”. Para Capdell, la materia preferida sigue siendo la madera, porque aporta calidez y elegancia a la par a cualquier diseño.

Pablo Cano tiene su propia teoría: “Los materiales evolucionan constantemente y en el sector de la madera y el mueble no somos ajenos a estos cambios. Los materiales más demandados son las resinas de altas prestaciones, como las nuevas melaninas o los HPL's (*high pressure laminated*). Su éxito reside en su precio y en su durabilidad y, gracias a las nuevas técnicas, las posibilidades son casi infinitas. Los materiales plásticos vuelven con fuerza, sobre todo con cierta transparencia (metacrilatos o po-

licarbonatos con acabados abrasados o pulidos calidad brillo o cepillado). La madera, evidentemente, no desaparece, pero los nuevos tratamientos permiten teñirla sin cubrirla. La veta natural sigue siendo una buena opción desde hace unos tres años y promete seguir un par de años más. Los textiles suelen irse a los nuevos tejidos técnicos, con iridiscencias, colores extravagantes y texturas de raso metálico. Otra vertiente es el tejido más natural tratado industrialmente que ofrece un aspecto artesano, como la tela de arpillera”.

LA DECORACIÓN DE LOS HOTELES ES LO QUE DEFINE LA MARCA DE UNA CADENA Y EN ESTE APARTADO EL MOBILIARIO ES PROTAGONISTA

Ana Rojas destaca que, en su empresa, cada vez usan más rechapados barnizados y lacas, y las melaninas se van empleando menos: “A los clientes les parece más adecuado apostar por la durabilidad y el aspecto natural”. Muebles Rojas ha trabajado para el Hotel Alma de Barcelona, el Hotel The Mirror de Barcelona, el Hotel Princess Jandía, el Hotel Zenit Budapest, la mayoría de los

hoteles de la cadena Catalonia, etc., por lo que puede hablar claramente de la tendencia general: funcionalidad, simplicidad en las formas y facilidad de mantenimiento. En cuanto a estética, reafirma que “se están imponiendo con mucha

fuerza las lacas, mobiliario blanco, con toques de color en los tapizados y telas. Pero la moda solo es un uso que está en boga un determinado periodo de tiempo; por eso, a veces pensamos en seguir sus tendencias y

otras en saltárnoslas. Tanto una cosa como la otra nos sirve para crear estilo”.

La resistencia es un punto clave que merece, de nuevo, ser destacado. “Sin duda, el tipo de material es muy importante para ello. El polietileno garantiza un uso prolongado, soportando las más extremas condiciones meteorológicas, conservando su color durante su vida útil. Dichas características hacen que sea un tipo de material óptimo para lugares cercanos a la costa, soleados... Sin embargo, es frecuente también su uso en interior, debido a su gran versatilidad y adaptación a los espacios”, subrayan desde Vondom, quienes añaden que, desde su vertiente más arriesgada, “los colores ácidos llegan como tendencia también al mobiliario, aunque los colores neutros siguen siendo los más empleados, ya que son fácilmente adaptables”.

Tendencia, por partes

No hay una tendencia generalizada básica. “La actual tendencia es un *mix* de reminiscencia de la primera década de 2000. Heredamos el minimalismo y el neo-rococó, tendencias de consumo expresas que se van abandonando en favor de una predilección hacia lo industrial. A partir de aquí, parece ser que la tendencia es una combinación entre artesanía y tecnología. El cambio tecnológico de la computadora en los noventa se va a ver reflejado en el cambio tecnológico que proporcionan las redes sociales en la actualidad”, remarca Pablo Cano.

Las tendencias de hoy en día dan cabida a todos los estilos. “Todo vale si tiene gusto y personalidad propia, teniendo en cuenta que las zonas comunes son el escaparate del propio hotel. También se combinan piezas de mobiliario de corte clásico con ambientaciones modernas. Lo más importante del mobiliario de las zonas comunes es que tiene que ser proporcionado con el espacio en el que se encuentra, ya que suelen ser salas de dimensiones amplias, con techos altos. Por este motivo, las piezas colocadas tienen que ser adecuadas. Conjuntos de sofás con butacas y mesas de centro, consolas con



BELTÁ-FRAUIMAR



Nhow Hotel Berlín. Espacio decorado por Vondom.

