

diseñando

Interiorismo y decoración

Nº 2 | Abril 2025

ENTREVISTA

MANUEL ESPEJO

Estudio Manuel Espejo

PROYECTO DE
INTERIORISMO

ÁTICO EN LA TORRE IKON
Inspira Desing

REPORTAJES

LÁMPARAS DE DISEÑO

ESPECIAL TENDENCIAS EN INTERIORISMO

Andoni Díaz / Marta Martínez García /
Sandra Guiu Ribera / Pepe Cosín / Alicia García Cabrera



INTERNATIONAL ARCHITECTURE AWARD

**PRORROGADO
INSCRIPCIÓN ABIERTA
HASTA EL 15 DE MAYO DE 2025**

**NOVEDAD BMIAA'25: PREMIO
ARQUITECTURA DE PROXIMIDAD**

**Prorrogado plazo de presentación
de candidaturas**

Visita:
www.architectureaward.bigmat.com

Desde el 14 de febrero y hasta el 15 de mayo de 2025 queda abierto el plazo de inscripción para la 7ª edición del concurso "BigMat International Architecture Award", organizado por el grupo BigMat International, primera marca de distribuidores independientes de almacenes de materiales de construcción en Europa.

En esta ocasión, se conceden 7 Premios de Arquitectura, 7 Premios de Arquitectura de Proximidad, 1 Premio Honorífico Joven y dos grandes premios.

La ceremonia de entrega de premios se celebrará el viernes 7 de noviembre de 2025, con ocasión del Congreso anual del Grupo BigMat International que tendrá lugar en Varsovia, Polonia.

SUMARIO

Nº 2 - ABRIL 2025



PROYECTO

- 2 **ACTUALIDAD**
ÁTICO TORRE IKON / INSPIRA DESIGN - PAULA PIRIS



ENTREVISTAS

- 26 **MANUEL ESPEJO**
ESTUDIO MANUEL ESPEJO



REPORTAJES

- 38 **LÁMPARAS DE DISEÑO**
CREANDO AMBIENTES QUE EMOCIONAN



TENDENCIAS 2025 EN INTERIORISMO Y DECORACIÓN

- 8 **ANDONI DÍAZ / CGCODDI**
8 **MARTA MARTÍNEZ GARCÍA / CODDIM**
8 **SANDRA GUIU RIBERA / CODIC**
8 **PEPE COSÍN / CDICV**
8 **ALICIA GARCÍA CABRERA / CASA DECOR**



SECCIONES

- 32 **PROYECTOS**
60 **NOVEDADES**
63 **PROVEDORES**
64 **FERIAS Y CONVOCATORIAS**



diseñando
Interiorismo y decoración



Alezu Ediciones



@alezuediciones



Alezu Ediciones



alezu
ediciones

Editor/Director: Martín Aleñar · Socia/Ejecutiva: Alba Zuluaga · Socia/Arquitecta: Elena Aleñar · Dpto. Maquetación: Laura Flórez · Dpto. de Redacción: Natalia Crespo, Laura López · Dpto. Comercial: Vlad Dolnyi, Mónica Serrano, Lorena Sánchez · Dpto. de Marketing Digital: Jesús González · Dpto. de Informática: Álvaro Tocados · Soporte web: Pentasys · Imprenta: Jomagar · Distribuidora: **Global Post** · Depósito Legal: M-17629-2024 · ISSN: 3045-4182 · Edita: ALezu Ediciones, S.L. C/ Carpinteros, 6. Ofic. 29 (Edificio Prolar) 28670 Villaviciosa de Odón (Madrid) www.alezuediciones.com/contacto@alezuediciones.com/Tel.: 917047899
P.V.P. del ejemplar: 25 euros

ÁTICO EN LA TORRE IKON

PAULA PIRIS / INSPIRA DESIGN

LUJO SILENCIOSO,
MINIMALISMO CÁLIDO

A priori, afrontar el reto de rediseñar un ático a estrenar en la planta 28ª de la nueva torre IKON de Valencia, obra del arquitecto Ricardo Bofill, podría dar vértigo. Pero no para el estudio Inspira Design, bajo la dirección creativa de su fundadora, la arquitecta e interiorista Paula Piris. Ella nos abre las puertas de esta nueva vivienda donde se respira un lujo silencioso, y se disfruta de una nueva e inusitada perspectiva de la ciudad y su entorno mediterráneo.



Paula Piris



Fotos: Germán Cabo



La ciudad de Valencia no tiene secretos para la torre IKON, que se ha convertido en su edificio residencial más alto al superar los 110 metros de altura. El skyline exhibe la esencia de la arquitectura moderna y elegante de su creador, el arquitecto Ricardo Bofill, y refleja el espíritu innovador de la ciudad del Turia. Y lo hace incorporando elementos que maximizan la luz natural y ofrecen vistas panorámicas excepcionales, redefiniendo el concepto de vida urbanita. Con semejantes credenciales, el reto de transformar uno de sus áticos a estrenar, impoluto, en una vivienda personalizada era considerable, pero también estimulante, como explica Paula Piris: “El contexto del proyecto lo convertía en un reto ambicioso porque sabíamos que el resultado del diseño tenía que estar a la altura del edificio y las expectativas del cliente, ya que cuando decides comprar un ático y en un edificio como este, quieres los mejores espacios configurados y acabados”.

Es más, la torre IKON es un edificio sostenible como avala su certificado BREEAM, y también lo tuvo en cuenta al elegir materiales que ensalzasen dicha filosofía. “Por supuesto -afirma la entrevistada-, todos los elementos que introdujimos en el proyecto debían contribuir al bienestar y la sostenibilidad. Por ello, utilizamos materiales como la madera natural y los textiles. En cuanto a las instalaciones, nos ocupamos de que el proyecto de iluminación de la vivienda también cumpliera con los estándares de eficiencia energética”.

Entrar en este ático de 217 m², significa adentrarse en un espacio minimalista y cálido, que la propia interiorista (también valenciana) define como “contemporáneo”: (...). “Las pautas que queríamos seguir eran de un diseño moderno, sin contar con excesivos elementos, pero que tuviera la calidez adecuada para sentirlo como un hogar”. Además, prosigue la diseñadora, su cliente quería “un diseño de interior perfilado por la sencillez y la moderación, prevaleciendo la calidez estética y la funcionalidad. No hemos tratado de reducir sino de, partiendo de esta premisa, dar con la estrategia exacta para que cada rincón, pieza, textura, forma, material o detalle hablen por sí mismos, adquiriendo un mayor protagonismo”.

Para lograrlo, planteó un exclusivo proyecto de interiorismo para toda la vivienda que consta de cocina, salón y comedor

integrados; tres dormitorios, uno de ellos en suite; baño completo; aseo de cortesía e incluso sus tres terrazas con espectaculares vistas. “Efectivamente, queríamos crear unos espacios muy limpios y neutros que transmitieran calma a los clientes. El edificio se encuentra en una zona neurálgica de la ciudad, en constante movimiento de salida y entrada, pero gracias a la altura de la vivienda y sus ambientes, pretende ser un remanso de paz para desconectar del trabajo y del caos que se vive fuera de ella”. El primer paso fue invertir la ubicación original del comedor y la cocina, abriendo esta al salón y favoreciéndola con grandes ventanas. La armonía de la paleta de colores neutros sirve para enmarcar un elegante panelado vertical de palillería en la pared principal (diseñado por Paula Piris y elaborado por Fustes Bonet), que se extiende por el salón y una esquina del comedor, enmarca la televisión y la chimenea, logrando un efecto visual único y una integración impecable.

En el salón, amplios sofás y una mesa de centro geométrica descansan sobre una alfombra a medida, aportando comodidad y estilo al espacio. Otro elemento personalizado ‘by Paula Piris’ es la mesa alargada del comedor, con patas de microcemento y espejo con tapa de porcelánico ultracompacto. La complementan seis sillones giratorios tapizados en blanco, dos elegantes lámparas en blanco y negro; una zona de baldas con mueble suspendido en color blanco, y una composición de lienzos artísticos de Leticia Mezzetta. Y pegada a esta pared, sutil pero perceptible, se ha dispuesto una hilera de piedras naturales.

Todos estos espacios fluyen entre sí gracias a elementos neutros como una paleta cromática clara (con predominio del blanco y el beige), la ausencia de tiradores en los muebles, la integración de los electrodomésticos, y la utilización artesanal de madera natural en estancias clave, aportando una limpieza visual que transmite la sensación de estar en un solo espacio, diáfano y luminoso que invita a la calma, para que sean sus habitantes los verdaderos protagonistas de la vivienda, pero también para destacar piezas icónicas, “(...) como, por ejemplo, las lámparas Vibia o la silla Nuez de Andreu World, y hacer realidad soluciones arquitectónicas y artesanales de diseño propio”, explica Piris.

Artesanía contemporánea

En este proyecto, el estudio Inspira Design ha borrado la fina línea que en ocasiones separa interiorismo y decoración. Y nadie mejor que su fundadora para desvelar cuáles son los elementos del diseño que tienen cierta funcionalidad, y cuáles son puramente decorativos: “Los revestimientos son clave para convertir los espacios, ya sean en forma de panelados o papeles pintados; creo que es el elemento clave en interiorismo para transformar una estancia en algo distinto. Aunque los textiles son solamente elementos decorativos, ayudan a complementar y dar sentido al conjunto”. También le pedimos que desvele las huellas de diseño propias de Paula Piris, y ella responde: “Sacar el mayor partido a los espacios en cuanto a distribución, la aplicación de revestimientos para vestir la casa y hacerla más cálida, y la aplicación de color en elementos clave como textiles o fotografías para dotar de personalidad al espacio”.

Como no podía ser de otra manera, Paula Piris ha concedido su merecido protagonismo a las vistas panorámicas que ofrece la planta 28ª del rascacielos. “La casa cuenta con amplias ventanas que inundan los espacios de luz natural y regalan unas vistas exteriores espectaculares.

Sin embargo, esto también ha supuesto un condicionante a la hora de planificar la disposición del mobiliario. Lograr un equilibrio entre funcionalidad, estética y la integración de las vistas ha sido todo un reto para nosotras”, explica. Para lograr el equilibrio, en las zonas exteriores la interiorista ha seguido el mismo criterio que en el interior de la vivienda, como apunta: “(...) continuar con los tonos neutros para crear espacios calmados que conecten con las zonas interiores y no supongan un excesivo cambio de entorno para los clientes”.

A la terraza más amplia se accede desde el salón-comedor. El suelo flotante porcelánico (imitación madera) finaliza en unas barandillas de vidrio, de gran altura, lo que permite disfrutar del horizonte desde cualquier rincón, y del remate arquitectónico que corona el propio edificio. Los sofás y sillones de exterior (de líneas orgánicas) están confeccionados

<< Los revestimientos son clave para transformar una estancia en algo distinto >>

con textiles sostenibles y de alta resistencia en tonos piedra, y una base trenzada. La terraza se completa con una mesa de diseño contemporánea, seis sillas blancas, discretos apliques de pared, lámparas de suelo y decoración vegetal.

Pero regresamos al interior del ático, en concreto, a la cocina abierta, que preside una funcional isla con taburetes altos. Pero su punto fuerte es lo que no se ve, ya que además de contar con electrodomésticos integrados NEFF, de alta gama, ofrece mucho almacenamiento, dispuesto en armarios empotrados, sin tiradores, y de gran capacidad.

Coherencia visual

Pasemos ahora al recibidor, del que parte el pasillo que conecta con los dormitorios. En todos estos espacios está presente la palillería vertical de madera natural, aportando una agradable sensación de continuidad y conexión por toda la casa. Por cierto, la palillería integra luz indirecta en la parte superior, un claro ejemplo de ‘artesanía tecnológica’: “(...) son revestimientos totalmente artesanales y montados listón por listón.

Además, les hemos aportado tecnología al incluir una luz indirecta que sale por detrás de ellos, regulable para que el cliente ajuste la intensidad según el uso y la preferencia de cada momento”. Por cierto, el recibidor también incorpora un amplio armario empotrado y un aseo de cortesía, de nuevo rediseñado por el estudio Inspira Design.

Los tres dormitorios del ático: el principal en suite, la habitación juvenil y el de invitados, comparten la mencionada conexión estética, y un detalle decorativo en las paredes: las fotografías artísticas de YellowKorner. Los toques →



distintivos del dormitorio principal son un cabecero a medida (gris piedra), dos mesitas suspendidas, una butaca clásica, una pequeña alfombra y un espejo diseñado. Además, cuenta con un vestidor en forma de L, y un baño integrado con lavabo con doble seno, ducha con hidromasaje y acceso directo a la terraza más pequeña.

Del dormitorio juvenil cabe destacar el cabecero de pali-lería (retroiluminado) pero en un vibrante color azul marino a juego con los cojines de la gran cama y el textil de la silla del escritorio (este muy amplio) y una butaca de cortesía. Algo más reducido, el cuarto de invitados comparte las claves principales de esta estética. Ambos comparten un elegante cuarto de baño en color crema, revestido con porcelánicos y grifería de Porcelanosa, un

sencillo mueble suspendido de madera lacada y un amplio espejo retro iluminado.

Tras recorrer cada metro del nuevo ático, resulta evidente que la complejidad del proyecto ha quedado camuflada por una aparente sencillez, y por la destreza de transformar un ático de lujo en un hogar cálido y discreto, con carácter propio. “Este proyecto ha supuesto un desafío, tanto por estar a la altura del entorno como por lograr una vivienda de lujo. Ha requerido un gran esfuerzo debido a todos los elementos que hemos incorporado y al trabajo de muchas personas.

Sin embargo, la satisfacción del cliente es lo que nos llena y nos empuja a embarcarnos en más desafíos como este”, finaliza Paula Piris máxima responsable del estudio Inspira Design. #

PROVEEDORES INDUSTRIALES Y MARCAS

PORCELANOSA: suelos interior y exterior, superficies y revestimientos de cocina y baño, grifería y sanitarios.

FUSTES BONET: carpintería.

JISO ILUMINACIÓN: iluminación indirecta y focos empotrados.

YELLOWKORNER: Fotografías de los tres dormitorios.

LETICIA MEZZETTA: Lienzos (salón y comedor).

TEMASDOS: sofás del salón.

SANCAL: mesa de centro salón.

KA INTERNACIONAL: Alfombra del salón. Cabecero, cojines y alfombra del dormitorio principal. Cabecero y cojines, dormitorio juvenil. Cojines dormitorio invitados.

CIMENT STUDIO: patas de microcemento, mesa del comedor.

DEKTON: superficie, mesa del comedor.

MARIO RUIZ PARA EXPORMIM: sillas ‘Albarium’, comedor.

VIBIA: lámparas.

NEFF: electrodomésticos integrados, cocina.

ANDREU WORLD: Taburetes cocina. Patas mesa terraza. Silla Nuez, dormitorio principal.

LDK LIVING OUTDOORS: Colección Kármán, sillas y sofás de terrazas. Y lámparas de suelo, modelos Thalassia. Superficie mesa terraza. Plantas.

EXPORMIM: sillas terraza.

LA REDOUTE: Butaca dormitorio principal.

AROMAS DEL CAMPO: lámparas de dormitorio ppal.

ORAC DECOR: zócalo dormitorio juvenil.

CASAMANCE: papel pintado.

BONALIFE: mueble suspendido, baño compartido.

COSMIC: accesorios, baño compartido.

Fuente: Inspira Design





Creado para durar, diseñado para impresionar.

CONOCE MÁS



DE PREMIUM



Larga
durabilidad



Gran variedad
de diseños



Máxima
resistencia

80%

Contenido biológico,
mineral y reciclado

Gerflor
theflooringgroup



Andoni Díaz, presidente del Consejo General de Diseño Interior (CGCO-DDI), desde 2022. Presidente del Colegio Oficial de Decoradores y Diseñadores de Interior de Bizkaia. Empresario y CEO de AD Estudio. Foto: ©Enfocasa



Marta Martínez García, decana del Colegio Oficial de Decoradores y Diseñadores de Interiores de Madrid (CODDIM), desde 2024. CEO de Dim ARQ Estudio.



Sandra Guiu Ribera, decana del Colegio Oficial de Diseñadores de Interior y Decoradores de Catalunya (CODIC), desde 2024. CEO del estudio Sandra Guiu Interiors.



Pepe Cosín Valero, decano del Colegio de Diseñadores de Interior de la Comunitat Valenciana (CDICV), desde 2018. Fundador y CEO de Cosín Estudio. Foto: ©Mayte Piera.



Alicia García Cabrera, directora general de Casa Decor desde 2017. Foto: ©Juan Martín

TENDENCIAS 2025 EN INTERIORISMO Y DECORACIÓN

BIENESTAR, FUNCIONALIDAD Y TECNOLOGÍA PARA CONFORMAR ESPACIOS ACOGEDORES

Foto: Paolo Mauri

Para 2025, el interiorismo perfila un estilo audaz y acogedor, con tintes naturales pero sofisticados. Los colores cálidos y saturados cobran protagonismo; también maderas oscuras, materiales reciclados, toques industriales y un gusto ecléctico en lo que a mobiliario se refiere. Las líneas curvas y texturas variadas enriquecen los espacios, mientras que la iluminación puntual y los techos decorados añaden una dimensión adicional. Domótica integrada, artesanía contemporánea y soluciones modulares ofrecerán ambientes minimalistas cálidos y elegantes. Las próximas tendencias prometen transformar los hogares en santuarios de confort, con un estilo único y personalizado. Llegará una nueva era en el diseño de interiores.

A modo de 'acuerdo tácito', las tendencias dictaminan qué será relevante en un período de tiempo determinado. Y aunque no sean reglas fijas, inspiran y conectan a las personas en su contexto temporal y geográfico, interaccionando a su vez con factores sociales, culturales y económicos. El resultado es una inclinación colectiva hacia ciertas preferencias, que influyen tanto en las propuestas de los profesionales del hábitat, como en las preferencias del público en general.

En dicho contexto, las tendencias del 2025 ya perfilan un periodo de evolución e innovación, marcado por la búsqueda del equilibrio entre sostenibilidad, funcionalidad y estética, revalorizando la esencia artesanal y haciendo un uso más democrático y discreto de la tecnología; algo de lo que seremos testigos en los próximos meses. Pero en "DISEÑANDO Interiorismo" no podíamos esperar tanto. Por eso, hemos contactado con los portavoces de algunas de las principales instituciones nacionales del sector, para conocer sus valoraciones sobre las próximas tendencias en interiorismo y decoración. Ellos son Andoni Díaz, presidente del Consejo General de Colegios Oficiales de Decoradores y Diseñadores de Interior (CGCODDI); Sandra Guiu, decana del Colegio de Diseñadores de interiores y decoradores de Cataluña (CODDIGI); Pepe Cosín, decano del Colegio de Diseñadores de Interior de la Comunidad Valenciana (CDICV), Marta Martínez, decana del Colegio Oficial de Decoradores y Diseñadores de Interiores de Madrid (CODDIM); y Alicia García Cabrera, directora general de Casa Decor.

<< en 2025 se percibe una tendencia común por la selección de materiales que combinan estética contemporánea, funcionalidad y un fuerte compromiso con la sostenibilidad >>

Materiales sostenibles

En el mundo del interiorismo y la decoración, los materiales son mucho más que un simple recurso: su elección determina la apariencia de un espacio, y conecta con las necesidades y valores contemporáneos, tanto estéticos como éticos. Por eso, en un contexto global marcado por la crisis climática y la creciente demanda de prácticas sostenibles los profesionales del hábitat tienden al uso de materiales que cumplan sus expectativas y conlleven el menor impacto ecológico, desde su origen hasta su aplicación final. Por ello, preguntamos a nuestros entrevistados, **¿cuáles son materiales que predominarán en los proyectos de interiorismo y decoración en 2025?, ¿y qué rol jugarán los materiales sostenibles y reciclados en dichos proyectos?**

"Como ya llevamos observando en estos últimos años, seguiremos apostando por los materiales naturales en este 2025" responde el presidente del Consejo General de Colegios Oficiales de Decoradores y Diseñadores de Interior (CGCODDI), Andoni Díaz. "En España, además -prosigue-, apostando por el producto de proximidad, por lo que la madera y la cerámica seguirán siendo los materiales clave en los proyectos de interiorismo. A estos se suman nuevos materiales, muchos de ellos elaborados mediante sistemas de producción de reciclaje de materias primas, pero siempre buscando ese concepto de 'naturalidad'. Buscamos colores naturales, texturas que se asemejen a las de los materiales naturales y acabados imperfectos. Gran parte de los productos derivados de materiales sostenibles y/o reciclados tienen esta característica de imperfección, que en cierto modo se liga con la artesanía tradicional, y es lo que nos aporta ese acabado natural tan deseado".