Proyectos

Existen numerosas empresas de muebles de interior con amplia experiencia en hostelería; la mayoría pueden asesorar al hotelero a decidir qué proyecto es más conveniente según sus particularidades y necesidades. Durante sus más de 30 años de existencia, Semaca ha ejecutado más de 200 proyectos hoteleros. Como ejemplo, durante los meses de abril a mayo del presente año, la empresa ha realizado la remodelación del hotel H10 Timanfaya, situado en el pueblo de pescadores de Playa Blanca, al sur de Lanzarote y en primera línea de mar. La intervención se ha realizado principalmente en las zonas comunes, creando una nueva recepción, un bar *hall*, nuevos frontales para los ascensores, dos restaurantes y un café. El proyecto de reforma fue diseñado por el estudio de arquitectura e interiorismo de Lázaro Rosa-Violán situado en Barcelona, donde destacan los tonos neutros, frescos, de inspiración marina mezclados con los elementos decorativos de gran personalidad y con un toque *vintage*. Por su parte, Vondom ha vestido hoteles alrededor del mundo, entre ellos el Nhow Hotel en Berlín, de estilo futurista diseñado por Karim Rashid. Las tumbonas Surf se despliegan al igual que un abanico en la zona *fitness/spa*. Lava Collection preside la zona del *lobby*. Piezas muy características del diseñador, por sus formas tan dinámicas y coloristas, están en varios rincones. El Hilton Turquía es otro de los hoteles que cuenta con mobiliario Vondom, así como el Hotel Hiberus, a orillas del Ebro, en Zaragoza, sorprende con la colección Rest de A-cero en tonos azulados creando en él un ambiente muy relajado.

También Capdell tiene una larga experiencia en hoteles y ha realizado instalaciones en todo el mundo. Sus proyectos abarcan desde el mobiliario de habitaciones hasta zonas comunes, restaurantes y salas de reuniones. Además de pequeños establecimientos, han decorado grandes cadenas internacionales como Hilton, NH, Meliá, Sheraton, Marriott y Paradores, entre otros.



tanto margen para arriesgarse con piezas originales o colores estridentes: “Deben recrear una atmósfera cómoda donde reine la armonía y la tranquilidad. En cambio, en el *lobby* y en las zonas nobles del edificio es conveniente crear un ambiente más especial y llamativo”. Vondom apuesta por la libertad en cuanto a formas: orgánicas, geométricas, minimalistas... Eso sí, asegura que la tendencia son los espacios diáfanos.

El mobiliario también debe adecuarse a su tiempo y al tipo de cliente. Y las estancias y su equipamiento también. “Estamos amueblando habitaciones de hotel pensando en que las necesidades del usuario actual han sufrido una notable variación con el de antaño. Por ejemplo, antes eran imprescindibles grandes armarios, las distancias eran enormes y se viajaba con mucho equipaje. Ahora no son necesarios los armarios grandes, pues se viaja con poco equipaje y las estancias son más cortas”, explica Ana Rojas.

Como norma general, según la experiencia de Pablo Cano, en los dormitorios “se eligen cabeceros tapizados con detalles en madera o melamina, los detalles con iluminación led son muy demandados. Este tipo de trabajo suele aportar una gran variedad de composiciones (lo cual tiene un aspecto negativo si las cosas no están claras, y esto puede verse en una gran cantidad de hoteles). El resto del mobiliario varía mucho dependiendo de las necesidades. Por regla general, se usan productos sencillos formalmente empleando el color, la textura y el detalle para crear personalidad.

motivos decorativos acompañadas de espejos o cuadros...”, describe Isabel Arias.