Por su parte, la decana del Colegio de Diseñadores de interiores y decoradores de Cataluña (CODDIGI), Sandra Guiu, hace un inciso previo a su respuesta: "Es difícil generalizar sobre las tendencias de interiorismo, ya que cada proyecto es único y está condicionado por múltiples factores: el tipo de proyecto (residencial, comercial, etc.), la ubicación geográfica, la edad de los propietarios y el programa de necesidades específico. Estos elementos hacen que cada diseño sea un reflejo personalizado de quienes lo habitan o utilizan". Y a continuación, destaca la predilección del sector por la utilización de materiales sostenibles: "Sin embargo, es cierto que en 2025 se percibe una tendencia común que destaca por la selección de materiales que combinan estética contemporánea, funcionalidad y un fuerte compromiso con la sostenibilidad.

Foto: Estudio Erico Navazo





Foto: Pedralbes House / Molins Design

Este enfoque no solo responde a las demandas actuales, sino que también proyecta una visión responsable y consciente hacia el futuro del diseño.

Entre los materiales más relevantes se encuentran maderas naturales certificadas, tratadas para garantizar durabilidad y obtenidas de fuentes sostenibles; piedras naturales, apreciadas por su elegancia y resistencia; y microcementos y revestimientos continuos, valorados por su versatilidad y bajo impacto ambiental. También destacan los textiles orgánicos, como el lino, el algodón reciclado y la lana natural, que aportan calidez y confort, junto con el vidrio reciclado, utilizado en detalles decorativos y elementos para optimizar la luz natural. Por último, los metales con acabados mate o envejecidos, como el latón cepillado, el acero negro y el cobre, añaden un toque industrial y sofisticado, utilizados con moderación para acentos decorativos.

Los materiales sostenibles y reciclados desempeñarán un papel crucial en el diseño de interiores, pasando de ser una opción secundaria a convertirse en protagonistas de la mayoría de los proyectos. La innovación en su desarrollo permitirá obtener acabados premium sin comprometer la calidad ni la estética. Además, se priorizará el uso de materiales de proximidad con menor huella de carbono y procesos éticos. En este contexto, la sostenibilidad será tanto un motor creativo como comercial, posicionando los materiales reciclados como esenciales en el interiorismo”, finaliza Guiu.

Sin medias tintas, el decano del Colegio de Diseñadores de Interior de la Comunidad Valenciana (CDICV), Pepe Cosín, ofrece en su respuesta un toque de atención a tener en cuenta: “Parece que la sostenibilidad está de moda. Cuando algo es tendencia, tiende a simplificarse en sus características más evidentes: por eso, en el interiorismo más popular vemos cada vez más madera con sus nudos vistos, los colores terrosos y textiles como el lino. Es importante recordar que no es oro todo lo que reluce, y que no hay nada más sostenible que los espacios que nos gusta disfrutar durante muchos, muchos años”.

A continuación, la decana del Colegio Oficial de Decoradores y Diseñadores de Interiores de Madrid (CODDIM), Marta

Martínez, pone en valor que fabricantes y profesionales respondan a la demanda social apostando por materiales que minimicen el impacto ambiental, aunque todavía quede camino por recorrer. Esta es su respuesta: “Las tendencias vienen marcadas bien por una demanda social o bien por una oferta de producto. Actualmente hay una demanda social en la búsqueda del bienestar. Las ferias de diseño, construcción, decoración, son un buen marcador para ver cómo los fabricantes atienden esta demanda, de la mano de los profesionales casi siempre. Los materiales sostenibles, reciclados y reciclables, y los mejores procesos de fabricación que reduzcan la huella de carbono es donde los fabricantes invierten más en innovación y tecnología. Innovar y crear valor. Y en este valor hay una tendencia a la fabricación con mayor calidad, donde los materiales perduren.

Los materiales sostenibles empiezan a jugar un papel importante en los proyectos actuales. Ya hay mercados, como el anglosajón y cada vez se unen más, que ya cuentan con canal de ventas especializados en este segmento. Se crean nuevos materiales a partir de otros menos contaminantes, por ejemplo, el micelio o Piñatex como sustituto del cuero, nuevas versiones para el cemento como el basado en cáñamo o Finite -realizado con arena del desierto-, otros con cáscara de arroz, o bioplásticos derivados de las algas con capacidad de absorber contaminación del ambiente, la utilización de plásticos para crear materiales reciclados y reciclables, la reutilización de la lana merina, con sus excelentes cualidades térmicas para uso en revestimiento de paredes, pavimentos compuestos de fibras naturales recicladas y polímeros de alta calidad...”, explica Martínez, y finaliza con el siguiente apunte: “La elaboración de un proyecto sostenible 100% a corto plazo, con la utilización de estos materiales, si bien no es factible todavía, sí se puede decir que hay una preocupación importante entre los interioristas, y es la utilización de materiales que proporcionen bienestar espacial como una buena acústica, una buena iluminación y eficiencia energética”.

Finalmente, la directora general de Casa Decor, Alicia García Cabrera, ofrece un punto de vista comprometido, ya que desde 2020, esta plataforma nacional realiza una →



Foto: Estudio Erico Navazo

importante labor de promoción y difusión del interiorismo sostenible: “En los proyectos de interiorismo actuales predominan materiales y productos reciclados, reciclables o de origen orgánico y sostenible, de bajo impacto ambiental o de eficiencia energética. Esta es una premisa que tanto fabricantes como profesionales priorizan en sus proyectos de Casa Decor, así como en sus proyectos profesionales. En el marco de la campaña #CasaDecorSostenible, que venimos desarrollando desde 2020, queremos dar visibilidad y promover los distintos ejes sobre los que pivota la sostenibilidad en el diseño de interiores, en donde también ponemos en la palestra productos y materiales artesanales y de cercanía”.

Colores terrosos

El aspecto intangible de los materiales, los colores, son igualmente importantes por su capacidad para transmitir emociones, definir la identidad o transformar la atmósfera de un espacio; resumiendo, su elección causa un impacto destacable en el diseño, el interiorismo y la decoración. Por eso queremos saber, de boca de los expertos, **qué colores serán predominantes en 2025, y cómo se utilizarán en los proyectos.**

Según Andoni Díaz, presidente del CGCODDI, “la tendencia en cuanto al color es arriesgado de predecir. Si bien es verdad que, ligado al concepto de la naturalidad comentada, vemos una tendencia ascendente hacia los colores propios de la naturaleza. Colores tierra, arenas y barro son tendencia. Pantone ha destacado el color Mocha Mousse como color del año 2025, un color que nos evoca al chocolate, el café, y esos colores terrosos que nos aportan calma al diseño, haciendo los espacios más confortables y acogedores. Creo que la aplicación va más centrada en el equilibrio y armonía del espacio que en el contraste.

No me quiero olvidar del verde oscuro, verde bosque, con fuerza en el color, pero sin exceso de intensidad, que estamos viendo en acabados cerámicos, porcelánicos y derivados de la madera, pues es ese toque de color que creo va a encajar mucho en el diseño interior de este nuevo año”, puntualiza Díaz.

Extrayendo de la anterior respuesta de la decana Sangra Guiu, los colores propios de los materiales naturales, o metalizados, pasamos al decano del CDICV, Pepe Cosín, quien predice como tendencias para 2025, “colores tostados, verdes ‘naturales’ y azules suaves. Lo bueno del color es que es fácil de sustituir en caso de que se vuelva desfasado, más que otros aspectos del interiorismo como las formas que toman los espacios o el mobiliario pesado”. Pero Cosín, también propone a hacer un ejercicio de introspección, antes de aplicar dichas tendencias: “Sin embargo, os invito a elegir la paleta de colores de vuestros diseños en función de aspectos más profundos que las modas: ¿sientes más confort en una habitación cálida o en un espacio fresco y abierto? ¿Es coherente reformar tus oficinas en color chocolate y azul celeste cuando tu identidad corporativa está basada en la elegancia atemporal?”, pregunta abiertamente.

La decana del CODDIM, Marta Martínez, también comienza su respuesta ofreciendo una reflexión previa: “En psicología se dice que vivimos en una creciente crisis mental colectiva por lo que son momentos en los que hay una necesidad de equilibrio frente al contraste. Un espacio en armonía ayuda a desconectarse de las preocupaciones. A pesar de la generalidad esto no puede aplicarse a todos los proyectos ya que cada proyecto es único y algunos requieren de la fuerza del contraste. En todos los ámbitos hay una tendencia general a integrar la naturaleza, por lo que se implementa en los interiores con sus tonalidades; tierras, verdes... que creen ambientes armónicos, elegantes”. Y como colofón de su respuesta, Martínez añade: “Pero más que pensar en colores predominantes, hay que pensar que cada espacio requiere de un color específico. La paleta es muy amplia y saber aplicarla es un arte del profesional”.

En cuanto a la valoración sobre los colores del 2025, Alicia García, directora de Casa Decor, apunta cierta tendencia al uso dramático de los mismos, y destaca la libertad creativa que hacen los profesionales en su aplicación: “Tras unos años de colores neutros y suaves (arena, beige, blanco...), en las últimas dos ediciones hemos percibido una clara vuelta a colores más rotundos, siempre en la →

JUNG



CONTROLADOR DE ESTANCIA
KNX LS TOUCH



POMO
FSB 1267



PULSADOR LS 990

MADE TO TOUCH. SWITCH TO COLOUR.

LA VIDA ES POLICROMÍA.

CON LAS SOLUCIONES DE JUNG Y FSB EN
32121 TERRE SIENNE BRIQUE, UNO DE LOS 63
COLORES DE LES COULEURS® LE CORBUSIER.

JUNG.GROUP/LC



misma línea orgánica y telúrica, pero en tonalidades más potentes, como terracotas, marrones, verdes bosque, etc. Todos ellos, inspirados en la naturaleza, pero podríamos decir que aportan un guiño más dramático y teatral a los interiores. La utilización del color es muy libre y depende de cada creador, así que su aplicación también lo es. Unos buscan la total armonía, y otros, un contraste cromático que ponga en relieve el resultado final”.

Luz como recurso

Si bien materiales y colores son esenciales para crear la base y la atmósfera de un espacio, el mobiliario y la iluminación son los elementos que lo dotan de vida y funcionalidad. Es más, estos elementos terminan siendo una réplica la estética y los valores predominantes de cada época. Por eso, a continuación, preguntamos **qué tendencias en mobiliario e iluminación serán más visibles en 2025. ¿Habrá continuidad de estilos o irrumpen nuevas propuestas en el diseño de interiores?**

Tal vez, la respuesta general podría ser “un poco de todo”, porque lo natural y los contrastes van a convivir, una flexibilidad que se puede entender gracias a la respuesta ofrecida por Andoni Díaz (CGCODDI): “En el mundo del mobiliario seguimos los pasos de los últimos años. Apostamos por la madera como elemento natural y potenciamos sus características propias e imperfecciones. Los muebles de obra integrados, tales como estanterías de albañilería, bancadas y hornacinas están volviendo y parece que para quedarse, por lo que la aplicación de acabados de suelos y paredes se está integrando, en cierto modo, en parte de este mobiliario. También hay una tendencia emergente a romper y buscar el contraste entre el espacio y los elementos que lo rodean, por lo que, en espacios de acabados más naturales y rugosos, vemos aplicados muebles en acabados lacados de alto brillo, acabados metalizados y similares, que nos crean ese contraste entre el continente y el contenido, casi haciendo ver que todo aquello que llena un espacio no tiene por qué formar siempre parte de él, pudiendo cambiarse de sitio o

<< actualmente se percibe una demanda social en la búsqueda del bienestar>>

desaparecer cuando decidamos. A todo ello -finaliza el presidente del CGCODDI-, sumamos una iluminación cada vez más cálida, más acogedora y a poder ser siempre indirecta o centrando muy bien su foco de luz. Iluminamos puntos concretos de la estancia, no iluminamos los espacios”.

De la respuesta ofrecida por Sandra Guiu (CDDIGI), destaca el apunte a la convivencia de estilos consolidados y emergentes, y la predilección por la personalización: “En 2025, las tendencias en mobiliario y en iluminación reflejarán un equilibrio entre continuidad de estilos ya consolidados y la incorporación de nuevas propuestas que respondan a los desafíos actuales, como la sostenibilidad, el bienestar y la integración tecnológica. Los diseños tenderán hacia líneas más orgánicas, con formas curvas, suaves y fluidas que evocan confort y naturalidad. Inspirados en el diseño biofílico, destacan piezas como sillones curvos y mesas con bordes redondeados que acercan los espacios interiores a la serenidad de la naturaleza. Al mismo tiempo, los sistemas modulares y los muebles multifuncionales se consolidan como aliados en la optimización de espacios reducidos, gracias a su versatilidad y capacidad de transformación. Otro aspecto destacado es la personalización, que permite adaptar el mobiliario a las necesidades específicas del cliente, desde la elección de colores hasta configuraciones únicas. Este enfoque no solo promueve la funcionalidad, sino que da lugar a piezas únicas o de producción artesanal que aportan carácter y exclusividad a los espacios”.

La decana de Cataluña continúa explicando: “La integración de tecnología en el mobiliario también se perfila como una tendencia clave. Ejemplos de ello son cargadores inalámbricos integrados en sofás y escritorios, camas inteligentes,

Foto: Estudio Acdo - Álvaro Catalan de Ocón



entre otros que mejoran la funcionalidad y la experiencia en distintos entornos.

Finalmente, los materiales sostenibles ganan protagonismo, con el uso de maderas certificadas, plásticos reciclados, bambú y tejidos eco-friendly. Además, los acabados naturales, como barnices al agua o aceites vegetales, refuerzan este compromiso con el respeto al medio ambiente”.

En cuanto a iluminación, Sandra Guiu afirma: “(...) trasciende su función práctica para convertirse en arte, con lámparas escultóricas que protagonizan los espacios, inspiradas en formas naturales, geométricas o abstractas. La tecnología es clave, con sistemas inteligentes que regulan intensidad, temperatura y crean escenas lumínicas, además de la iluminación circadiana, diseñada para imitar los ritmos naturales de la luz, se posiciona como una solución innovadora para promover el bienestar. Las tendencias priorizan una luz ambiental y cálida como favorita para crear atmósferas acogedoras y relajantes, con luminarias empotradas, tiras LED ocultas y materiales innovadores como vidrio soplado, papel washi y tejidos naturales. Finalmente, la sostenibilidad sigue siendo una prioridad en la iluminación, con un aumento en el uso de tecnología LED de bajo consumo y materiales reciclables. También se apuesta por luminarias modulares y reparables, extendiendo su vida útil y minimizando el impacto ambiental”.

La decana de Cataluña señala que las tendencias en interiorismo para 2025 combinarán continuidad e innovación. Estilos como el nórdico, japandi y minimalista seguirán vigentes, como máximos exponentes del enfoque funcional y simplista, mientras que el diseño industrial adoptará una estética más refinada y sostenible. Entre las nuevas propuestas, destacan el retro futurismo, que mezcla nostalgia de los años 70 y 80 con tecnología moderna; el maximalismo elegante, que apuesta por colores y estampados audaces sin perder funcionalidad; y el bio-diseño, que integra elementos naturales como musgo y plantas en mobiliario, reforzando la conexión con la naturaleza y la conciencia ambiental. “(...) podríamos decir que los espacios no solo responderán a las necesidades prácticas, sino que también enriquecerán la experiencia emocional y visual de quienes los habitan”, finaliza Sandra Guiu

Cambiando de tercio, Pepe Cosín, (CDICV) destaca la convivencia de mobiliario contemporáneo de estética retro, con auténticas piezas vintage, y la apuesta por las soluciones modulares para amueblar espacios reducidos para este 2025: “Últimamente se están dejando ver muchas piezas mid-century, e incluso nuevos diseños con un toque retro, pero encajadas en contextos más contemporáneos. Diría que también lo modular está ganando fuerza: sofás, sillas y estanterías que permiten flexibilizar espacios pequeños para lograr más con menos. Sorprende cómo la modularidad está aportando soluciones nuevas en viviendas urbanas. La experiencia de vivir en 22 m² llenos de módulos plegables baratos aconsejo saltársela si la cartera lo permite; pero existen proyectos en espacios muy reducidos que ofrecen experiencias de diseño muy estimulantes”.

En cuanto a la respuesta de la decana Marta Martínez (COD-DIM), afirma en líneas generales, que “las grandes firmas de mobiliario apuestan por diseñar elementos de calidad jugando



Foto: Estudio Beatriz Silveira

en cierto modo con la atemporalidad. Se incorporan tejidos orgánicos y nuevos, elaborados con materiales reciclados. En cuanto a la iluminación lo más relevante es la continuidad con una iluminación eficiente que pasa a ser protagonista sin que se vea de dónde procede”. Pero también incluye una valoración más profunda sobre si habrá continuidad de estilos o cambio de propuestas en el diseño de interiores: “A lo largo de los años, los estilos decorativos han ido evolucionando con los tiempos. Nuevas tendencias se van desarrollando y conviven con las anteriores. No obstante, las líneas se simplifican, se aligeran visualmente. El diseño del mobiliario se adapta a las necesidades. Por ejemplo, la escasez de viviendas en las grandes urbes, como Madrid, hace que proliferen las microviviendas, los coliving, y otros estilos nuevos, por lo que el mobiliario para estos espacios se reduce al mínimo y se busca la versatilidad. Los colores claros y una buena iluminación harán que estos espacios parezcan visualmente más grandes. No hay un estilo perfecto ni único, sino una buena ambientación que engrandezca la belleza del entorno donde se sitúa”, concluye la decana de Madrid.

Finalmente, Alicia García es una experta en tendencias en interiorismo, capaz de argumentar cuál es el recorrido natural desde que surgen hasta que se disipan con el tiempo: “Las tendencias no son departamentos estancos que entren y salgan año tras año. Son muy transicionales y se desarrollan a lo largo de años. Más o menos, cada quinquenio asistimos a un cambio de tendencias, cuando ya la anterior está en la calle y pasa a ser ‘moda’. En la actualidad, estamos dejando atrás el minimalismo orgánico mediterráneo y la uniformidad zen →



Foto: Estudio Blanca Rosa Gutiérrez

del japandi, aunque siempre quedan rastros. Nada desaparece por completo, y muchos recursos estilísticos permanecen, se transforman o se adaptan a la nueva etapa. Dicho esto, estamos expectantes por descubrir lo que nos presentan este año los profesionales, que son ellos los que nos muestran las tendencias en cada edición. Sin embargo, creemos que seguirán presentes los muebles curvilíneos, en especial asientos y sofás, aunque quizás en menor medida. Las lámparas escultura seguirán siendo un “must have”, del que no van a prescindir los interioristas. Tampoco desaparecerán las obras de arte y las piezas de mobiliario de anticuario, que enriquecen la decoración. ¡Todo lo demás está por ver!”, afirma García Cabrera.

Diálogo entre tradición y tecnología

En los últimos años se percibe un punto de inflexión entre lo tradicional y lo tecnológico: ya no compiten o se contrarrestan, ahora conviven e incluso se asocian, avivando la creatividad de los profesionales, y dando un nuevo impulso a ciertos sectores industriales y artesanales. Y en este cambio de paradigma, se vislumbran dos corrientes paralelas: el impulso de la artesanía con un enfoque más funcional y contemporáneo; y la irrupción de la llamada ‘artesanía digital’, que crea objetos, arte y todo tipo de piezas utilizando herramientas y tecnologías digitales. **¿Ambas tendencias, aparentemente antagonistas, podrán convivir en los próximos meses, o habrá una predominante?**

A esta duda nos responden los entrevistados, empezando por Andoni Díaz, quien en su papel de presidente que representa a los colegios de decoradores e interioristas,

promoviendo la profesión y asegurando que se cumplan los preceptos del sector: “Creo que el resurgir de la artesanía va directamente ligado en parte a la tendencia de la naturalidad, la búsqueda por la imperfección, y el entender que el nuevo lujo en interiorismo es el arte del producto artesanal. Aunque también buscamos lo artesano muchas veces desde la puesta en valor del producto local, del producto de proximidad, en cierto modo impulsado por la tendencia de sostenibilidad a la que nos estamos afrontando. Respecto a la artesanía digital con productos de mobiliario y decoración desarrollada a partir de impresión en 3D, gran parte del concepto de producto artesano lo seguimos teniendo, pero con una visión más productiva, menos manual y más enfocada en el sistema de consumo actual. Son dos tendencias que van a convivir porque cada una tiene unos puntos de valor que la otra no tiene. No me arriesgaría a decir que son antagonistas. Si buscamos lujo, desde el punto de vista de exclusividad, seguiremos apostando por la artesanía tradicional. Si buscamos artesanía desde el punto de vista del producto de consumo más accesible, apostaremos por artesanía digital”.