Pero, ¿qué patrones seguir para amueblar una habitación y cuáles para las zonas comunes? Tal como dice Marian Casadesús, cada proyecto es un mundo y amueblar depende mucho de los espacios, “pero en el caso de las habitaciones se concentra en cama, mesillas y, como mucho, algún sillón auxiliar. Y para las zonas comunes, un sofá para reuniones informales y zonas de trabajo tipo *office*”.

Isabel Arias piensa que esto depende, sin duda, de la categoría del hotel, ya que existen normativas específicas para cada una de ellas, pero básicamente el dormitorio debe disponer de “cama y mesitas con cabecero, escritorio y minibar con silla, armario, espejo vestidor, butaca y mesa tipo velador. Es lo mínimo para que una habitación sea práctica y funcional”.

Desde Vondom piensan que las habitaciones suponen la privacidad del cliente, con lo que no hay



BELTÁ-FRAJUMAR



CAPELL

En *hall* y zonas comunes, en cambio, el experto de Beltá-Frajumar explica que “el mobiliario ha de ser muy resistente. Por ello, el empleo de nuevos tejidos técnicos es una muy buena opción. Utilizar mobiliario que llame la atención con formas orgánicas y que incorpore detalles como botones, asimetrías y combinación de colores; esto, unido a características modulares y polivalentes, es garantía de éxito. En este sentido, el hotelero debe arriesgarse y apostar por modelos exclusivos diseñados únicamente para su establecimiento”.

Cada espacio, cada ambiente y cada lugar tienen unas necesidades propias y, por lo tanto, el mobiliario debe adaptarse a éstas. No es lo mismo un hotel urbano que uno campestre. Isabel Arias argumenta que el agitado ritmo de una ciudad conlleva que los hoteles que se encuentran en este entorno, quieran mantener una imagen vital y actual. “En los hoteles urbanos se suelen encontrar ambientes minimalistas, modernos, más sofisticados y con materiales más originales. Los materiales utilizados deben ser nobles y los colores neutros, así como las formas modernas y vanguardistas. Una mezcla perfecta entre lo exclusivo, lo elegante y lo innovador”, añade.

En un ambiente rural, en hoteles de campo, cambia mucho la cosa. “Este estilo posee un toque auténtico y único, acercándonos a lo campechano y tradicional. El tipo de mobiliario debe huir de las nuevas tendencias, prefabricados, que son fríos e impersonales. Deben ser muebles únicos, artesanos, ya que el estilo rústico es humano y cálido”, subraya Isabel Arias. El huésped espera encontrar calidez en cada detalle.

Para unas vacaciones en la playa, la especialista opina que el ambiente debe ser fresco y acogedor, con una inteligente combinación justa entre iluminación y colores. “El mobiliario, dentro de esta tipología, tiene que conseguir recordarnos dónde estamos, por eso debe responder a la relajación y tranquilidad, al sosiego y alegría”, puntualiza.

Y es que cada tipo de hotel tiene su código decorativo, y a la gente le gusta ubicarse e identificar estos patrones, según el destino y tipo de hotel en el que ha elegido cobijarse.

Lo mismo opina Ana Rojas, quien insiste en que “los muebles para hotel, además de bonitos deben

LOS COLORES Y TEXTURAS DE LOS MUEBLES DE UN HOTEL INFLUYEN EN EL ESTADO DE ÁNIMO DE LOS CLIENTES

de ser cómodos, y eso conduce a pensar que han de ser adecuados al tipo de usuario. Por ejemplo, el hotel urbano ha de contener elementos pensados también para el hombre de negocios que ha de trabajar en su habitación. Un escritorio es imprescindible en ese caso. En el hotel rural, en cambio, el mobiliario debe contribuir a crear un ambiente relajado, tranquilo y bucólico con algún toque rústico. El hotel de playa, evidentemente, ha de ser sobre

todo fresco, luminoso, alegre, con mucha luz natural y con muebles en colores claros”.