Para Sandra Guiu, “las dos tendencias tienen el potencial de convivir en el diseño de interiores gracias a que ambas responden a valores y necesidades complementarias. Aunque ocupan espacios distintos en el mercado debido a sus características, procesos y aplicaciones, su coexistencia es posible por varios factores clave. Por un lado, la demanda de autenticidad y personalización impulsa tanto a la artesanía tradicional como a la digital. Mientras que lo hecho a mano, único y local conecta emocionalmente con los consumidores, la impresión 3D y otras técnicas digitales ofrecen personalización desde un enfoque tecnológico e innovador, atrayendo a un público más orientado hacia la tecnología. Además, sus procesos se complementan: la artesanía tradicional aporta historia, textura y un carácter humanizado, mientras que la fabricación digital permite crear formas complejas y ligeras con alta precisión, imposibles de lograr mediante métodos convencionales”.

Guiu prosigue destacando que “ambas tendencias comparten también un enfoque hacia la sostenibilidad. La artesanía tradicional se basa en materiales naturales, reciclados o locales, mientras que la impresión 3D explora bioplásticos, polímeros reciclados y procesos que minimizan residuos. Esta alineación refuerza su relevancia en un mercado que valora cada vez más el impacto ambiental. Finalmente, la intersección creativa entre ambas es evidente en proyectos híbridos donde las disciplinas se combinan. Diseñadores contemporáneos integran piezas estructurales impresas en 3D con acabados manuales o utilizan tecnologías digitales para reinterpretar técnicas artesanales tradicionales. De este modo, ambas tendencias no solo coexisten, sino que enriquecen el panorama del diseño al unir tradición e innovación”, reitera.

Y para finalizar, Sandra Guiu reflexiona sobre si la artesanía tradicional prevalecerá a la digital: “(...) diría que es poco probable que una tendencia prevalezca completamente sobre la otra, ya que su popularidad dependerá del contexto. La artesanía funcional y contemporánea será preferida en proyectos que valoren tradición y exclusividad, como viviendas de lujo y hoteles boutique, mientras que la nueva artesanía digital destacará en sectores que prioricen innovación y diseño disruptivo, como oficinas y mobiliario de edición limitada.

La impresión 3D, aunque avanza con materiales más accesibles, aún enfrenta desafíos en costes y escalabilidad, mientras que la artesanía tradicional cuenta con una red consolidada y reconocimiento cultural. En este escenario de coexistencia, la clave estará en cómo los diseñadores integremos lo mejor de ambos mundos, creando piezas que combinen tecnología avanzada con la riqueza emocional de lo artesanal, ofreciendo soluciones que sean tan funcionales como significativas”, concluye Guiu.

En cuanto al decano valenciano, Pepe Cosín, apuesta de forma rotunda por la convivencia: “En artesanía lo que realmente importa es el cuidado en los detalles, la autenticidad y la conexión emocional con el objeto en sí mismo. Desde las construcciones creadas en 3D en hormigón hasta la cerámica tradicional hecha a mano, hay diseños de mucha calidad y centrados en innovar, en crear algo nuevo para encontrar nuevas soluciones que respondan a problemas contemporáneos, cada cual a su escala. Por supuesto que la artesanía renovada y la artesanía digital pueden convivir, ¡ya lo están haciendo!”.

La decana Marta Martínez también coincide en este argumento: “Actualmente conviven generaciones muy dispares tecnológicamente, al igual que también pueden convivir la artesanía manual con la digital. La digital permite crear de forma rápida y precisa, algo impensable hace años, y la artesanal, con sus nuevas aplicaciones adaptadas a nuestra época se ve altamente valorada, porque lo que se crea con las manos tiene algo especial y es único. Como una obra de arte”.

La directora Alicia García, lo corrobora: “Desde luego han convivido y conviven, y seguirán haciéndolo porque no son excluyentes. Ambas corrientes tienen cabida en un mismo espacio, porque tienen funciones y objetivos diferentes -explica-. La tecnología está presente desde hace décadas en el interiorismo, cada vez es más evidente y necesaria. A diferencia de otras épocas, ya no va oculta, no se esconde, se le ha añadido un valor estético además de funcional. Esto ha hecho que los elementos electrónicos, por ejemplo, estén más visibles y se les otorgue un plus decorativo. Pero, desde luego, no compite con las piezas artesanas.

De hecho, un elemento tecno puede tener un envoltorio artesanal, ¿por qué no?”.

La tecnología como aliada

Siguiendo el hilo conductor de la tecnología, tenemos curiosidad por conocer qué opinan los entrevistados sobre el papel que desempeñará la tecnología en la decoración y el diseño de interiores, en relación a las próximas tendencias, porque ya es un hecho que la tecnología ha dejado de ser complemento para convertirse en protagonista de los espacios. Desde sistemas de domótica que optimizan la funcionalidad del hogar, hasta iluminación inteligente que crea atmósferas dinámicas y soluciones de realidad aumentada que reinventan el proceso creativo, la innovación tecnológica está redefiniendo los límites del interiorismo. Pero, en 2025, **¿cómo se integrarán soluciones como domótica, iluminación inteligente o realidad aumentada en los proyectos?**

Como recalca Andoni Díaz, “la domótica ya es una parte más del diseño. Creo que ya no es algo opcional que se integre o no en el proyecto. Un termostato programable, una bombilla inteligente, una persiana o cortina motorizada... son conceptos del día a día que ya los tenemos integrados en los espacios. Con esta tendencia creciente del concepto ‘lighting design’, un buen proyecto de iluminación integra la domótica para poder ajustar la intensidad, la calidad, el color y la orientación de la iluminación en los espacios interiores según el día, la hora o el estado de ánimo del usuario. Además, contamos con productos en el mercado de muy fácil instalación, que se conectan mediante sistemas inalámbricos, lo que hace que el coste de la domótica sea cada vez más asequible.

Creo que, sin llegar a volvernlos locos, la tendencia en este aspecto va más ligado al concepto de conectividad y seguridad de los espacios. Buscamos tener una vivienda conectada a nuestro smartphone, y que nos facilite o solucione algo mediante un click desde cualquier parte, además de que nos aporte un sistema de seguridad y control de nuestra propiedad. No →



Foto: Estudio Olga Gil Vernet

para ello es necesario tener una vivienda repleta de pantallas, chips y cableado, sino todo lo contrario”, concluye Díaz.

Sandra Guiu nos pone en contexto: “La tecnología es un pilar fundamental en el diseño de interiores, trascendiendo su función práctica para integrarse de manera armónica en la experiencia estética y sensorial de los espacios. Esta integración, cada vez más fluida, combinará funcionalidad, sostenibilidad y personalización”. A continuación, entra en materia: “La domótica se consolida como el cerebro del hogar conectado, permitiendo gestionar iluminación, climatización, seguridad y electrodomésticos desde una aplicación o mediante comandos de voz. Además de aprender los hábitos de los usuarios para automatizar rutinas, los dispositivos domóticos incorporan diseños minimalistas y materiales de calidad para integrarse con el interiorismo. En paralelo, los sensores inteligentes optimizarán el consumo energético, promoviendo sostenibilidad en el uso de recursos como agua y electricidad.

La iluminación inteligente también es clave, ofreciendo sistemas circadianos que ajustan la temperatura e intensidad de la luz según los ciclos naturales del día para mejorar el bienestar. Los usuarios pueden personalizar escenarios lumínicos desde dispositivos móviles, mientras luminarias escultóricas unen tecnología y arte para ser protagonistas decorativos”.

Por último, la portavoz del CODDIGI recorre otros aspectos de la nueva y estrecha relación entre tecnología y decoración de interiores: “Herramientas como la realidad aumentada transforman el proceso de diseño, permitiendo a los clientes visualizar en tiempo real cómo quedarán muebles, colores y texturas en sus espacios. Esto no solo reduce errores, sino que facilita la colaboración entre diseñadores y clientes. Por su parte, la realidad virtual y el metaverso abren nuevas posibilidades con espacios virtuales personalizados, ideales para marcas y negocios que quieran explorar este entorno digital.

El mobiliario inteligente es otra tendencia destacada, con tecnología oculta como puertos USB, cargadores inalámbricos,

<< muebles multifuncionales se consolidan como aliados en espacios reducidos >>

sistemas de calefacción y refrigeración, y paneles acústicos inteligentes. Estos muebles no solo aumentan la funcionalidad, sino que responden a las necesidades ergonómicas y tecnológicas de los usuarios. Además, la sostenibilidad se ve reforzada con avances tecnológicos que incluyen sensores para monitorear la calidad del aire y materiales inteligentes con propiedades autolimpiantes, antimicrobianas o incluso capaces de cambiar de color según la luz.

En definitiva, la tecnología en 2025 actuará como puente entre la funcionalidad y el diseño emocional, creando espacios intuitivos, sostenibles y personalizados. El desafío para diseñadores e interioristas será combinar innovación tecnológica con sensibilidad artística para lograr entornos que conecten con las necesidades prácticas y emocionales de sus habitantes”, concluye.

Para Pepe Cosín, lo importante es simplificar y mirar por el bienestar: “En cuanto a tecnología, creo el elemento clave para tomar decisiones es el confort. Por ejemplo, las luminarias con sistemas regulables para ajustar la intensidad y tonalidad de la luz están a la orden del día y es una forma fácil de crear ambientes adaptados al uso, que está al alcance de todos. Tampoco nos imaginamos los nuevos espacios de trabajo sin conexiones a mano para los usuarios.

Sin embargo -aclara-, la domótica o la tecnología integrada no son sinónimo de confort; quizá sea un factor para la comodidad según el uso que tenga el espacio, pero también puede convertirse en un inconveniente para algunas personas, como las generaciones más mayores. Al final, la →

Foto: Finestrelles Apartment / Molins Design



colección **TOTEM**

Diseño escultural para espacios únicos que inspiran



DECOSAN

Bath design

Ctra. Laureà Miró, 385-387 - 08980 - Sant Feliu de Llobregat - Barcelona - España
telfs.: +34 933 378 616, +34 933 378 187 - decosan@decosan.com - www.decosan.com





Foto: Codoo Studio

moraleja es no olvidarse de los recursos básicos: proporción, iluminación, materiales, texturas... Sólo hay que acudir a los grandes maestros arquitectos como Barragán, Sert o Siza para entender que una casa puede ser básica y muy confortable”.

Otro enfoque es el que aporta Marta Martínez: “(...) es el profesional, el diseñador de interiores, el que prescribe en sus proyectos la utilización de la domótica como herramienta indispensable ya que facilita las posibilidades de actuación; encender, apagar, subir persianas, conectar un electrodoméstico... sin estar físicamente.

La realidad aumentada facilitará los procesos creativos y la toma de decisiones, por lo que ayudará a la relación con los clientes. Y aunque es una herramienta facilitadora y proporciona muchas ventajas, espero que no perdamos el poder de imaginar”.

Además, describe los diferentes recursos que ofrece el COD-DIM para crear sinergias entre profesionales y fabricantes: “(...) entre nuestras actividades, tenemos la formación continuada con la colaboración de numerosos fabricantes que ponen al día al colectivo en todas las innovaciones, ya que son éstos los que invierten en tecnología continuamente para adaptar sus productos a los requisitos tecnológico-sociales. Ellos son nuestros aliados en el buen hacer, en nuestras consultas para que podamos proyectar con la mayor profesionalidad posible”.

Alicia García evidencia, en su respuesta, la nueva normalidad que ya supone la integración de la tecnología en los proyectos para interioristas y decoradores: “La tecnología enfocada al sector de hábitat (electrodomésticos inteligentes,

<< sorprende cómo la modularidad está aportando soluciones nuevas en viviendas urbanas. (...) existen proyectos en espacios muy reducidos que ofrecen experiencias de diseño muy estimulantes >>

sistemas de control a través de la voz, creación de escenas lumínicas, etc.), ya son habituales en prácticamente todos los espacios de Casa Decor. Su integración en espacios domésticos reales va de la mano de las reformas y obras nuevas que se vayan haciendo. Todos los profesionales ya incluyen una partida para estos sistemas y son cada vez más los clientes los que las piden para su vivienda”.

De la tecnología a la funcionalidad como eje del diseño

A continuación, ponemos el foco de atención en un dilema que este sector profesional debe afrontar una y otra vez: el hecho de priorizar funcionalidad, o estética; porque en un mundo donde la practicidad es un factor esencial pero el impacto visual sigue siendo decisivo, el diseño de interiores se enfrenta a un desafío apasionante. Por eso, preguntamos **¿qué importancia tendrá la funcionalidad en el diseño de interiores frente a la estética en 2025?, y ¿cómo se equilibrará la necesidad de espacios prácticos con el deseo de ambientes visualmente impactantes?**

Contundente, Andoni Díaz se declara “firme defensor de que el diseño de interiores es el resultado de la funcionalidad al espacio. Creo que los espacios deben estar pensados para su uso y para su usuario. Tenemos que empezar a entender que hay diferentes formas de vivir, de disfrutar y de sentir, con un 20% de población actual neurodivergente. Ello nos obliga a crear espacios funcionales adaptados al usuario. La aplicación de la estética y las tendencias en el espacio debe ser el paso siguiente tras la búsqueda de las necesidades del mismo.

Crear ambientes visualmente impactantes no debe estar reñido con que dejen de ser prácticos. También debemos ser conscientes del uso principal del espacio, diferenciando muy bien los usos de vivienda/vida, uso de ocio, uso de trabajo, y contemplando los tiempos y las horas principales en las que los usuarios harán uso de estos ambientes”.

Para Sandra Guiu, “la funcionalidad en el diseño de interiores será tan relevante como la estética, ya que los espacios deberán responder tanto a las necesidades prácticas de sus usuarios como a su deseo de entornos visualmente impactantes. Este equilibrio -argumenta-, se logrará mediante un enfoque integral que combine soluciones inteligentes y diseño emocional. Los interiores estarán diseñados para optimizar el uso del espacio, con mobiliario modular, almacenamiento oculto y tecnología integrada que ofrezca comodidad sin comprometer la apariencia. Al mismo tiempo, la estética

se potenciará a través de materiales de calidad, iluminación estratégica y elementos decorativos que reflejen la personalidad de los habitantes. La clave estará en la capacidad que tengamos los diseñadores para fusionar belleza y funcionalidad, creando entornos que sean tanto prácticos como inspiradores, capaces de evolucionar con las necesidades cambiantes de las personas y de responder a los desafíos actuales con soluciones creativas”.

Esta cuestión es un tema candente para el decano del CDICV, Pepe Cosín: “En Cosín Estudio estuvimos hablando no hace mucho de este mismo tema. En octubre celebramos la conferencia ‘Interiorismo y humor’ con Juli Capella y Roberto Granados, organizada por la Fundació del Disseny en Cosín Room, nuestro espacio showroom abierto a la cultura y el diseño. El humor, lo impactante, lo disruptivo... son grandes recursos para los espacios abiertos al público, el retail y la hostelería. En vivienda son más difíciles de encontrar: en palabras de Capella, ‘a la gente no le gusta tener el chiste en su propia casa’”. Y reafirma su respuesta: “No debemos tener miedo a experimentar con la estética siempre que nos guiemos por el buen criterio. Al final, aportar algo fundamental, algo de lo que se pueda hacer uso o que nos emocione, y mejore la calidad de vida de las personas, eso es lo que permanece”.

La última valoración de este apartado es la de Marta Martínez. La decana madrileña lo tiene muy claro: “La estética es importante pero frente a la funcionalidad considero que pasa a segundo plano. No obstante, ¿por qué prescindir de la estética una vez creado un espacio funcional? En definitiva, aunque sea más importante la una que la otra, si van de la mano, garantizaremos el mejor de los resultados. La practicidad, el orden, la funcionalidad son premisas en un proyecto, pero el impacto visual crea sensaciones emocionalmente enriquecedoras y por lo tanto necesarias también”, finaliza.

Tendencias 2025

Hablando de enriquecer, en este caso las tendencias, es evidente que el sello Made in Spain siempre suma y traspasa fronteras, pero queremos entrar en detalles. Por eso

preguntamos a los protagonistas de estas páginas, **qué tendencias dominarán el diseño de interiores en 2025 a nivel nacional, y si prevén la incursión de influencias internacionales o culturales.**

Andoni Díaz pone en valor la diversidad y calidad de nuestro diseño: “En España estamos empezando a entender que somos íberos, somos mediterráneos, somos cántabros... y creo que en parte la tendencia nórdica en interiorismo de hace unos años se va difuminando y dejando paso a una tendencia más cálida, más térrea y más nuestra. La firme apuesta por la cerámica es tendencia, y ligado a ello, los colores de nuestros paisajes, nuestras costas y montañas.

En los últimos años estamos empezando a poner en valor el producto nacional, las marcas locales y los fabricantes de proximidad. Creo que el principio de sostenibilidad tiene gran conexión con potenciar nuestra industria. Apostar por marcas españolas es sinónimo de apostar por la calidad, la producción consciente y el cuidado del entorno”. Y por ello, Díaz declara: “Más que influenciarnos por tendencias internacionales, creo que estamos en un inicio de influenciar al mundo con nuestros productos y nuestras tendencias nacionales. Poner en valor la gran calidad del diseño español debe ser uno de los objetivos para los próximos años”.

Según Sandra Guiu, “a nivel nacional, se revalorizarán los materiales y técnicas artesanales que aportarán autenticidad y singularidad a los proyectos. Se reforzará el uso de materiales tradicionales como cerámica artesanal, madera de proximidad y textiles naturales, reinterpretados con un enfoque contemporáneo. La arquitectura mediterránea, con su énfasis en la luz natural y la conexión interior-exterior, seguirá siendo una referencia clave, especialmente en proyectos residenciales y turísticos.

En cuanto a influencias internacionales, se espera una mayor presencia del diseño escandinavo-japonés (Japandi) por su enfoque minimalista y funcional, así como del bio-diseño, que integra elementos vivos en el mobiliario. Además, el auge de las tecnologías sostenibles y la digitalización abrirá paso a la incorporación de tendencias globales como el uso →



Foto: Hotel Vincci / Estudio Paolo Mauri

de bioplásticos, la iluminación circadiana y la personalización de espacios mediante realidad aumentada. Factores culturales como la recuperación de edificios históricos, el auge del turismo experiencial y la demanda de viviendas polivalentes impulsarán propuestas flexibles y auténticas”. A modo de conclusión, Guiu sintetiza todo lo anterior: “España se caracterizará por la fusión de lo tradicional y lo contemporáneo, con un fuerte compromiso hacia la sostenibilidad y una creciente apertura a influencias internacionales. Sin embargo, la esencia mediterránea y la identidad cultural propia seguirán siendo el pilar de los proyectos, asegurando espacios que sean tanto funcionales como emocionalmente significativos”.

En la misma línea, Pepe Cosín asegura que la diversidad cultural española prevalecerá en 2025: “Seguro que podemos ver en los estilos populares esa búsqueda del equilibrio entre la funcionalidad moderna, la calidez, y la evocación de lo natural, adaptándose a las particularidades culturales de cada zona. Las modas internacionales se nos escapan un poco a los que somos más puristas e intentamos huir de ellas. Lo suplimos con la innovación, lo local y la personalización, que son clave en nuestro trabajo”.

Previo a su respuesta, Marta Martínez hace un inciso: “Hemos hablado antes de la estética y la funcionalidad, pero hay otros factores también a tener en cuenta en un proyecto de 2025, el bienestar y la salud medioambiental. Los interioristas somos los que de nuestra mano tenemos la posibilidad de llevar la salud a los espacios habitados; el hogar, nuestro espacio de trabajo, el de ocio... Y si se trata de un negocio, además la rentabilidad”. Y a continuación, reflexiona sobre las influencias internacionales en España: “Los interiores habitados, nuestro cometido, tienen que ver con nuestra forma de vivir y vivimos en un entorno cada vez más amplio. Si nos situamos en el centro de un círculo y trazamos círculos concéntricos cada círculo que nos encontramos representa nuestro barrio, nuestra ciudad, nuestro país, nuestro continente..., nuestro planeta. Pues actualmente ya nada está tan lejos ni nos es tan ajeno como hace unos años. Los viajes de ocio y las migraciones se han convertido en experiencias que fomentan la conexión cultural. De ahí la gran variedad

de tendencias y estilos decorativos internacionales que se manejan, sobre todo en la rama hostelera”.

Además, Martínez introduce el aspecto normativo, muy importante en sector: “Otra influencia que no tiene que ver con el fondo, como es la cultural, sino con la forma, es la atención a la normativa que nos viene de la Unión Europea, ya que todas las grandes empresas deberán divulgar información sobre el impacto de su actividad, en las personas y el planeta, y sobre los riesgos de sostenibilidad que afronten. Y un proyecto en todas sus vertientes forma parte de su actividad. También se subraya la necesidad de contar con indicadores de sostenibilidad armonizados y una metodología para cuantificar el impacto. Colaboro en un equipo voluntario para el desarrollo de esta metodología, que todavía está sin definir”, finaliza.

Y para Alicia García Cabrera, la globalización cultural dejará su impronta en los proyectos contemporáneos: “En el mundo globalizado en el que vivimos ahora, con acceso a lo que se hace en Tokio, Nueva York o Londres, no pareciera haber tendencias por países, si bien es cierto que hay ‘gustos’ nacionales. Creemos que la arquitectura de interiores biofílica se mantendrá con fuerza, así como una necesidad de integrar elementos exóticos de todas las culturas, una especie de estilo global étnico, donde la inspiración proviene de culturas vernaculares de cualquier parte del globo”.

El auge del interiorismo como necesidad transversal

En los últimos años, el diseño de interiores ha trascendido su papel tradicional para convertirse en una herramienta esencial en proyectos de todos los ámbitos: desde residenciales y comerciales hasta corporativos e institucionales. Esta creciente demanda, abarca desde el asesoramiento hasta la rehabilitación y reconversión de espacios, y refleja una mayor conciencia sobre la importancia de los entornos bien diseñados; una realidad que da paso a la última cuestión: **¿Puede darnos su valoración sobre dicho incremento de demanda, y su opinión sobre cómo está repercutiendo en este ámbito profesional?**

Foto: Estudio Leblume



“Incluir diseño en los espacios habitables es necesario, entendiendo el diseño desde el punto de vista de la funcionalidad. Creamos ambientes bonitos, pero sobre todo creamos ambientes prácticos que mejoran la vida de los usuarios”, afirma el presidente del Consejo General de Colegios Oficiales de Decoradores y Diseñadores de Interior, Andoni Díaz, quien resalta el valor de los profesionales titulados y colegiados: “El auge de la profesión viene en parte por el cambio generacional que ha entendido que vivir bien es importante, y por otro lado por el auge de los programas de televisión de diseño, las apps y el auge de difusión de diseño en las redes sociales.

Creo que debemos tener claro que el diseño de interiores no es un concepto estético, como nos enseñan en gran parte los programas de televisión y las redes sociales. El diseño de interiores es el conocimiento del espacio desde la funcionalidad, la ergonomía, la optimización del espacio y del presupuesto, la sostenibilidad y la practicidad, sumando a todo ello, como pieza final, la estética. Es aquí donde se diferencia la acción profesional de la acción de estilista o decorador como hobby. Somos profesionales que nos hemos formado para mejorar la vida de las personas mediante los espacios. El diseño de interiores es una titulación regulada en España, y los profesionales deben estar titulados, y a poder ser, colegiados, para ejercer la profesión de interiorista. ¡Apostemos por un 2025 lleno de diseño y con espacios que mejoren la vida de las personas!”, finaliza el también interiorista vasco.

La decana del Colegio de Diseñadores de interiores y decoradores de Cataluña, Sandra Guiu, destaca el papel clave del sector en el momento actual: “En los últimos años, el creciente interés por el diseño de interiores refleja una mayor conciencia sobre la importancia de los espacios bien diseñados en la vida cotidiana y profesional. Esta demanda se ha expandido a ámbitos tan diversos como el residencial, el comercial, el corporativo y el institucional, abarcando proyectos que van desde el asesoramiento puntual hasta la reconversión y rehabilitación integral de espacios. Este auge no solo destaca el valor añadido que aportamos los interioristas y decoradores en términos de funcionalidad, estética y optimización, sino que también está transformando el sector profesional. Se ha impulsado una mayor especialización, fomentado la colaboración interdisciplinar y las expectativas del cliente en cuanto a creatividad, sostenibilidad y personalización. Esto ha contribuido a consolidar nuestro papel como profesionales clave en proyectos que van mucho más allá de lo estético, abarcando funcionalidad, sostenibilidad y experiencia de usuario”.

A continuación, la decana explica el incremento de la demanda como resultado de varios factores que se resumen en valorización del diseño como inversión; tendencia hacia la personalización; transformaciones en los estilos de vida; y sostenibilidad y rehabilitación. También es importante destacar los factores que, según la decana Sandra Guiu, están teniendo repercusión en el sector profesional, como: mayor diversificación de servicios: “los interioristas hemos ampliado nuestro ámbito de actuación, ofreciendo servicios como asesoramiento en Home Staging, diseño para el bienestar, optimización de espacios multifuncionales y consultoría en sostenibilidad”, apunta; aumento de la competencia y especialización; colaboración interdisciplinar entre interioristas y otros técnicos como arquitectos, ingenieros, paisajistas y expertos en tecnología para ofrecer soluciones integrales.



Foto: Estudio Claudina Relat

“Esta colaboración ha elevado la calidad y complejidad de los proyectos, posicionando al diseño de interiores como una disciplina estratégica”, afirma; creciente profesionalización; y el incremento de la visibilidad y la comunicación a través de redes sociales y otras plataformas, que “han permitido a los interioristas mostrar su trabajo a un público más amplio, posicionándose como referentes en tendencias y estilo. Esta visibilidad ha impulsado el interés del público por contratar profesionales, al inspirarse en proyectos reales”, atestigua la decana e interiorista catalana.

Según el decano del Colegio de Diseñadores de Interior de la Comunidad Valenciana, Pepe Cosín, “es evidente que en los últimos años ha cambiado la forma en que las personas y las empresas valoran el diseño, que se ha convertido en una herramienta de creación de valor. Esto es algo que siempre hemos promovido desde Cosín Estudio y desde el CDICV. En el ámbito residencial, por ejemplo, la pandemia nos hizo valorar más nuestros hogares. Ahora los clientes buscan espacios flexibles, que se adapten tanto al trabajo como al ocio. En entornos comerciales y corporativos, el diseño se ha convertido en un diferenciador estratégico, ayudando a las marcas a conectar con sus usuarios a través de espacios para recordar. Incluso en el ámbito institucional, hay un reconocimiento de que el diseño puede transformar la manera en que interactuamos con los servicios públicos y culturales”. Pero, Cosín puntualiza: “Sin embargo, este crecimiento también implica retos, como la sostenibilidad, que es un compromiso que no podemos ignorar. Y la creciente demanda también requiere una regulación más estricta de la profesión para garantizar la calidad de los proyectos y proteger los intereses tanto de los clientes como de los diseñadores”. ➔



Foto: Estudio Beatriz Silveira

La decana del Colegio Oficial de Decoradores y Diseñadores de Interiores de Madrid, Marta Martínez, valora muy positivamente el auge del sector: “Este incremento de demanda, al colectivo en general, nos alegra enormemente. Ha cambiado la visión de nuestra profesión, ya que quedó atrás considerarla elitista y solo al alcance de los sectores más acomodados. Ha llegado el momento de poder mostrar realmente el servicio tan necesario que desempeñamos en la sociedad. Es tan necesario contar con un diseñador de interiores, para abordar una reforma, como acudir a un médico cuando se tiene un dolor. Hoy en día nadie tiene duda de la importancia de nuestra actuación profesional”. Consecuencia de ello, también está aumentando la oferta en formación cualificada, como prosigue explicando: “De hecho, este incremento de demanda va acompañado de una mayor oferta de formación universitaria de grado oficial ya que en el último año se han incorporado tres nuevas escuelas, por lo que en Madrid ya contamos con nueve escuelas universitarias que imparten el grado oficial en Diseño de Interiores, Escuela Superior de Diseño (ESD), Universidad de Diseño y Tecnología (UDIT), Instituto Europeo de Diseño (IED), Universidad Antonio de Nebrija, Universidad Europea, Universidad San Pablo CEU, ELLE Education de la

Camilo José Cela, Centro Superior de Diseño y Arte Digital (CES), además de la Escuela Artediez, que imparte tres Ciclos Formativos de Grado Superior. Mantenemos una colaboración muy estrecha con todas ellas ya que el Colegio le da al alumno recién graduado, la posibilidad de asesorarle y darle cobertura al abordar su primer proyecto. La colegiación tiene numerosas ventajas”, declara Martínez.

Atendiendo a nuestra última pregunta, la directora general de Casa Decor, Alicia García Cabrera, resume la evolución del sector en los últimos años: “Casa Decor, como plataforma de promoción del diseño de interiores, lleva 33 años trabajando precisamente por posicionar el interiorismo y sus profesionales como se merecen. Llevamos años predicando que contar con un interiorista no es un capricho ni un lujo, es una necesidad profesional como cuando recurrimos a un dentista si tenemos un problema bucal. Un proyecto dirigido por un interiorista nos ahorra tiempo, dinero y disgustos. En España, hasta hace relativamente pocas décadas, no había interés decorativo como en otros países del norte de Europa. El interiorismo como profesión no existía, y lo ejercían intuitivamente gente formada y con ‘buen gusto’”.

Y como broche final, Cabrera alude a un cambio de concienciación social, a nivel nacional: “Hoy, afortunadamente, ya existe una formación académica certificada, que prepara a los profesionales futuros también técnicamente, porque el interiorismo no es poner cortina o combinar colores. Un buen proyecto tiene que contemplar decenas de condicionamientos espaciales, distribución, proyecto lumínico, sistemas de calefacción, materiales idóneos, cerramientos, etc. Un buen profesional del diseño de interiores está muy formado e informado para dar un buen servicio a sus clientes. Y lo más importante es formar a las personas para que dejen su obra o reforma en manos de un profesional.

Durante la pandemia, al estar tanto tiempo encerrados, contemplando las deficiencias de nuestras viviendas, nos percatamos de la necesidad de tener un hogar en condiciones, no solo estéticas, sino funcionales y salubres. La sociedad en general se ha dado cuenta de que el interiorismo no es algo secundario ni irrelevante, está en el mismo nivel de la arquitectura y el diseño. Existe desde que el hombre vivía en pequeñas comunidades, en cuevas, chozas, cabañas, jaimas, tipis o yurtas... Siempre ha habido una pulsión decorativa por adecentar y embellecer la vivienda de los núcleos primitivos. Es algo innato al ser humano”.

En resumen...

Las valoraciones de los entrevistados, las cuales agradecemos encarecidamente, reflejan que las tendencias 2025 serán un crisol de diferentes propuestas, conceptos e ideas que responden a nuestra forma de vivir y sentir. El interiorismo es ya una herramienta poderosa para mejorar nuestra calidad de vida, y la de nuestro entorno. Por eso, el diseño de interiores apunta maneras en 2025, y lo hace poniendo al ser humano como protagonista indiscutible. La búsqueda de su bienestar físico y emocional, la funcionalidad del espacio y de los elementos dispuestos, la personalización reforzada por criterios sostenibles, y una integración más equilibrada entre naturaleza, artesanía, industria y tecnología serán las claves que manejarán los arquitectos de interiores, interioristas y decoradores para obrar su magia en cada nuevo proyecto. #

IT'S TIME: INDUSTRIALIZED CONSTRUCTION

- > **Industrialización**
- > **Digitalización**
- > **Sostenibilidad**



+25.000
visitantes profesionales



+700
expertos internacionales



+600
firmas expositoras



8
auditorios

**Showroom de innovación para la nueva edificación junto
al Congreso Nacional de Arquitectura Avanzada y Construcción 4.0**



LIGHTING & INTERIORS



SUELOS Y SUPERFICIES



DOMÓTICA



COCINA & CO



OUTDOORS



BIM & DIGITAL SOLUTIONS



ESPACIO BAÑO & WELLNESS



**EFICIENCIA ENERGÉTICA
Y CONSUMO CASI NULO**



SISTEMAS CONSTRUCTIVOS



HOME CLOSING



CLIMATIZACIÓN



SERVICIOS



INMOBILIARIO

[Entrevista]

MANUEL ESPEJO

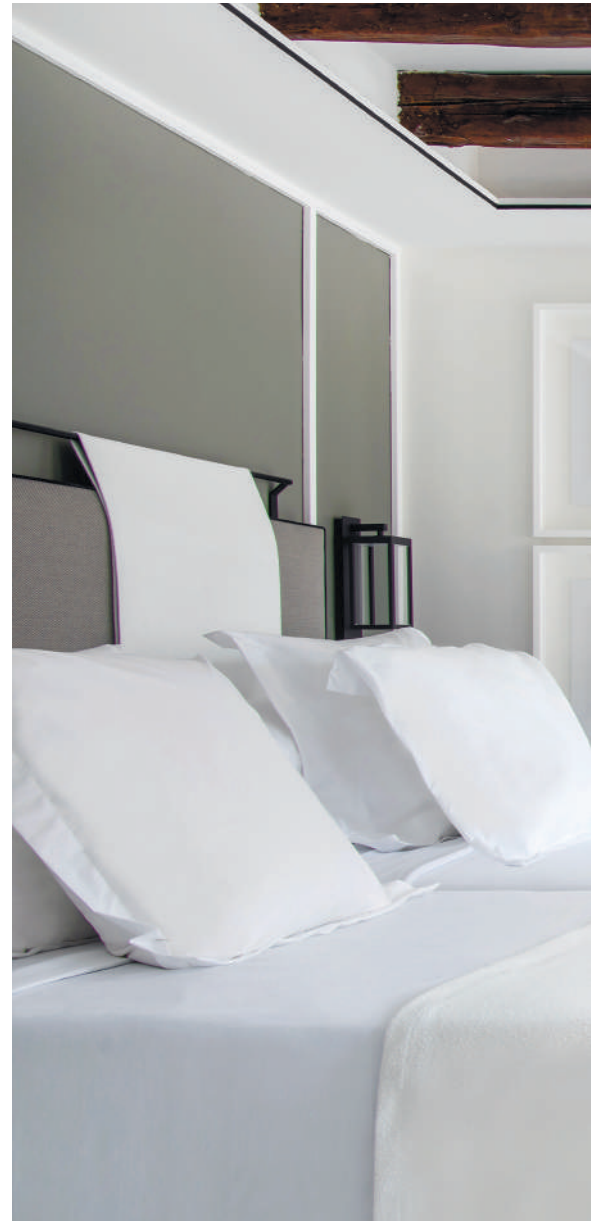
VEINTE AÑOS

REDEFINIENDO EL INTERIORISMO



Retrato Manuel Espejo: Carlos Aranguren
Fotografías de espacios: Paloma Pacheco

Sensibilidad y carácter en perfecto equilibrio. Este es el sello personal que Manuel Espejo imprime en cada uno de sus proyectos de interiorismo desde hace veinte años; un hito que celebra con orgullo en 2025 y del que hacemos gala en estas páginas del mejor modo posible: evocando su pasado, difundiendo su presente y revelando su inminente futuro.



Manuel Espejo es uno de los interioristas españoles que en los últimos años juega un papel importante en la difusión de esta disciplina a través de diferentes proyectos, incluso televisivos. También desarrolla una faceta como diseñador de mobiliario, y colabora con prestigiosas firmas del sector como FORMICA GROUP, creando una de las cuatro piezas exclusivas de la colección “4x4”, para la edición 2025 del MADRID DESIGN FESTIVAL. **Manuel, por favor, cuéntanos sobre tu pieza exclusiva, el sofá ‘Sarsen’.**

Me ha encantado. Yo llevo muchos años trabajando con Formica, uno de mis proveedores. Tiene unos tableros de madera que son una maravilla, buenísimos y compactos; la cocina de mi estudio..., todos los muebles son de Formica, de la de la línea Fenix®. Entonces, Formica nos propuso, a cuatro interioristas, hacer un mueble de hogar novedoso y diferente. Y yo he diseñado un prototipo de banco que, original, mide tres metros veinte, pero en Madrid Design Festival mide un metro cincuenta, porque no

entraba. Es un banco con un material de formica que imita una piedra natural, y otro tablero que imita a un espejo; realmente la magia de todo esto es el tablero de ocho milímetros de espejo que aguanta el peso absolutamente de todo. Lo que hago es jugar con el grosor del tablero y crear una sensación.

También has sido imagen para otras marcas, ¿a qué se debe este reclamo?

En estos años he sido imagen de marcas a las que admiraba como Miele, Toshiba o Jacob Delafon Paris. Yo siempre he sido muy fiel a las firmas colaboradoras con las que trabajamos en los proyectos. Creo que el gran éxito es que te guste la firma y el trabajo en equipo funcione.

Manuel, tus abuelos eran fabricantes de mobiliario en Córdoba, y tu padre proveedor de muebles, llegando incluso a tener varias tiendas y franquicias. ¿Llevas el gusanillo del interiorismo en los genes? →



Manuel Espejo dirige la reforma del Hotel Francisco I, acometida en distintas fases, creando dormitorios confortables, funcionales y con mucho estilo.

Sí, yo de pequeño, lo he mamado. Los fines de semana, mis padres se extrañaban de que yo no me quisiera ir con mis amigos; mi diversión era irme a las tiendas a ver qué cosas nuevas habían llegado, incluso me ponía a cambiar los muebles de sitio con seis añitos. En esa época, los 80, lo normal era tener los muebles a juego, ya fuera de estilo provenzal, moderno, clásico..., pues yo lo que hacía era cambiar las cosas de sitio. ¡Imagínate!, me iba a la parte de comedor moderno y me llevaba las sillas y se las ponía a la mesa clásica. A mi padre le gustaba y lo dejaba, y así se vendía así después. Otro de mis juegos, y por lo que tenían clarísimo que yo iba a ser interiorista o decorador, era dibujar salones de las casas de mis amigos, pero cambiando todo de sitio.

Tras estudiar diseño y arquitectura interior en la Escuela de Diseño IADE, iniciaste tu carrera profesional en 2005, ¿dónde hiciste tus primeros trabajos?

En Casa Armani. Había como una especie de franquicia de muebles aquí en Madrid, en la calle Ayala con Príncipe de Vergara (que cerró con la crisis), con toda la colección de Armani y alguna firma italiana, y en la primera planta estaba el departamento de proyecto, donde se hacía hasta arquitectura. Fue maravilloso. Pero realmente donde aprendí fue a continuación, con Juanjo Taboada, un estudio pequeño, donde él y yo éramos los únicos interioristas.

Según has contado en varias ocasiones, en 2007 la crisis te llevó a abrir tu estudio. Primero en tu casa, luego en un local en la calle Espejo, donde estuviste seis años, y hace dos, te mudaste al barrio de Las Letras. ¿Cómo es el nuevo estudio?

<< he dado siempre mucha importancia al diseño propio de cada espacio y de cada pieza >>

(...) buscamos un local en esta zona, sin pensar en precio ni metros ni nada. Y el primero que salió, lo vi una oportunidad increíble y me lo quedé. Además, está en planta calle, como a mí me gusta. También necesitábamos más metros, un estudio mucho mayor. En total son 240 metros cuadrados, de los cuales 120 se dedican a las exposiciones de arte. Y tenemos diferentes espacios de trabajo con muchísimo detalle en el proyecto, dos entradas en planta calle, tres patios, cocina, sala de muestra y presentaciones, dos despachos, baños y almacenaje.

¿Qué es lo que definen tus proyectos de interiorismo?

Yo soy muy simétrico, pero la raíz de todo esto es que soy una persona extremadamente ordenada. También tengo todo escondido con puertas, por todos lados. Aparte, pienso que la simetría y el orden, al final te transmite, sin darte cuenta, bienestar y un orden mental. También me gusta jugar con los espacios para que parezca que son muchísimo más grandes de lo que son. Yo soy muy bueno haciendo espacios pequeños, porque pienso que es como un plus, que el verdadero lujo es eso, lograr esa sensación visual de que todo parezca mayor de lo que es, jugando por ejemplo con la luz natural, me parece que es un lujazo. También le he dado siempre mucha importancia al diseño propio, no solo de →

Villa, dormitorio principal. Los tonos neutros crean una atmósfera relajante, y los cojines rojos añaden un toque de calidez y energía.