En la misma línea, Pablo Cano analiza la decoración según el tipo de hotel y va más allá: “En ambientes urbanos, en donde los sentidos se ven bombardeados constantemente con imágenes, el producto suele ser lineal y adquiere fuerza a través del uso del color y la textura. Siempre trata de sorprender al cliente en el detalle y a veces alguna estridencia suele agradecerse. Mobiliario modular que permita la generación de ambientes y espacios con agilidad suele ser una buena opción. No tener miedo a los materiales es un buen punto de partida. Un hotel rural suele contener mobiliario acogedor, natural, donde las texturas se confunden con los colores ambientales o los contrastes (normalmente definidos por los localismos) se basan en el color. Formalmente son muebles bien acabados pero con un componente artesano importante. Los hoteles costeros son espacios de consumo rápido. Habitualmente, la gente se aloja en ellos durante un periodo corto. El mobiliario sencillo, práctico y de fácil limpieza es la opción que la mayoría escoge. Se recomienda utilizar la amplia variedad de melaninas que hay en el mercado repletas de texturas y colores llamativos, en la tapicería los tejidos técnicos suelen sorprender”. ●



SEMACA CONTRACT (MINE'S COFFEE, DEL H10 TIMINAYA PALACE DE LANZAROTE)



VLM Contract

Diseño de vanguardia con los mejores materiales

La calidad de los mejores materiales se funde con un diseño de vanguardia. La colección de sillas y taburetes de Softline, distribuida por la firma española VLM, sorprende por su ergonomía, sus colores y su ligereza.

Especialista en mobiliario contract, VLM distribuye para España la marca italiana Softline, que sigue triunfando con sus sillas y sillones de personalidad única, conocidos por ser fabricados en tecnopolímeros (policarbonato transparente u opaco, polietenos o polipropilenos). Sin embargo, para otorgar calidez a sus diseños, la empresa sigue evolucionando hacia las nuevas tendencias del mercado. Por este motivo, ha apostado por introducir la madera en algunos de sus modelos para dar un toque de calidez muy especial, como es el caso de la familia bautizada como Omnibus.

Cada producto tiene su singularidad. Así, entre las novedades, se encuentran los modelos Maya y Félix, con carcasa de policarbonato y polipropileno, respectivamente, y estructura de madera.

Algunas de las mejores creaciones de la marca, que conjugan la calidez de la madera a la vez que modernidad, son el sillón Itaca, con estructura metálica y carcasa en madera curvada de haya. Otra creación singular es la silla Nora, con estructura en madera de haya, asiento de polipropileno y respaldo de policarbonato (tres materiales distintos en una misma silla).

Las sillas de Softline han superado los test de resistencia Catas más exigentes para garantizar su funcionalidad. Además, son extremadamente confortables, debido a la minuciosa ergonomía del asiento. Otro de sus productos estrella es la silla

y sillón Luna, con estructura en polietileno y carcasa monocasco en policarbonato, cómo no disponible también con estructura en madera maciza (un auténtico clásico traído al diseño). A ella hay que sumar los modelos Coupe, Tess, Tina o Pauline, con carcasa de policarbonato y estructura en madera maciza. La silla Tess ha sido la protagonista en el

Aeropuerto de Sevilla, gracias a una instalación realizada por VLM Contract para el Grupo Abades, empresa que explota los locales de restauración del aeropuerto.

La silla Arco, un clásico de Softline, está formada por una estructura apilable en polietileno blanco o negro y carcasa monocasco en policarbonato translúcido de

varios colores: transparente, fumé, rojo, violeta, naranja o azul oscuro. El restaurante Crono, situado en la Torre de Cristal de Madrid (emblemático edificio del nuevo skyline de la capital propiedad de Mutua Madrileña), cuenta entre su equipamiento con esta silla. Por último, Slim es una silla con estructura metálica y carcasa es monocasco en policarbonato. La variedad de modelos y materiales hace que la personalización en la elección de los asientos para cualquier estancia sea más especial, pudiéndose adaptar a los estilos de diferentes decoraciones, según el tipo de establecimiento hostelero. ●

VLM

Juan de Villanueva, 4.