En el estudio del interiorista, cada detalle está cuidadosamente equilibrado para crear un ambiente moderno y acogedor.



En el mundo de la arquitectura y el interiorismo, cada detalle cuenta. La iluminación no es solo una necesidad funcional, sino una parte esencial de la estética y el ambiente de cualquier espacio. Es aquí donde Alverlamp marca la diferencia con una propuesta única en el mercado: la personalización total de sus productos de iluminación. Alverlamp no se conforma con ofrecer soluciones estándar. Su capacidad de personalización permite a arquitectos e interioristas dar rienda suelta a su creatividad, adaptando cada luminaria a las necesidades específicas de cada proyecto. Desde colores y acabados exclusivos hasta formas y materiales especiales, la marca ofrece un abanico de posibilidades que garantiza la integración perfecta con la estética de cualquier diseño.

"Cada espacio tiene una esencia propia, y la iluminación debe reflejarla con precisión."

Esta flexibilidad convierte a Alverlamp en el aliado perfecto para proyectos innovadores y sofisticados, donde la luz no solo ilumina, sino que también embellece. Con un equipo altamente cualificado y tecnología de vanguardia, la compañía asegura productos de alta calidad que combinan diseño, eficiencia y funcionalidad.



Además, Alverlamp ofrece asesoramiento personalizado para que cada cliente encuentre la solución luminica perfecta. Todo esto con la última tecnología en domótica y control de consumo, gracias a su co-branding con Legrand que ha permitido a esta empresa valenciana desarrollar instalaciones inteligentes.

"La luz transforma los espacios y crea emociones: personalízala con Alverlamp."

Control total sobre encendido de escenas, seguimiento en tiempo real de los niveles de consumo o control de ciclos lumínicos (intensidad o temperatura) para simular la luz natural. Si buscas una iluminación que se adapte a tu visión sin límites, Alverlamp es la respuesta. Descubre un mundo de posibilidades y lleva tus proyectos a un nuevo nivel con soluciones diseñadas a medida para ti.



Collidors s/n 46791 Benifairó de la Valldigna
Valencia
(+34) 962 811 002
infoweb@alverlamp.es
www.alverlamp.es

Sofá 'Sarsen by Manuel Espejo' para FORMICA. Combina la calidez de las texturas naturales del laminado Arpa®, en diseño piedra 3486 UMA con acabado KER, con la distinción del brillo metálico del laminado de aluminio efecto espejo Homapal® 470 Alu Mirror Polished Superior Natural.



un espacio, sino también de cada pieza, que más tarde la tiene que realizar un artesano. En muchas ocasiones he diseñado todas las piezas de un proyecto, esto me encanta y lo disfruto muchísimo. Además, como estudio me parece un plus importantísimo para un cliente.

Cuéntanos, ¿en qué trabajas actualmente?

Ahora estamos haciendo la obra integral de un hotel, en la calle Arenal, el Hotel Francisco I. Y no se quiere cerrar al público, cada año nos dan una planta entera (...), que son como 1500, dos mil metros, que es la más grande. Ya hemos hecho una, la quinta que era todo habitaciones, este año hemos hecho la primera planta, y ahora estamos trabajando en la recepción.

En 2025, celebras tus veinte años de profesión, ¿enhora buena! ¿Vas a celebrarlo?

Muchas gracias. Estamos emocionados y más ilusionados que nunca con este aniversario. Para mí significa una gran satisfacción personal y profesional. Me gustaría hacer algo especial porque yo siempre he celebrado todo con una buena fiesta, y me gusta mucho organizar un evento. De hecho, muchas marcas nos contratan para hacer los suyos. (...) yo creo que este año habría que hacer algo. Además, el estudio actual no lo he inaugurado oficialmente, y sería la ocasión. Pero de momento, lo que quiero es disfrutar de todo lo que venga. Fíjate, me han propuesto hasta hacer un libro. ¿Pero qué ocurre? Que tengo tanto respeto a este mundo nuestro,

del Interiorismo, a los interioristas, a nuestro trabajo... que creo que hay que esperar unos años más para tener más contenido para ese libro.

¿Cuál es para ti, tu mayor logro de estos años?

Hacer durante el año pocos proyectos, pero buenos para vivir y poder facturar. Este es mi logro después de años de mucho esfuerzo.

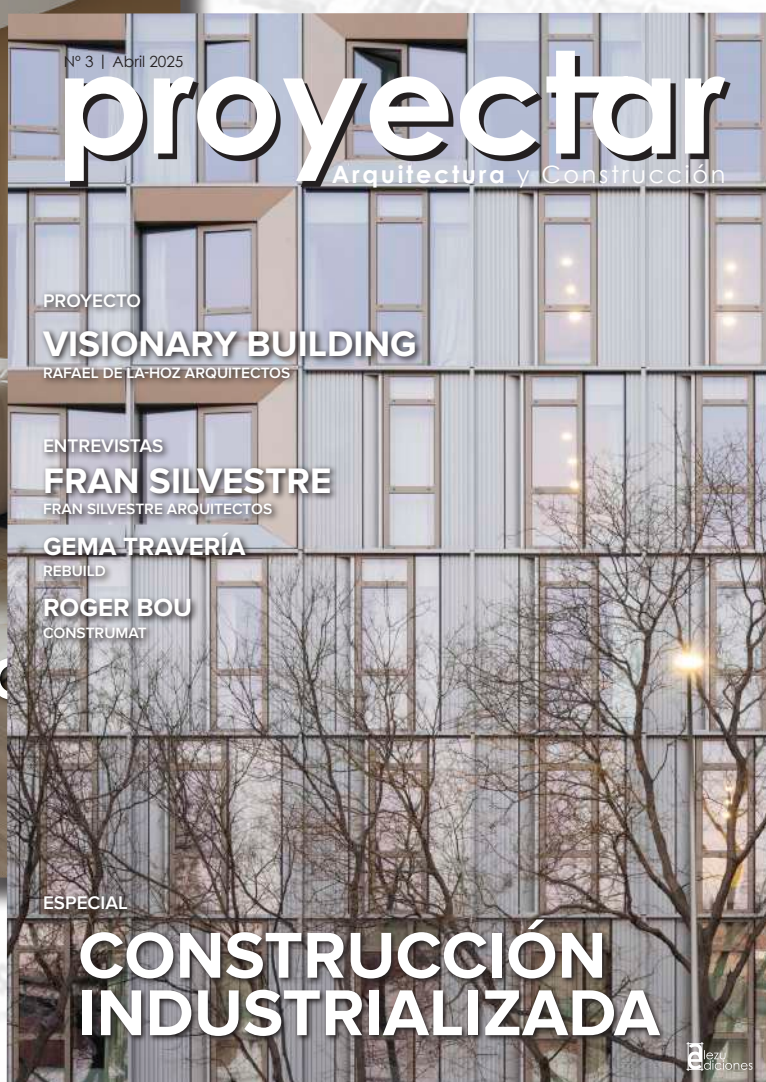
¿Y qué esperas de los próximos veinte años, a nivel profesional?

Yo he hecho mil historias y hoy en día puedo decir que he conseguido lo que quería: tener un nombre, que para mí significa que mis espacios, mi trabajo lo conoce la gente; que cuando alguien llega a un espacio de Casa Decor, sin saber que es mío, digan: "eso es de Manuel Espejo", porque la gente reconozca mi trabajo. Yo he salido mucho en prensa, pero siempre he querido como cuidar mucho eso, y a mí... como si no me ponen cara. ¿Qué les pido?, que sean iguales de estupendos, con proyectos igual de bonitos y con la gran suerte de tener clientes maravillosos.

Manuel, ¿qué legado te gustaría dejar como diseñador de interiores?

Me gustaría ser recordado por crear una pieza muy especial, que se quedara ahí para siempre, que fuera un recuerdo de mi paso por la vida. #

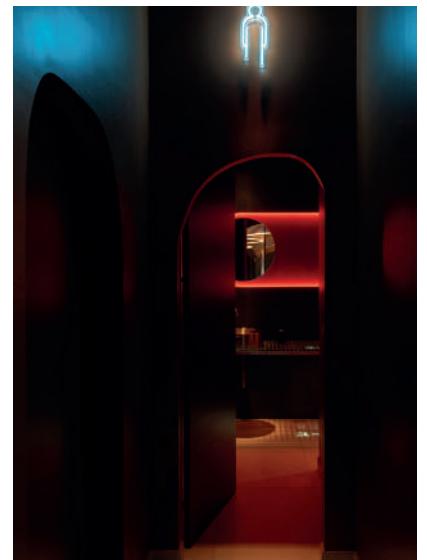
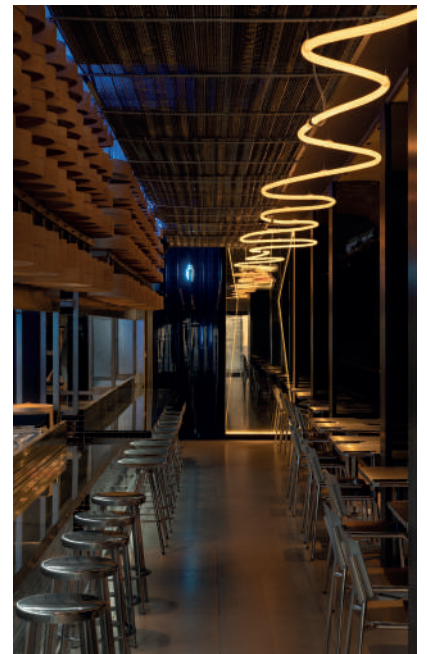
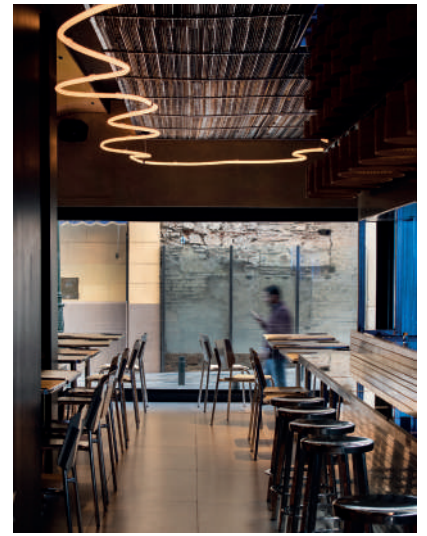
PORQUE LOS CLIENTES EXIGEN PROYECTOS CADA VEZ MÁS INTEGRALES...



...HEMOS CREADO LAS REVISTAS QUE EL SECTOR NECESITA



PROYECTOS



LAGO INTERIORIZA “UTOPIA”, RESTAURANTE DE RAMEN EN MÁLAGA



Justo en el corazón de Málaga, se descubre Utopía Ramen, un rincón que os lleva a otro nivel, justo ahí donde lo moderno y lo histórico de la ciudad chocan. Aquí, la historia del ramen cobra vida, pero de una manera que seguro no esperáis, jugando con la luz y el espacio de forma única. Imaginaos un lugar donde “Blade Runner” se encuentra con la tradición del ramen. Sí, en Utopía Ramen

lo clásico se mezcla con toques futuristas. Mientras disfrutáis de un ramen humeante, las luces de neón añaden ese toque cyberpunk que tanto mola. Aquí, cada detalle del diseño cuenta una historia, desde los ingredientes hasta cómo se preparan, todo tiene su porqué. La magia está en los materiales: desde vaporeras que os reconectan con Japón hasta acabados metálicos que parecen sacados de un futuro no tan lejano. Cada esquina de Utopía Ramen está pensada para que os sintáis parte de una aventura espacial sin igual, descubriendo historias en cada detalle. Utopía Ramen es más que un sitio para comer; es un episodio más en la historia de Málaga, mostrando cómo el diseño y la comida pueden crear un lugar reconfortante. La iluminación y los colores, inspirados en el ramen, junto con un toque retro-futurista, hacen que el ambiente sea inolvidable. Utopía Ramen es más que un sitio para comer; es un episodio más en la historia de Málaga, mostrando cómo el diseño y la comida pueden crear un lugar reconfortante. La iluminación y los colores, inspirados en el ramen, junto con un toque retro-futurista, hacen que el ambiente sea inolvidable.

Estudio: **Paco Lago Interioriza**

www.lagointerioriza.com

951 767 356



RESTAURANTE GULLIVER PROYECTO DE LAURA YERPES

El nuevo restaurante promete una experiencia inolvidable, destacada por su decoración y espectacular monolito en su interior, el cual surge de una peculiaridad arquitectónica: una viga atravesaba el centro del local. Esta viga dio mucho que hablar y se consideraron varias soluciones, para dejarla desapercibida, como una cortina de vegetación artificial, pero se descartó porque dividía demasiado el espacio y no cumplía con la visión de los propietarios, quienes querían un elemento distintivo, fotogénico, “Instagramable”.... Finalmente, respetando la idea original de crear una pieza simbólica que se introdujera con el espacio, se creó la proa de un mascarón de barco, donde la imponente diosa “Victoria”, como la llamamos, da protagonismo al nombre del restaurante, evocando los viajes de Gulliver. Este impresionante detalle no solo soluciona el problema estructural, sino que también se convierte en el corazón visual del restaurante, ofreciendo a los visitantes un ambiente lleno de fantasía y aventura. En el estudio de Laura Yerpes, se partió de un diseño barroco con un estilo mediterráneo, combinado con diversos materiales contemporáneos para crear un diseño vanguardista y colorido. La mezcla de materiales fue cuidadosamente seleccionada, incorporando molduras talladas y maderas antiguas. El objetivo era dar vida a un nuevo templo de la gastronomía mediterránea, creando una experiencia inolvidable en un ambiente elegante y meticulosamente diseñado por manos profesionales.

Estudio: Laura Yerpes
www.laurayerpes.com
 914 317 062

Laura Yerpes.

ESTUDIO DE INTERIORISMO



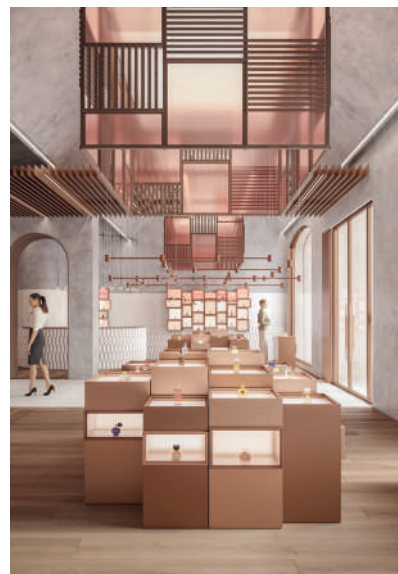
“DANBEL” BOUTIQUE DE PERFUMES, PROYECTO DE MOLINS DESIGN

MOLINS

ARCHITECTURE • INTERIOR • DESIGN

En pleno corazón del Ensanche, muy cerca de Paseo de Gracia, nos encontramos ante una antigua sucursal bancaria completamente desbalijada. Un local de grandes dimensiones con mucho potencial que ha adquirido una inmobiliaria y que resta a la espera de ser revivido en una ubicación más que privilegiada. Los clientes, atraídos por la idea de ser un negocio familiar también, contactan con Molins Design para la conceptualización y diseño de una tienda para su empresa de venta al por mayor de perfumería en Barcelona. La idea inicial era partir de cero. Crear un nuevo concepto de “retail” multi marca de perfumería de lujo, donde cada uno de los fabricantes de perfumes de alta gama, tenga su espacio de exposición de diseño, bajo el paraguas de una entidad superior con un concepto de marca potente. Con toda la información recopilada en el briefing inicial, el equipo de Molins Design se pone manos a la obra para desarrollar todo un reto creativo. Un planteamiento sin referentes, que implicaba definir todo desde cero, empezando por construir una identidad de marca. Todo un desafío que requería de máxima exigencia y compromiso. Un proyecto de diseño comercial de boutique perfumería ambicioso e irrepetible, de vocación contemporánea y donde el diseño se pone al servicio del interiorismo, para resolver un local de ambición sensible y elegante.

Estudio: Molins Design
www.molinsdesign.com
932 052 556



Kando

by Joana Bover



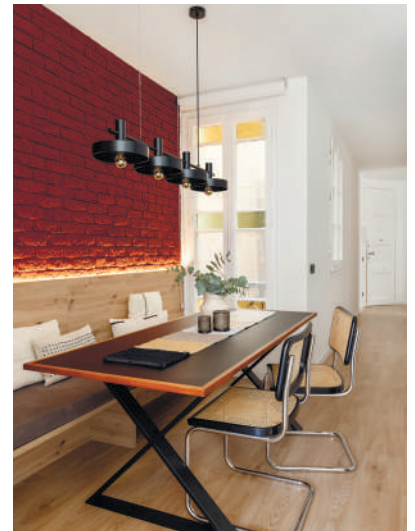
REFORMA DE UN PEQUEÑO PISO, POR BRÁKARA STUDIO

BRÁKARA
STUDIO

En la reforma integral de este piso de 50 m² Brákara Studio ha creado una vivienda luminosa, moderna y acogedora, que mantiene la esencia y el carácter propio de su

construcción original, en una típica finca antigua del barrio barcelonés del Eixample. En su estado original, el piso presentaba una distribución excesivamente compartimentada, que empequeñecía los espacios y restaba la entrada de luz natural. Nada más entrar, se accedía al pequeño baño de la vivienda y a la cocina y, a través de un estrecho pasillo, se accedía a seis minúsculas y oscuras estancias. La intervención ha supuesto abrir el espacio y potenciar al máximo la sensación de amplitud y la entrada de luz natural. Para ello, se han realizado nuevas instalaciones y se ha llevado a cabo el derribo de distintos tabiques. El resultado es una nueva distribución que desdibuja totalmente la anterior e incluye: dos habitaciones, un baño, un comedor y una zona de salón más cocina abierta. La estancia principal de la vivienda cuenta con dos grandes ventanales -cuya carpintería original de madera se ha restaurado y pintado en blanco- por donde entra la luz de forma generosa. En esta zona se ha creado un ambiente abierto y social, formado por una cocina lineal con una isla central, que se integra de forma fluida en el espacio del salón. Lo antiguo y lo nuevo se fusionan de manera orgánica y dan paso a una atmósfera sumamente cálida y acogedora.

Estudio: Brákara studio
www.brakarastudio.com
638 270 819



CONSTRUMAT

20 - 22 de mayo de 2025
Recinto Gran Via - Barcelona



Fira Barcelona

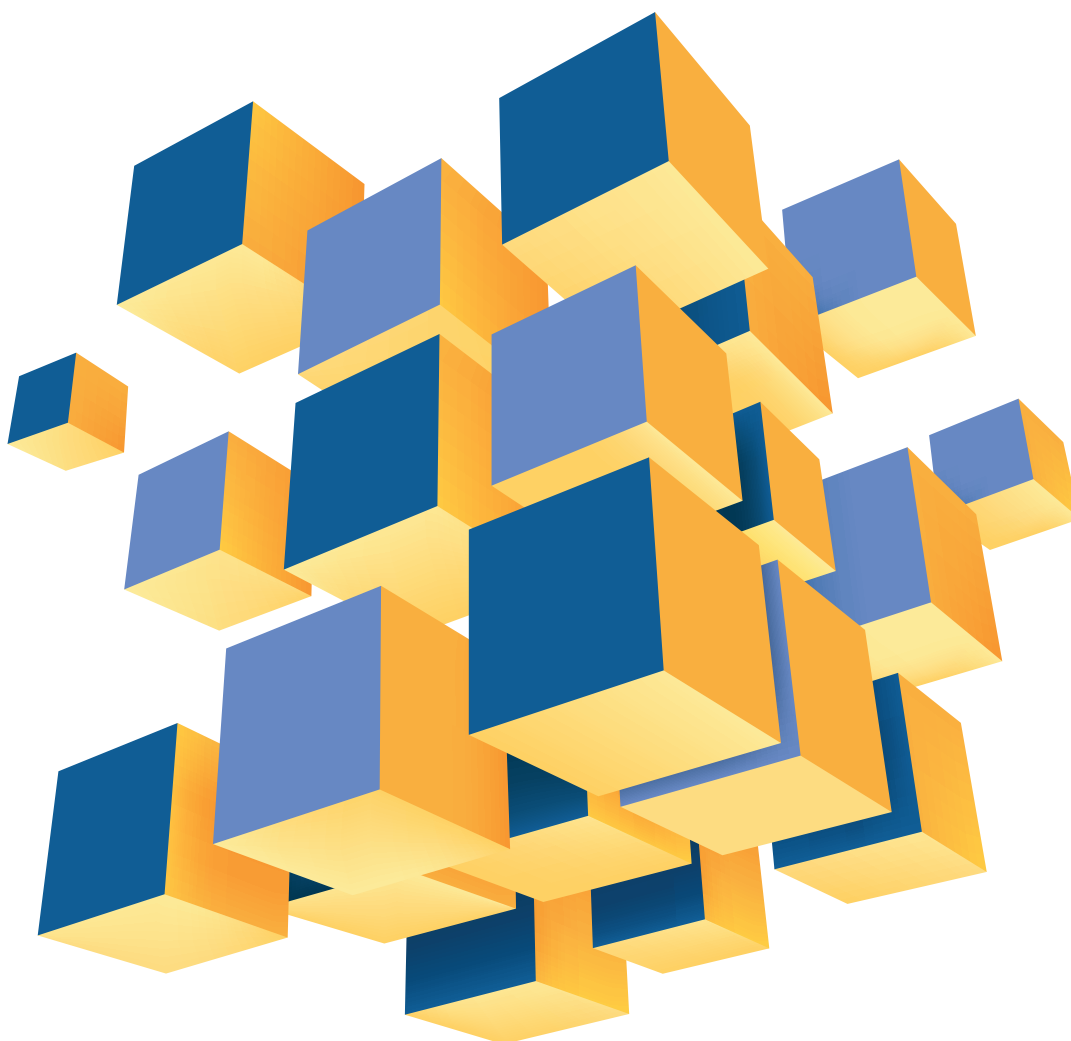
www.construmat.com

#Construmat X    

Construyendo sostenibilidad

Materiales, sistemas y soluciones
para una construcción sostenible

Acreditate gratis online con este código
PROYECTAR2025



El código de descuento es válido para las primeras 100 acreditaciones.
Promoción limitada hasta agotar el número de usos.

[Reportaje]

LÁMPARAS DE DISEÑO

CREANDO AMBIENTES QUE EMOCIONAN



Foto: Faro Barcelona



Afortunadamente, en el panorama del interiorismo y la decoración, la importancia que se le ha dado a la iluminación ha cambiado de unos años a esta parte, pasando de ser un elemento poco considerado -o acaso desapercibido- a convertirse en un factor imprescindible, esencial en cualquier proyecto arquitectónico o de interiorismo que se precie, y en el que la lámpara, como elemento singular y esencialmente decorativo, adquiere un protagonismo de primer orden que va más allá de su relevancia estética.

En este reportaje, y gracias a la colaboración de un elenco de destacados profesionales de muchas de las más importantes compañías del sector -Marta Masdeu (ESTILUZ), Joana Bover (BOVER), Iván Meana (FARO BARCELONA), Alicia Matallín (ARKOSLIGHT), Oriol Sala (LedsC4), Juan Ramón Santos (NORMAGRUP), Ada Soret (AROMAS DEL CAMPO), Raquel Quevedo (LAMP), Noel Sánchez López (ALVERLAMP), José María Pujol (PUJOL ILUMINACIÓN), Raquel Soto (ALG), Sara Soria (MARINER), Juan Martín (ALMAR LÁMPARAS) y Daniel Berenguer (DAJOR)- conocemos interesantes aspectos de este mercado, emergente y con un futuro prometedor, que resulta clave en la proyección de espacios para interioristas y arquitectos.



Foto: Aromas del Campo

Hoy en día, diseñadores, interioristas y arquitectos, escogen con delicadeza -muchas veces con el apoyo de la figura del Lighting Designer, como especialista en proyectos lumínicos- la iluminación adecuada para cada espacio, considerando no solo el aspecto decorativo, o la estética que aporta una lámpara en sí, sino también analizando cómo puede afectar ésta a los usuarios que van a habitar una vivienda, alojarse en un hotel, acudir a trabajar a una oficina o a visitar una tienda en un establecimiento comercial; porque, sobre todo, son conscientes de la capacidad que tiene la luz de crear ambientes que emocionen.

Los fabricantes de iluminación, conocedores de esa inquietud y cada vez más sensibilizados con la economía circular, ponen a trabajar a sus departamentos técnicos para crear lámparas de calidad, con materiales y formas originales -muchas veces diseñadas por encargo-, sabiendo que sus productos son capaces de transmitir sensaciones que contribuyen a la percepción de los espacios y a la calidad de vida.

Paralelamente, la innovación y los avances tecnológicos permiten un desarrollo mayor de la eficiencia y control de las luminarias que ahora, capaces de ajustarse a la atmósfera habitable con una temperatura de color e intensidad lumínica adecuada al proyecto, permiten a arquitectos e interioristas embellecer espacios, contribuyendo a que éstos sean más confortables y atractivos. A su vez, la prescripción de estas lámparas en sus proyectos, aporta credibilidad y confianza a

los clientes potenciales, convirtiéndose -arquitectos e interioristas- en embajadores naturales de la marca, que cada vez recurren más a ellos para mejorar su imagen.

Hemos querido conocer, desde la revista “DISEÑANDO, Interiorismo y Decoración”, qué inquietudes tienen los principales fabricantes frente a la coyuntura actual. Así, además de conversar con muchos de ellos, les hemos hecho llegar un cuestionario para recoger sus valoraciones, y saber de primera mano y por quienes entienden más de “Lámparas de Diseño”, al ser sus creadores, qué se viene haciendo y cuál es la tendencia en cuanto a innovación, sostenibilidad, eficiencia energética, materiales y acabados, entre otros aspectos estéticos relativos al interiorismo y a los proyectos en los que intervienen.

Hacia un pilar fundamental en el Interiorismo y la Arquitectura

La iluminación ha pasado a convertirse, más allá de su aspecto funcional y puramente operativo, en un pilar fundamental para diseñadores e interioristas. En cualquier trabajo que se acomete de obra nueva, rehabilitación o reforma, la iluminación ya es considerada, hoy por hoy, como un elemento clave a la hora de proyectar espacios; pero, **¿podría decirnos cómo ha ido cobrando relevancia en los últimos años y cómo se ha venido adaptando el fabricante de lámparas a esta evolución?**

“En los últimos años -nos comenta desde ESTILUZ su Directora de Estrategia Empresarial, Marta Masdeu-, la iluminación ha pasado de ser un elemento funcional a un protagonista en el interiorismo. Las lámparas no solo iluminan, sino que también decoran, aportan identidad y generan ambientes. Esto ha llevado a los fabricantes a diseñar piezas con mayor presencia estética, volúmenes esculturales y materiales innovadores”.

Joana Bover, Fundadora de BOVER, destaca la labor técnica añadiendo que “con la llegada del LED y las nuevas tecnologías, los fabricantes de iluminación hemos tenido que adaptar nuestras oficinas técnicas. Son indispensables los ingenieros y los técnicos especializados en electrónica, sin ellos, es muy difícil obtener un buen resultado en el desarrollo de las formas y la eficiencia energética. Un ejemplo de la evolución de la iluminación es la figura del Lighting Designer, actualmente detrás de un buen arquitecto o interiorista, existe la figura de un profesional especializado en realizar proyectos lumínicos que aportará valor a las formas, realzará las texturas o los colores, y contribuirá a ensalzar el bienestar del lugar”.

“La iluminación ha evolucionado -interviene Iván Meana, Director de Proyectos de FARO BARCELONA- dejando de ser un simple elemento funcional para convertirse en un recurso clave en la arquitectura y el diseño de interiores, que influye directamente en la percepción de los espacios y en el bienestar de las personas que los habitan. En los últimos años, la demanda de soluciones lumínicas ha avanzado hacia propuestas más versátiles, personalizadas, sostenibles y capaces de generar una conexión emocional con el usuario.

Los avances en tecnología y la innovación -prosigue Iván Meana- han permitido desarrollar luminarias más eficientes y con mayor control sobre la temperatura de color y la intensidad lumínica,

<<un ejemplo de la evolución en el sector es la aparición de la figura del Lighting Designer >>

un factor que ha permitido a arquitectos e interioristas contar con herramientas más precisas para ajustar la atmósfera de un espacio. La integración de sistemas de iluminación inteligentes también abre nuevas posibilidades para la personalización y el confort, permitiendo ajustar la luz según las necesidades de los usuarios en cada momento”.

Por su parte, Alicia Matallín, Directora de Marketing y Comunicación de ARKOSLIGHT, añade: “Desde ARKOSLIGHT hemos trabajado en la transformación de la luz en un elemento que se encuentra en constante diálogo con la arquitectura y las personas que habitan los espacios. El diseño de cada luminaria, unido a las posibilidades que tienen estas de adaptación a diferentes momentos y contextos, se ha convertido en un valor único y en un verdadero modo de entender la iluminación contemporánea”.

“La luz, efectivamente, es un elemento clave a la hora de proyectar espacios porque tiene el poder de transformar la percepción de los mismos generando emociones y atmósferas concretas -afirma Oriol Sala, Director de Marketing de LedsC4-. La luz de calidad mejora los espacios que ilumina gracias a un diseño y una tecnología que cuida aspectos como el confort visual y la salud de las personas, contribuyendo a su bienestar en diferentes entornos. Nuestros equipos trabajan para que cada vez más personas puedan disfrutar los beneficios de la luz de calidad para vivir mejor, no sólo ofreciendo soluciones eficientes, con una calidad óptica que garantiza la calidad de luz, sino también gracias un servicio completo de acompañamiento durante todas las fases de un proyecto de iluminación”.

Una opinión a la que se suma Juan Ramón Santos, Director de Marketing de NORMAGRUP; “La iluminación ha pasado de ser un aspecto meramente funcional para convertirse en un pilar fundamental del diseño de interiores. Hoy, se utiliza para transformar espacios, destacar elementos arquitectónicos, realzar texturas y, sobre todo, para crear atmósferas que reflejen el propósito y la personalidad de cada entorno. Este cambio responde a una mayor comprensión de cómo la luz puede influir en el bienestar y las emociones de las personas... Por eso, entendemos que la luz no solo debe embellecer los espacios, sino también mejorar la calidad de vida de quienes los habitan. Por ello, hemos incorporado el concepto de “iluminación saludable” en nuestras propuestas, a través de tecnologías... diseñadas para ofrecer una luz que respete los ciclos naturales del ser humano, mejorando el bienestar sin comprometer el diseño ni la funcionalidad...”.

Desde AROMAS DEL CAMPO, Ada Soret, su General Manager Export, nos comenta: “En los últimos años, la iluminación ha trascendido su función meramente práctica, para convertirse en un componente esencial del diseño de interiores. Los diseñadores y arquitectos reconocen que una iluminación adecuada puede transformar ambientes, realzar elementos decorativos y crear atmósferas únicas. En AROMAS DEL CAMPO, hemos abrazado esta evolución incorporando diseños innovadores

que fusionan estética y funcionalidad. Nuestra inspiración proviene de diversos estilos y culturas, lo que nos permite experimentar con nuevos materiales y acabados, creando colecciones de lámparas con una visión global”.

“La iluminación ha pasado de ser un elemento puramente funcional dentro de los proyectos de arquitectura e interiorismo -interviene por su parte Raquel Quevedo, Directora de Marketing de LAMP-, a un aspecto clave en la generación de ambientes lumínicos. Más allá del impacto estético que influye en la forma en la que percibimos el entorno construido, durante los últimos años se ha puesto en valor la influencia que la buena iluminación tiene a la hora de crear espacios confortables y saludables, considerando tanto los efectos visuales, como los no visuales sobre las personas que habitan estos espacios. Este concepto de “iluminación integradora” (término oficializado por la Comisión Internacional de Iluminación desde 2019) ha supuesto una verdadera revolución en la industria. Desde LAMP, hemos abrazado esta revolución, introduciendo nuevas tecnologías, ampliando el conocimiento interno e incorporando una mirada humanista, no solo tecnológica, poniendo al usuario y sus necesidades en el centro de nuestros desarrollos”.

Noel Sánchez López, Director de Marketing de ALVER-LAMP, nos destaca otros valores como el LED: “La iluminación ha dejado de ser solo un elemento funcional →



Foto: Bover

para convertirse en un pilar fundamental del diseño, tanto en interiores como en exteriores. Gracias a la tecnología LED, la personalización y la domótica, la luz no solo mejora la estética de los espacios, sino que también eleva el confort y la experiencia del usuario. Como fabricantes, hemos evolucionado con propuestas más innovadoras, materiales sostenibles y soluciones inteligentes que responden a estas nuevas necesidades”.

“En los últimos años -comenta José María Pujol, Director Comercial de PUJOL ILUMINACIÓN-, la iluminación ha pasado de ser un elemento meramente funcional a convertirse en un recurso clave para definir y realzar los espacios interiores. La tecnología y el diseño han permitido que las luminarias sean ahora herramientas para crear ambientes personalizados, destacar texturas y mejorar la experiencia de los usuarios en cualquier espacio. En PUJOL ILUMINACIÓN hemos evolucionado para atender estas necesidades combinando estética, tecnología y funcionalidad...”.

La Responsable de Marketing y Comunicación de ANTONIO LÓPEZ GARRIDO, Raquel Soto, también destaca la tecnología LED: “En los últimos años, la iluminación ha pasado de ser un elemento funcional a un pilar clave en el diseño de interiores, influyendo en la estética, el confort y la eficiencia de los espacios. La adopción de tecnología LED ha permitido mayor eficiencia energética y personalización, con opciones de regulación y control inteligente. La

<< una iluminación adecuada puede transformar, realzar elementos decorativos y crear atmósferas únicas >>

tendencia del Human Centric Lighting también ha cobrado fuerza, priorizando el bienestar y la adaptación al ritmo circadiano. En ALG y LightED, hemos respondido a estos cambios con productos innovadores, iluminación inteligente y un fuerte enfoque en calidad y sostenibilidad, asegurando soluciones eficientes y estéticamente atractivas para cada proyecto. Recientemente hemos apostado por abrir nuevas líneas de negocio como la de los ventiladores con iluminación LED que están cada vez más en tendencia gracias a su practicidad y diseño...”.

Sara Soria, Responsable del Dpto. de Proyectos y Marketing de MARINER, apela a la tradición artesana y a la tecnología: “La iluminación ha evolucionado de ser un elemento funcional a convertirse en una pieza clave en el diseño de interiores, capaz de definir la atmósfera y el carácter de un espacio. En MARINER, con más de 130 años de historia, hemos sabido adaptarnos a cada época sin perder nuestra esencia. La combinación de tradición artesanal y tecnología nos ha permitido ofrecer luminarias que no solo cumplen una función práctica, sino que también aportan personalidad y exclusividad a los espacios. Nos mantenemos atentos a las tendencias del diseño, integrando nuevas soluciones sin renunciar a la elegancia y calidad que siempre nos han definido”.

“La iluminación ha ganado una gran relevancia en el diseño de interiores en los últimos años – se suma a la opinión colectiva Juan Martín, Administrador de ALMAR LÁMPARAS-, pasando de ser un simple complemento a convertirse en un elemento clave en el diseño de interiores, y los fabricantes de lámparas hemos ido adaptando nuestros productos para satisfacer esta demanda, por ejemplo mediante la incorporación de la tecnología LED, mucho más eficiente y duradera, o personalizando tanto el diseño como los acabados de nuestras lámparas, lo que nos permite adaptarnos a diferentes estilos de interiores”.

Por lo que respecta a la opinión del CEO de DAJOR LIGHTING FACTORY, Daniel Berenguer, destaca al valor actual que se le da a la iluminación al comentar: “La iluminación ha pasado de ser “esa bombilla funcional” a convertirse en la gran protagonista del diseño. Ya no solo hablamos de iluminar; hablamos de crear atmósferas y contar historias con luz. Esos tiempos de una única lámpara en el techo han quedado atrás. Hoy, la tendencia está en distribuir diferentes puntos de luz estratégicamente en una estancia para crear calidez, destacar texturas, y transformar cualquier espacio en un refugio acogedor y lleno de personalidad... Trabajamos codo a codo con interioristas y arquitectos, estudiando cada rincón, cada sombra y cada centímetro, para asegurarnos de que nuestras piezas sean mucho más que una fuente de luz. Queremos que se conviertan en el alma de la estancia, esa chispa que transforma un espacio en algo memorable, único e inolvidable”. →

Foto: Alg





alverlamp

LIGHTING YOUR VISION

En Alverlamp transformamos la luz en diseño. Adaptamos cada detalle para que tu espacio refleje tu estilo único. Ilumina tus proyectos con soluciones a medida.



www.alverlamp.es



Foto: LedsC4

Sostenibilidad, normativas, economía circular... el nuevo paradigma

El avance del sector hacia la responsabilidad ambiental y las soluciones eficientes, fruto de la concienciación y de las normativas vigentes, es una realidad que se traduce en el esfuerzo de los fabricantes hacia el reto de lo sostenible, reduciendo la huella de carbono en todo su proceso productivo -economía circular- en mayor o menor medida.

Conscientes de que todavía queda mucho por recorrer, hemos querido saber por parte de ellos, **¿si está la industria preparada frente a este nuevo paradigma? - sostenibilidad, normativas, economía circular...- ¿y qué se viene haciendo desde sus empresas?**

La Directora de Estrategia Empresarial de ESTILUZ destaca la importancia de la aparición del LED en todo este proceso: “La industria de la iluminación avanza de manera constante hacia un modelo más sostenible, adaptándose a normativas y principios de economía circular. La introducción del LED marcó un punto de inflexión, permitiendo a nuestro sector aplicar criterios de eficiencia energética antes que muchos otros. En ESTILUZ, este compromiso se traduce en el uso de materiales y procesos respetuosos con el medioambiente, en el diseño de luminarias completamente desmontables, para facilitar su reciclaje al final de su vida útil, y en una producción local que minimiza la huella de carbono. Además, trabajamos para obtener certificaciones que avalen nuestra sostenibilidad y desarrollamos una colección con materiales reciclados, que esperamos lanzar antes de final de año, reafirmando así nuestra apuesta por un diseño responsable y duradero”, concluye Marta Masdeu.

“La calidad, es fundamental cuando pensamos en un mundo más sostenible -señala Joana Bover, desde BOVER-. Tenemos que concienciarnos que el fast product no nos lleva a ningún lugar. Los productos deben ser respetuosos con el medio ambiente y el mejor modo de conseguirlo, es intentando alargar su vida al máximo. Tenemos que volver a repararlos, esforzarnos para que no se conviertan en toneladas de basura con destino a países pobres. En el caso de BOVER – continua su Fundadora-, también son muy importantes los materiales naturales, el trabajo artesanal y el producto de proximidad que evita transportes innecesarios y emisión de gases”.

Por su parte el Director de Proyectos de FARO BARCELONA incide en el reto inexorable al que se enfrentan: “La sostenibilidad ya no es una opción, sino un requisito ineludible también en la industria de la iluminación. En los últimos años, el sector ha avanzado hacia soluciones más eficientes y responsables con el medioambiente, impulsado tanto por normativas más estrictas como por una mayor concienciación de los consumidores y los profesionales del diseño. Sin embargo, aún queda camino por recorrer y mejorar.

En FARO BARCELONA llevamos años trabajando para integrar la sostenibilidad en todo el ciclo de vida de nuestros productos, en todo lo que hacemos. Apostamos por el ecodiseño para producir objetos con menor impacto ambiental, reduciendo el número de componentes y materiales y facilitando su desmontaje y reparabilidad para alargar su vida útil. También nos orientamos hacia la eficiencia energética y un consumo responsable de la electricidad promoviendo sistemas de iluminación y ventilación inteligentes. Trabajamos también en el uso de embalajes más sostenibles, eliminando el plástico de un solo uso e incorporando materiales reciclados y reciclables. Creemos que la economía circular es el camino y estamos explorando modelos que permitan la reparación y reutilización de nuestras luminarias, para alargar su vida útil y con ello reducir su huella ecológica”, detalla Iván Meana en su respuesta.