Juan de Herrera, 12.

Elche Parque Industrial.

03203 Elche (Alicante).

Tel.: 965 683 513. Fax: 965 682 419.

E-mail: info@vlm.es

www.vlm.es



pavimentos y revestimientos

Paneles de pared 3D

La web www.panelesdepared.com ofrece un concepto novedoso y revolucionario de decoración de pared. Esta tienda *on line* se dedica en exclusiva a la venta de paneles de pared 3D, que son una solución modular para revestir las paredes creando, de manera rápida, sencilla y económica, espacios de diseño, atractivos y acogedores. Además, los paneles 3D son ecológicos, ya

que están fabricados de pulpa de bambú, y son impermeables y resistentes a la expansión del fuego. Las paredes se renuevan y los ambientes rejuvenecen innovando con las formas y los materiales. Panelesdepared.com forma parte del grupo Qendoo Europe, S.L., que tiene varias tiendas *on line* dedicadas a la distribución de productos de diseño.

Un trabajo más rápido y fácil

Pinturas Hempel lanza su nuevo producto RapidGel, una pintura plástica que destaca por la novedosa fórmula que le proporciona una textura gel que se extiende sobre la superficie a pintar de forma fácil y rápida, y consigue que el rodillo se deslice con gran facilidad. Así el trabajo resulta mucho más sencillo y cómodo. Además, su aspecto gelatinoso ayuda a que durante la aplicación se evite el goteo y las salpicaduras, lo que influye en la rapidez del trabajo que es mucho más limpio y eficiente. Este producto está disponible en color blanco con un acabado mate y se presenta en formatos de 4 y 15 litros.

Irresistiblemente magnético



Formica® Magnetic Laminate es un innovador y versátil laminado magnético. Este producto de Formica Group incorpora láminas de hierro especiales, en un tamaño de 3.050x1.220 m y es idóneo para aplicaciones verticales en un sinnúmero de espacios: desde oficinas, áreas de trabajo, centros educativos y de salud, a cocinas, establecimientos comerciales o salas de exposición. Ya sea en combinación con laminados de la Colección Formica® u otros materiales, Formica Magnetic Laminate ofrece a diseñadores una creativa solución para el revestimiento de todo tipo de superficies. El nuevo laminado puede utilizarse como pizarra o como soporte donde pegar mensajes o proyectar imágenes, presentaciones y películas.



Acabado en madera de fácil mantenimiento

Clásicos, elegantes, con acabado rústico o con un aspecto *vintage* moderno, los nuevos acabados de madera de la colección DLW Vinyl son muy variados. La nueva colección Timberline de Armstrong cuenta con un total de 18 colores. La tendencia se inclina hacia las maderas rústicas. Así, se encuentran diseños en roble delicados y elegantes, pero también con un aspecto *vintage* rústico. En este caso, los tablones del revestimiento son casi tres veces más grandes que los del roble clásico y resaltan los agujeros de nudos y las vetas. Las novedades son los aspectos con poros encalados en gris oscuro cálido, en color rojizo y en marrón casi negro. El diseño en pino también es rústico: muestra fuertes signos de desgaste; los agujeros de los nudos y las amplias ranuras entre los tablones de tamaño mediano subrayan la estética *vintage*. Entre la maderas elegantes más populares se encuentran las de aspecto nogal. Se caracterizan entre su gran diferencia entre tonos claros y oscuros en las vetas de la madera. La combinación de colores de grises y pardos recuerda al nogal italiano; la de marrón oscuro, al norteamericano. Las tres variedades en tonos cereza son los diseños más serenos. La madera tiene un dibujo suave con pocos contrastes y los tablones destacan solo de forma muy sutil. El arce claro se reconoce por su aspecto casi arenoso con delicados anillos de crecimiento y un diseño finamente cerrado. Tampoco faltan las hayas, con sus poros oscuros, que se reconocen por sus finas líneas.