“El diseño y, dentro de él, la apuesta por el minimalismo esencial, está en la raíz de cómo ARKOSLIGHT y su actividad -añade Alicia Matallín, su Directora de Marketing y Comunicación- están ayudando a mejorar la sociedad que nos rodea y el medioambiente. El esfuerzo del diseño minimalista por la síntesis ha afectado positivamente no sólo a los productos de su colección, sino a todas las áreas de la empresa y del ciclo de vida del producto: desde el transporte hasta el montaje, pasando por el reciclaje o la producción. También en el proceso de ingeniería, el trabajo en el perfeccionamiento y la optimización de las piezas, especialmente los disipadores (que son las partes que exigen más cantidad de aluminio), ha conseguido que las luminarias empleen la cantidad mínima y estrictamente necesaria para la disipación óptima del calor. La excelencia técnica de los componentes de ARKOSLIGHT se plasma en el uso de los LED de alta eficiencia. Esto hace que sus luminarias estén entre las que ofrecen la mejor relación Lm/W posible, es decir, son las que otorgan más luz con menos consumo.

Pero no solo centramos nuestros esfuerzos en el porfolio de producto, también en su protección y su presentación. En cuestiones de embalaje, podemos afirmar que hacemos uso únicamente de cartón (siendo este 100% reciclable).

Además, en los últimos años hemos sustituido los protectores de producto de papel-burbuja por protectores de fécula de patata (PLA) 100% compostables... Nuestra memoria de sostenibilidad, que recientemente hemos presentado -prosigue Alicia Matallín-, celebra la certificación desde hace más de quince años de la ISO 14001, siendo esta un ejercicio de transparencia y mejora constante que hoy cobra relevancia en nuevos formatos, al tiempo que fija nuevos objetivos a medio y largo plazo”.

Por su parte, Oriol Sala, de LedsC4, contesta: “La sostenibilidad es un valor clave para afrontar nuevos retos. En LedsC4 estamos altamente comprometidos con una visión de negocio responsable y duradero, mediante el cual podemos generar un impacto positivo en nuestra sociedad y en nuestro entorno.

A lo largo de los años hemos avanzado en materia de sostenibilidad, reduciendo nuestra huella de carbono con el objetivo de a una emisión cero en 2030. Nuestras luminarias siguen estrictos criterios de eficiencia, ecodiseño y medimos su impacto mediante declaraciones ambientales de producto (DAP). Quiero enfatizar que, gracias a la implicación transversal en todos los equipos de este año, LedsC4 ha conseguido la medalla de oro de Ecovadis, un reconocimiento que solo el 5% de las empresas auditadas consiguen”.

Juan Ramón Santos, Director de Marketing de NORMAGRUP, afirma: “La industria de la iluminación ha experimentado una transformación significativa en los últimos años para adaptarse a estos desafíos. Normativas más exigentes, un enfoque creciente en la economía circular y una mayor conciencia ambiental están impulsando a los fabricantes a redefinir sus procesos y productos.

En NORMAGRUP, hemos adoptado la sostenibilidad como un pilar fundamental de nuestra estrategia, no solo para cumplir con las normativas, sino también para liderar este cambio hacia un modelo más responsable. Desde nuestras plantas de fabricación en España, trabajamos con procesos optimizados para reducir el consumo energético y las emisiones. Además,

nuestras soluciones de iluminación están diseñadas bajo principios de economía circular, priorizando la durabilidad, la reparabilidad y el uso eficiente de los recursos.

Un ejemplo destacado es nuestra familia ELEMENT, que integra estos principios ofreciendo productos... que combinan funcionalidad y responsabilidad ambiental, demostrando que la sostenibilidad no está reñida con el diseño. En definitiva, creemos que la sostenibilidad es mucho más que una exigencia normativa; es una oportunidad para redefinir la industria y aportar valor añadido a través de soluciones que respeten el medio ambiente y mejoren la calidad de vida”, incide Juan Ramón Santos.

“La industria de la iluminación está cada vez más comprometida con la sostenibilidad y la economía circular. En AROMAS DEL CAMPO -nos comenta Ada Soret, su General Manager Export-, la sostenibilidad influye en cada una de las decisiones que tomamos desde el primer boceto hasta el estudio de packaging. El desarrollo de una nueva colección se basa en tres principios fundamentales: durabilidad del producto, eficiencia de los sistemas de iluminación y la reutilización, reciclaje y eliminación al final de su vida útil. Además, hemos instalado paneles solares en el techo de nuestra fábrica y hemos implementado estaciones de carga eléctrica para nuestros vehículos y los de nuestros empleados, con el objetivo de reducir nuestra huella de carbono. También utilizamos embalajes reciclables en nuestras nuevas colecciones, evitando materiales que dañan el medio ambiente”.

La Directora de Marketing de LAMP añade por su parte: “La industria en general está sufriendo una auténtica transformación para lograr incorporar los cambios tan necesarios que aceleren la transición hacia un modelo económico circular. En el caso de la industria de la iluminación, si bien la introducción de la tecnología LED, supuso unos ahorros energéticos significativos, cuenta con otros retos medioambientales muy característicos de nuestra industria: como es la difícil reciclabilidad de equipos electrónicos, el uso de materiales con altas emisiones de carbono como el aluminio, etc. →



Foto:Alg

El posicionamiento de LAMP -continúa Raquel Quevedo-, para abordar todos estos retos medioambientales, tanto los generales como los específicos, fue apostar por la implementación de un plan de sostenibilidad transversal que nos ayudará a avanzar en los tres pilares fundamentales de ASG: Ambiental, Social y Gobernanza. Por este motivo medimos nuestro impacto y contamos con objetivos específicos como son: la reducción progresiva de nuestra huella de carbono para lograr la neutralidad, la disminución de la generación de residuos, la alineación de nuestros diseños con el reglamento de ecodiseño o el lanzamiento de un servicio, Circulight, que promueve la reactualización tecnológica de luminarias ya instaladas, alargando así su vida útil a la vez que reducimos emisiones de carbono tanto operacional como embebido”.

“El sector avanza cada vez más hacia la sostenibilidad -se suma a la opinión general Noel Sánchez López, Director de Marketing de ALVERLAMP-, apostando por materiales reciclables, tecnologías de bajo consumo y diseños pensados para durar y ser reparables. En ALVERLAMP, trabajamos para que nuestros procesos de producción sean más eficientes, eliminamos materiales contaminantes y optamos por empaques ecológicos. Creemos que este es el camino hacia una industria más responsable”.

José María Pujol, de PUJOL ILUMINACIÓN, añade en la misma línea: “El sector de la iluminación está adoptando cada vez más prácticas sostenibles para alinearse con las normativas ambientales y satisfacer la demanda de consumidores y empresas comprometidos con el medioambiente. Esto incluye el uso de materiales reciclables, la implementación de procesos de producción más eficientes y el diseño de productos con mayor durabilidad y menor impacto ambiental.

En PUJOL ILUMINACIÓN -continúa su Director Comercial-, nuestro compromiso con la sostenibilidad queda reflejado en nuestra colección de luminarias de fibras naturales, fabricadas con mimbre reciclable que evoca el estilo mediterráneo. Además, la integración de tecnología LED en nuestras luminarias asegura un bajo consumo energético y una mayor vida útil. Este enfoque no solo cumple con las normativas actuales, sino que

<< la sostenibilidad ya no es una opción, sino un requisito ineludible en la industria >>

también fomenta una economía circular al ofrecer luminarias personalizables y reparables, minimizando el desperdicio”.

“La industria de la iluminación ha avanzado significativamente en sostenibilidad -asegura la Responsable de Marketing y Comunicación de ANTONIO LÓPEZ GARRIDO-, adaptándose a normativas más estrictas y promoviendo la economía circular. Actualmente, el enfoque se centra en la eficiencia, la durabilidad y el cumplimiento de normativas europeas de ecodiseño, que establecen requisitos estrictos en cuanto a consumo energético, reciclabilidad y calidad lumínica.

En ALG y LightED -añade Raquel Soto-, nos aseguramos de cumplir con estas normativas, ofreciendo productos cada vez más eficientes, con mayor vida útil y mejor rendimiento lumínico. Además, realizamos rigurosos controles de calidad en nuestro laboratorio para garantizar que nuestras soluciones no solo cumplen con la legislación vigente, sino que también responden a las necesidades de nuestros clientes en términos de sostenibilidad y eficiencia”.

La Responsable del Dpto. de Proyectos y Marketing de MARINER, Sara Soria, apela a la tenacidad argumentando: “A lo largo de nuestra extensa trayectoria, hemos aprendido que la sostenibilidad es una evolución constante. En MARINER, entendemos la importancia de crear productos duraderos que respeten el entorno. Estamos comprometidos con la producción responsable, utilizando materiales de alta calidad y larga duración, minimizando residuos y promoviendo procesos de fabricación más eficientes. Trabajamos con proveedores que cumplen con estrictas normativas medioambientales y apostamos por el desarrollo de productos que contribuyan a la economía circular. Nuestro objetivo es seguir ofreciendo luminarias que combinen belleza, funcionalidad y respeto por

Foto: Estíluz



el medio ambiente, asegurando un legado sostenible para las futuras generaciones”.

“Si bien se han dado pasos importantes hacia la sostenibilidad, todavía queda camino por recorrer -comenta por su parte el Administrador de ALMAR LÁMPARAS-. El desarrollo de la tecnología LED en los últimos años ha sido un gran avance, de hecho, las bombillas LED son mucho más eficientes energéticamente y tienen una vida útil mucho más larga que las bombillas tradicionales. Pero no solo eso, la conciencia ambiental cada vez más extendida nos impulsa a desarrollar productos más sostenibles.

En este sentido, en ALMAR LÁMPARAS -destaca Juan Martín-, priorizamos el uso de materiales reciclables, como el aluminio, el cobre y el latón. También diseñamos productos duraderos y reparables, y buscamos minimizar el impacto ambiental mediante diversas acciones, como la reducción de las emisiones en el proceso de fabricación, y una apuesta firme por proveedores locales, fomentando una cadena de suministro más sostenible”.

El CEO de DAJOR LIGHTING FACTORY, Daniel Berenguer, concluye: “Es un cambio necesario y, en nuestra empresa hemos ido implantando pequeños cambios para adaptarnos a ello. Usamos materiales sostenibles y priorizamos procesos que minimicen residuos. Además, apostamos por piezas atemporales que duren toda la vida. Creemos que la verdadera sostenibilidad no está en producir más, sino en diseñar mejor”.

Tendencias en materiales y diseño

Lámparas innovadoras, diseños de autor, materiales naturales, luces cálidas, acabados artesanales... y todo ello para añadir valor a un espacio, en una apuesta del sector por la iluminación versátil y adaptable, que se ajuste al estilo de vida y al bienestar emocional de las personas. Pero díganos, en la actualidad, **¿cuál es la tendencia en la búsqueda de este acomodo a las necesidades y maneras de vivir del usuario?**

“Actualmente, la tendencia en iluminación se centra en la personalización y el bienestar del usuario -comenta la Directora de Estrategia Empresarial de ESTILUZ, Marta Masdeu-. Las luminarias ya no solo decoran, sino que se adaptan al estilo de vida moderno, ofreciendo versatilidad, confort visual y control sobre la luz. La demanda de luces cálidas y regulables refleja la necesidad de crear ambientes acogedores y funcionales en un mismo espacio. En ESTILUZ, combinamos diseño, personalización y tecnología para responder a estas exigencias”.

Joana Bover, desde BOVER, explica que “el control y la conectividad son dos factores a tener en cuenta, encontrar el equilibrio entre el bienestar que nos ofrecen las nuevas tecnologías y la funcionalidad de un buen diseño, son una tendencia clara en iluminación”.

A lo que añade el Director de Proyectos de FARO BARCELONA: “El diseño de iluminación ha evolucionado para adaptarse a estilos de vida más flexibles, personalizados y sostenibles. Hoy en día, los esfuerzos se centran en crear luminarias que no solo sean estéticas, sino que también respondan a las necesidades emocionales y funcionales de los



Foto: Dajor

usuarios. Esto representa una clara apuesta por la iluminación versátil y adaptable, con diseños que permiten modular aspectos de la luz según el momento del día o la actividad que se esté realizando. El objetivo es maximizar el confort de los usuarios y contribuir a su bienestar. La iluminación -prosigue Iván Meana-, juega un papel imprescindible en el aspecto emocional de los usuarios que habitan los espacios que diseñamos. Se trata de lograr ambientes acogedores y envolventes donde la luz actúe como un elemento más de bienestar. En FARO BARCELONA diseñamos luminarias con este propósito”.

“Durante cuatro décadas -comenta por su parte Alicia Matalín, de ARKOSLIGHT-, hemos tenido el privilegio de trabajar con el elemento más etéreo de nuestro entorno; quizás el más desapercibido pero el más importante para conseguir que un hábitat sea atractivo, amable y hospitalario. Aunque cada área tiene unos requisitos específicos, los puntos clave para la iluminación de oficinas, espacios residenciales, de hospitality o retail son: cumplimiento de las normativas, confort visual reduciendo el deslumbramiento, uniformidad, opciones de regulación y, por último, eficiencia energética. Estas dos últimas, quizás, son las que actualmente están predominando como demandas principales en el mercado, si nos referimos a las peticiones actuales de nuestros usuarios”.

“La tendencia actual en el diseño de lámparas y la decoración de interiores -añade el Director de Marketing de LedsC4-, se centra en la funcionalidad, la sostenibilidad y la personalización. Las lámparas se adaptan a las necesidades del usuario con diseños multifuncionales, como →



Foto: Almar

iluminación regulable y opciones tecnológicas integradas. Los materiales naturales, reciclables y locales ganan protagonismo, reflejando un compromiso con el medio ambiente. Además, los diseños de autor y los acabados artesanales aportan valor y exclusividad a los espacios. La luz cálida y las atmósferas acogedoras buscan crear ambientes íntimos y relajantes, mientras que los diseños modulares y flexibles permiten adaptarse a diferentes necesidades y estilos de vida”, concluye Oriol Sala.

En este sentido, el Director de Marketing de NORMAGRUP expone: “Desde nuestro punto de vista, las tendencias en iluminación se centran en adaptarse al estilo de vida, las emociones y el bienestar de las personas. Esta búsqueda de armonía y funcionalidad ha llevado a priorizar conceptos como la personalización, la conexión con la naturaleza y el equilibrio entre tecnología y estética. Los usuarios valoran soluciones que se adapten a sus rutinas diarias y estados de ánimo. La iluminación ajustable, con opciones de regulación de intensidad y tonalidad, permite transformar un espacio según el momento del día o la actividad que se desarrolle. Esto no solo añade confort, sino que también mejora la experiencia en el entorno. Uso de materiales naturales, luces cálidas y acabados orgánicos son cada vez más populares. Estos elementos aportan calidez y autenticidad a los espacios, ayudando a los usuarios a sentirse más conectados con su entorno. En NORMAGRUP, exploramos cómo integrar estas tendencias sin comprometer la eficiencia y la funcionalidad.

La tendencia hacia la iluminación saludable -continúa Juan Ramón Santos-, como la desarrollada por SaLuz, está ganando terreno. Los usuarios buscan soluciones que respeten los

ciclos circadianos naturales, contribuyendo a un descanso y una productividad óptimos... la tendencia actual en iluminación se enfoca en fusionar funcionalidad, diseño y bienestar, creando espacios que reflejen la personalidad de sus usuarios y se ajusten perfectamente a sus necesidades diarias”.

“Actualmente, existe una tendencia hacia la personalización y la creación de ambientes que reflejen la identidad y el estilo de vida del usuario -se alinea en la opinión Ada Soret, de AROMAS DEL CAMPO-. Los consumidores buscan piezas únicas que combinen diseño de autor, materiales naturales y acabados artesanales. En AROMAS DEL CAMPO, respondemos a esta demanda ofreciendo una amplia variedad de productos que incluyen lámparas de techo, lámparas de pie, apliques de pared, lámparas colgantes y lámparas de mesa. Nuestros diseños incorporan materiales de alta calidad, como metales, vidrios, mármoles y maderas nobles, creando piezas que aportan valor estético y funcional a cualquier espacio”.

En opinión de la Directora de Marketing de LAMP, “actualmente una de las tendencias que domina el sector es crear espacios saludables y confortables, donde la iluminación genere atmósferas lumínicas que se adapten a las necesidades de los usuarios, a través de tecnologías dinámicas. La personalización es una demanda de los usuarios, no solo en términos estéticos o formales, sino desde el punto de vista experiencial: las personas tienen necesidades dinámicas, y un mismo espacio alberga muchas actividades diferentes... el entorno y por ende la iluminación han de ser flexibles para adaptarse a este dinamismo.

Otra tendencia omnipresente es el compromiso con la sostenibilidad – matiza Raquel Quevedo-, que se refleja en el uso de materiales naturales y/o reciclados, lo que pone en valor las imperfecciones o impurezas como un nuevo componente estético propio y característico de este momento vital”.

Noel Sánchez López, de ALVERLAMP, se suma a la opinión del conjunto: “Hoy en día, la tendencia va hacia la personalización y la multifuncionalidad. Se buscan luminarias que no solo sean estéticas, sino que se adapten a distintos ambientes y momentos del día. El uso de materiales naturales, la iluminación de calidad que mejora el bienestar y los acabados artesanales aportan exclusividad y confort. Todo esto responde a un estilo de vida más consciente”.

“La tendencia actual se centra en crear espacios que prioricen el bienestar y la personalización. Los usuarios buscan luminarias que aporten calidez y confort, sin sacrificar la funcionalidad ni la sostenibilidad -añade el Director Comercial de PUJOL ILUMINACIÓN-. El diseño contemporáneo, los materiales naturales, las luces cálidas y los acabados artesanales están en auge, ya que permiten que los espacios sean acogedores y reflejen la personalidad de sus usuarios. Un ejemplo es nuestra colección ONA, que combina un diseño ultra fino con la capacidad de integrarse de manera armoniosa en cualquier espacio, ya sea doméstico o contract. Su luz indirecta y su versatilidad en instalación (horizontal o vertical) la convierten en una elección ideal para hoteles e interiores que buscan equilibrio entre funcionalidad y diseño”, finaliza José María Pujol.

Al igual, desde el fabricante ANTONIO LÓPEZ GARRIDO, Raquel Soto nos comenta: “Actualmente, la tendencia →

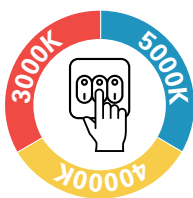
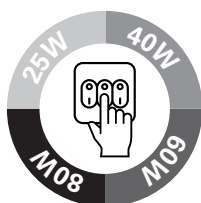
LightED



CAMPANA

LOWBAY CCT

SELECTOR DE POTENCIA Y CCT



REFLECTOR DE ALUMINIO SERVIDO A PARTE

Posibilidad de pedir la campana
con reflector acrílico o de aluminio.
Reflector acrílico incluido.

ANTONIO LÓPEZ GARRIDO, S.A.

✉ pedidos@algsa.es
🌐 www.algsa.es

📍 Comarques del País Valencià, 60
46930 Quart de Poblet (Valencia)



en iluminación se centra en la personalización y el confort, adaptando la luz a las necesidades y estilo de vida del usuario. La iluminación inteligente permite regular la intensidad y temperatura de color para crear ambientes versátiles y funcionales. En ALG y LightED, apostamos por luminarias que integran eficiencia, diseño y confort, asegurando que la luz no solo ilumine, sino que transforme los espacios y mejore la experiencia del usuario”.

“Actualmente, la tendencia en iluminación gira en torno a la personalización y la creación de ambientes únicos -confirma Sara Soria, de MARINER-. Los clientes buscan piezas que reflejen su estilo de vida, combinando estética y funcionalidad. La iluminación cálida, los materiales nobles como el cristal de Murano y los acabados artesanales son altamente valorados, ya que aportan un carácter exclusivo y auténtico a los espacios. En MARINER, con nuestra amplia trayectoria, ofrecemos colecciones versátiles que permiten adaptar la iluminación a diferentes escenarios, manteniendo siempre un diseño sofisticado y atemporal que se adapta a las exigencias actuales”.

En opinión de Juan Martín, Administrador de ALMAR LÁMPARAS, “la industria de la iluminación tiende cada vez más a ofrecer productos personalizados, funcionales y sostenibles. Los consumidores buscan lámparas que no solo iluminen, sino que aporten identidad a un espacio. En nuestro caso particular, los consumidores aprecian el uso de metales nobles como el cobre o el latón, que además de aportar calidez también contribuyen a la sostenibilidad, ya que son materiales reciclables. También valoran mucho los acabados artesanales, que aportan un carácter único a cada pieza”.

“En la actualidad, las tendencias en iluminación buscan adaptarse al estilo de vida y las necesidades del usuario – comenta el director de DAJOR LIGHTING FACTORY-, priorizando la creación de ambientes acogedores y personalizados. Una de las tendencias emergentes es el "lampscapeing", que consiste en distribuir estratégicamente múltiples lámparas en una habitación para crear una atmósfera cálida y equilibrada, evitando la dependencia de una única fuente de luz en el

techo. Las necesidades del usuario han propiciado también el auge de la tecnología inteligente en la iluminación. Ahora cada vez más los sistemas permiten un control preciso a través de dispositivos móviles y asistentes de voz. Aún así, a nivel de diseño, se prioriza aquellos diseños orgánicos, que convierten las lámparas en piezas clave de la decoración, que aportan personalidad y estilo a los espacios”, sentencia Daniel Berenguer.

Innovación atemporal frente a lo efímero

Ampliar colecciones con diseños que respondan a necesidades específicas no está reñido con la creación de productos duraderos. Sin embargo, lo efímero sí que lo está con un diseño bien pensado que permanezca en el tiempo y resulte atemporal, siendo ésta una tendencia coherente, en la que la especialización también tiene cabida y razón de ser; como así se desprende de la opinión de los entrevistados frente a nuestras preguntas:

¿Creen que hay que estar sujeto a los cambios de estilo, abultando los catálogos con nuevas referencias y colecciones, o consideran que es la especialización el camino a seguir?, ¿cuál es el ciclo ideal de renovación de gama?

“En ESTILUZ, creemos en la durabilidad del diseño por encima de las tendencias efímeras -comenta su Directora de Estrategia Empresarial-. Nuestros productos destacan por su elegancia atemporal, con líneas simples y sofisticadas que se integran en distintos estilos decorativos sin perder vigencia. Nos dirigimos a un público que valora la calidad y la coherencia estética, alejándose de las modas pasajeras y buscando piezas que perduren en el tiempo. Sin embargo, en un mercado en constante evolución, las marcas debemos seguir innovando para mantenernos atractivas ante nuestros clientes. Por ello, aunque no abultamos nuestro catálogo con referencias efímeras, sí introducimos novedades de manera estratégica, respetando nuestra identidad y apostando por productos que aporten valor real. El ciclo ideal de renovación no responde a una regla fija, sino al equilibrio entre la evolución de las necesidades del usuario y la permanencia





Foto: Arkoslight

de un diseño bien pensado y duradero”, concluye en su opinión Marta Masdeu.

Al respecto, Joana Bover, de BOVER, añade: “Creo que las marcas deben tener su propio estilo y lenguaje, una identidad clara que las identifique y no requiera cambios de tendencia o estilo. No se trata de tener un gran catálogo, sino de tener un buen producto que sepa responder a las necesidades funcionales o emocionales del usuario final”.

“El diseño de iluminación debe evolucionar con las tendencias, pero sin perder identidad ni caer en la sobreproducción. En FARO BARCELONA – opina su Director de Proyectos- creemos en una evolución consciente y responsable, donde cada nuevo diseño ha sido creado para aportar un valor real tanto a nivel estético como funcional. Ampliamos nuestras colecciones con diseños que responden a necesidades específicas del mercado y de los usuarios, pero siempre desde un enfoque de coherencia con nuestra identidad, valores y propósito. Buscamos desarrollar productos que perduren en el tiempo, tanto por su diseño como por su calidad, funcionalidad y eficiencia. En definitiva, apostamos por diseñar productos relevantes, que dialoguen con los espacios y contribuyan al bienestar de las personas”, termina por decir Iván Meana.

Alicia Matallín, de ARKOSLIGHT, afirma: “El entendimiento entre arquitectura y objeto, a través de algo tan abstracto como la iluminación, ha sido posible gracias a la esencialidad del diseño de las luminarias de ARKOSLIGHT. La pureza de sus geometrías elementales crea un discurso simple que converge con el arquitectónico. En consecuencia, la conversación con el espacio transcurre de un modo coherente. La fluidez entre espacio-luz-objeto recuerda a la linealidad y racionalidad de la arquitectura contemporánea. La calidad y el deseo de mejora continua son valores que nos han acompañado durante todos estos años. Por ello, la filosofía del producto ARKOSLIGHT se basa en la ampliación y especialización dentro de familias existentes de producto”.

A su vez Oriol Sala, de LedsC4, afirma: “La evolución del portafolio es consecuencia de la estrategia de producto donde se tienen en consideración varios factores, entre ellos la evolución de estilos de los interiorismos en el tiempo, pero esta evolución es natural y tranquila, y no provoca cambio

de estilo rápidos. Buscamos estabilidad y durabilidad en las diferentes familias del portafolio por esto invertimos más en actualización de gama que en la renovación de éstas, por eso no tenemos ciclo marcado de renovación”.

“En NORMAGRUP -comenta su Director de Marketing- creemos que la clave no está en seguir cada cambio de estilo, sino en encontrar un equilibrio entre adaptarse a las tendencias y mantener una identidad clara y diferenciada. Aunque las modas pueden influir en los gustos de los usuarios, nuestra prioridad es ofrecer soluciones que trasciendan el tiempo, combinando diseño, funcionalidad y sostenibilidad.

La especialización es, sin duda, el camino a seguir. Esto no significa renunciar a la innovación o a nuevas propuestas, sino centrar nuestros esfuerzos en desarrollar productos que realmente aporten valor a los proyectos de interiorismo y respondan a las necesidades específicas de los usuarios. Para nosotros, no se trata de abultar catálogos, sino de enriquecerlos con referencias cuidadosamente seleccionadas que reflejen calidad, diseño atemporal y tecnología avanzada.

En cuanto al ciclo ideal de renovación de gama, consideramos que debe ser lo suficientemente dinámico como para incorporar mejoras tecnológicas y responder a las demandas del mercado, pero también estratégico para evitar la obsolescencia innecesaria. Esto nos permite mantener un catálogo sólido y vigente, sin perder de vista la coherencia y la sostenibilidad. En definitiva -concluye Juan Ramón Santos-, creemos que un enfoque especializado, centrado en la calidad y el diseño con propósito, es la mejor manera de garantizar soluciones que perduren y marquen la diferencia en cualquier espacio”.

Como afirma Ada Soret, General Manager Export de AROMAS DEL CAMPO, “creemos en un equilibrio entre la innovación y la especialización. Es esencial estar atentos a las tendencias emergentes y adaptarse a las necesidades del mercado, pero sin perder nuestra identidad y esencia. Optamos por una renovación de gama que responda a las demandas de nuestros clientes, introduciendo nuevas colecciones cuando identificamos oportunidades para aportar valor añadido. Este enfoque nos →



Foto: Bover

permite mantener un catálogo relevante y atractivo, sin saturarlo innecesariamente”.

“En LAMP -comenta su Directora de Marketing- tenemos muy identificados cuales son aquellos espacios donde nuestras soluciones pueden generar un mayor impacto. Cada empresa tiene su estrategia de aproximación al mercado, la de LAMP es claramente centrarnos en soluciones técnicas que mejoren la experiencia de uso de las personas. Entendemos la innovación como una manera de acercarnos a las nuevas formas de vida, dando respuesta a los retos que se plantean. Este proceso nos lleva a concebir nuevas tipologías lumínicas que conviven en nuestro portfolio con familias históricas como la icónica Lamptub, diseñada en los años 70 y que, manteniendo su esencia, se actualiza tecnológicamente. Bajo este prisma -continúa Raquel Quevedo-, la renovación de nuestras soluciones no responde solamente a criterios estéticos, sino a una transformación que busca adaptarse para ofrecer un mayor valor a través de la iluminación”.

El Director de Marketing de ALVERLAMP, Noel Sánchez, añade: “Lo ideal es encontrar un equilibrio entre innovación y especialización. Es clave estar atentos a las tendencias y evolucionar con ellas, pero sin saturar el mercado con demasiadas referencias. Apostamos por colecciones bien diseñadas, con identidad propia y calidad duradera, en lugar de lanzar productos sin una estrategia clara”.

“Aunque seguir las tendencias es importante para mantenerse al día -comenta por su parte José María Pujol-, creemos

que la clave está en un equilibrio entre innovación y especialización. Lanzar productos que realmente aporten valor al mercado es más efectivo que ampliar catálogos innecesariamente. Apostamos por colecciones atemporales y versátiles que puedan actualizarse tecnológicamente, con un ciclo de renovación ideal de 3 a 5 años.

Nuestra colección ACÚSTIC -añade el Director Comercial de PUJOL ILUMINACIÓN- es un buen ejemplo de especialización innovadora. No solo resuelve problemas funcionales como el aislamiento acústico en espacios concurridos, sino que también aporta diseño y opciones de personalización que responden a las necesidades específicas de cada proyecto”.

Por parte del fabricante ANTONIO LÓPEZ GARRIDO (ALG), Raquel Soto comenta: “La clave está en encontrar un equilibrio entre innovación y especialización. Es fundamental adaptarse a las tendencias del mercado sin perder la identidad de la marca, ofreciendo productos versátiles y atemporales que respondan a necesidades reales. En ALG y LightED, apostamos por la especialización en iluminación LED eficiente y de calidad, renovando nuestra gama de forma estratégica, según la evolución tecnológica y las demandas del sector. El ciclo ideal de renovación varía, pero nos aseguramos de que las novedades aporten valor real y no sean solo cambios estéticos sin mejoras funcionales”.

“Desde nuestra fundación en 1893, hemos aprendido que la clave está en mantener nuestra identidad mientras evolucionamos con las tendencias del mercado -responde Sara Soria, Responsable del Dpto. de Proyectos y Marketing de MARINER-. La especialización es esencial para ofrecer productos exclusivos y de alto valor añadido. No se trata de seguir modas pasajeras, sino de introducir nuevas piezas con un enfoque estratégico, garantizando que cada diseño sea relevante y duradero. Renovamos nuestras colecciones de manera cuidadosa, asegurando que cada pieza refleje la esencia de MARINER y se adapte a las exigencias contemporáneas”.

En su opinión Juan Martín, Administrador de ALMAR LÁMPARAS, añade: “No creo que sean estrategias necesariamente incompatibles, ni tampoco creo que haya una respuesta válida en todos los casos. Ésta es una decisión que depende de la estrategia que adopte cada empresa. El enfoque que hemos adoptado en ALMAR LÁMPARAS está más próximo a la especialización, ya que nos dedicamos a la fabricación artesanal de lámparas metálicas. Ofrecemos luminarias de calidad, funcionales y en muchos casos personalizadas. En nuestro caso solemos actualizar nuestra gama de productos cada uno o dos años, lo que nos permite reajustar nuestra oferta a las necesidades del mercado”.

“Creemos firmemente en la especialización -afirma Daniel Berenguer de DAJOR LIGHTING FACTORY-. Nuestro enfoque no es crear catálogos interminables con modelos que se pierden en el olvido, sino fabricar piezas únicas y personalizadas que marquen la diferencia. El ciclo ideal de renovación no lo dicta el mercado, sino las necesidades reales de los proyectos. Cuando diseñamos una lámpara, lo hacemos pensando en que sea relevante y funcional durante años. Nos alejamos del “usar y tirar” y apostamos por el “usar y recordar”.

<< la tendencia en iluminación se centra en la personalización y el confort, adaptando la luz a las necesidades y estilo de vida del usuario >>

El papel del prescriptor -interioristas, arquitectos, diseñadores...

La colaboración entre importantes fabricantes y reputados arquitectos o interioristas, para el desarrollo y prestigio las marcas, se ha convertido en un factor fundamental para consolidar la confianza de los clientes; motivo por el que muchos fabricantes recurren a prestigiosos interiorista y arquitectos que, al integrar en sus proyectos sus referencias, logran transmitir el valor del diseño como elemento decorativo, destacando también otros aspectos como la innovación y la calidad de sus productos. Por eso, hemos querido reafirmar esta percepción, generalizada entre los fabricantes y los estudios de interiorismo y arquitectura, preguntando a los entrevistados: **¿Qué papel desempeña el prescriptor -interioristas, arquitectos, diseñadores...- en favor del prestigio de sus marca y su desarrollo?**

“El papel del prescriptor es fundamental para el prestigio y la evolución de una marca como ESTILUZ -hace notar Marta Masdeu, su Directora de Estrategia Empresarial-. Nuestros productos no existen de manera aislada; cobran vida dentro de los espacios que estos profesionales crean. La forma en que se integran en cada proyecto contribuye directamente a la proyección de nuestra identidad. Además, nuestras luminarias evolucionan en función de las necesidades de los clientes. Las adaptamos para ellos, por lo que estos profesionales también nos inspiran a mejorar y desarrollar nuevas soluciones. Al final, el prestigio de una marca no se construye solo con productos bien diseñados, sino con los espacios que los realzan y con la confianza y el respaldo de quienes los prescriben”.

Joana Bover, desde BOVER, matiza: “El prescriptor es un buen conocedor de la industria. Colabora con los fabricantes y las marcas, nos ayuda a consolidar la confianza del cliente, porque sabe enlazar las ilusiones con las necesidades reales del proyecto”.

“El prescriptor juega un papel fundamental en la consolidación y prestigio de una marca de iluminación -añade Iván Meana, de FARO BARCELONA-, ya que su trabajo no solo influye en la selección de productos para un proyecto, sino que también ayuda a transmitir el valor del diseño, la calidad y la innovación de una firma. En el caso de FARO BARCELONA, creemos en la colaboración estrecha con los profesionales del sector, porque son ellos quienes mejor entienden cómo la luz puede transformar un espacio y mejorar la experiencia de las personas. Por eso, promovemos un diálogo constante con ellos, participando en eventos, formaciones y colaboraciones que nos permiten evolucionar de la mano de los profesionales que dan vida a los espacios”.

Alicia Matallín, de ARKOSLIGHT, aclara al respecto: “Podemos destacar especialmente el cambio en el perfil del cliente tipo que ha ido, paulatinamente, modificando la estructura de la compañía. Arquitectos, especialistas, interioristas y lighting designers han ido incorporándose a la cartera de clientes y, poco a poco, el producto ha pasado de un escenario donde compete en el punto de venta por ser elegido, a ser seleccionado por profesionales que lo prescriben en la fase de elección de materiales y exigen que sea ese producto -y no otro- el que se incluya en el proyecto que firman. La apuesta por el diseño y el reposicionamiento de ARKOSLIGHT, como una productora de iluminación técnica de calidad, tiene su correlato en la evolución positiva de las cifras de resultados de la empresa”.

Por lo que respecta a LedsC4: “El prescriptor, ya sea interiorista, arquitecto, lighting designer o diseñador, recomienda a su cliente marcas que influirán personalmente sobre su prestigio personal. La correspondencia de las marcas a esta confianza asegurando una buena ejecución del proyecto, es clave para que este prescriptor multiplique o destruya el prestigio de la marca. Los éxitos y fracasos son compartidos por lo que el desarrollo del prestigio está claramente condicionado por su éxito personal”, nos comenta Oriol Sala, su Director de Marketing.

“El prescriptor es un actor clave en el prestigio y el desarrollo de cualquier marca de iluminación -matiza Juan Ramón Santos de NORMAGRUP-. Interioristas, arquitectos y diseñadores no solo eligen productos, sino que también actúan como embajadores de las marcas, integrando →

Foto: LedsC4





Foto: Faro Barcelona / Hospital Vithas Valencia

sus soluciones en proyectos que trascienden lo funcional para convertirse en experiencias estéticas y emocionales. En NORMAGRUP, reconocemos la importancia de colaborar estrechamente con estos profesionales. Su visión creativa nos inspira a diseñar productos que no solo cumplan con los requisitos técnicos, sino que también enriquezcan la narrativa visual y funcional de los espacios... también proporcionamos herramientas técnicas y soporte para facilitar su trabajo, como catálogos detallados, objetos BIM y soluciones personalizables y cercanas, gracias a la ubicación de nuestra fábrica.

En última instancia -prosigue el Director de Marketing de NORMAGRUP-, el éxito de una marca de iluminación depende en gran medida de su capacidad para ganarse la confianza y la preferencia de estos profesionales. Al ofrecer productos que combinan diseño, tecnología y sostenibilidad, y al construir relaciones sólidas con los prescriptores, nos aseguramos de estar presentes en los proyectos más destacados y de consolidar nuestra posición como referentes en el sector”.

Desde AROMAS DEL CAMPO, Ada Soret, se suma en esta opinión: “Los prescriptores, como interioristas, arquitectos y diseñadores, desempeñan un papel crucial en el posicionamiento y prestigio de una marca. Su confianza en nuestros productos y su elección, para incorporarlos en sus proyectos, actúan como un sello de calidad y reconocimiento. En AROMAS DEL CAMPO, valoramos profundamente estas colaboraciones y ofrecemos un área dedicada a profesionales, proporcionándoles todos los recursos necesarios para desarrollar sus proyectos con nosotros”.

“El papel del prescriptor es fundamental para nosotros -se hace eco desde LAMP Raquel Quevedo-; es quien concibe el espacio, la experiencia de uso, quien comprende las necesidades y crea soluciones creativas... LAMP pone todos sus medios, ya sea con soluciones estándar o con soluciones diseñadas a medida, para que ese concepto se haga realidad. Cada uno de los proyectos en los que participamos de la mano de los equipos de arquitectura, diseño o ingeniería, es para nosotros una oportunidad única que nos acerca a nuestra visión empresarial”, destaca la Directora de Marketing de la compañía.

Noel Sánchez López, de ALVERLAMP, se suma al resto argumentando: “Son fundamentales -los prescriptores-. Su criterio y confianza pueden hacer que un producto se convierta en un referente dentro del sector. Colaborar con interioristas, arquitectos y diseñadores nos permite posicionarnos en proyectos de alto nivel, y dar visibilidad a nuestras luminarias en espacios donde la estética y la funcionalidad son clave”.

“El prescriptor desempeña un papel esencial al conectar las necesidades del proyecto con las soluciones que ofrece una marca -añade José María Pujol, Director Comercial de PUJOL ILUMINACIÓN-. Su criterio profesional ayuda a posicionar los productos en contextos de alto impacto, destacando tanto el diseño como la calidad de las luminarias. Además, su colaboración estrecha con los fabricantes aporta un valioso feedback que permite a las marcas mejorar e innovar. Por ejemplo, colecciones como TIM han sido diseñadas teniendo en cuenta las aportaciones de arquitectos e interioristas, quienes valoran su capacidad para adaptarse a diferentes estilos y usos. Esta colaboración refuerza el prestigio de nuestra marca y garantiza que nuestras luminarias cumplan con los estándares más altos de diseño y funcionalidad”.

Raquel Soto, de ANTONIO LÓPEZ GARRIDO, opina que “el prescriptor es clave en el posicionamiento y prestigio de una marca de iluminación, ya que su criterio y experiencia influyen directamente en la elección de productos para proyectos de alto nivel. Su recomendación aporta credibilidad y confianza, convirtiéndose en un embajador natural de la marca”.

“Los prescriptores son aliados fundamentales en la consolidación y prestigio de MARINER -asegura su Responsable del Dpto. de Proyectos y Marketing, Sara Soria-. Interioristas, arquitectos y diseñadores juegan un papel clave en la difusión de nuestra marca, integrando nuestras luminarias en proyectos exclusivos que reflejan nuestra filosofía de lujo y excelencia. Gracias a la estrecha colaboración con estos profesionales, MARINER ha logrado posicionarse como una firma de referencia en el sector de la iluminación de alta gama”.

Juan Martín, Administrador de ALMAR LÁMPARAS, añade por su parte: “El papel del prescriptor es fundamental en el desarrollo y el fortalecimiento de la imagen de marca. Cuando →



DAJOR
Lighting factory

Proyectos de iluminación a medida

Fabrica de lámparas e
iluminación a medida
especializados en
proyectos para hoteles y
restaurantes.

Descuentos para
interioristas, arquitectos
o profesionales del
sector.

Tienda online de
productos
estandarizados con más
de 600 referencias.
www.luzvintage.es

977 681 975 | info@dajor.es

dajor.es



Foto: Normagrup

recomiendan tus productos le dan visibilidad a tu marca, y generan confianza en el cliente final. Además, proporcionan información muy valiosa sobre las tendencias del mercado y las necesidades del cliente, lo que nos permite a los fabricantes ofrecer productos que se ajusten mejor a la demanda. Las colaboraciones exitosas entre prescriptores y marcas permiten construir relaciones a largo plazo muy positivas, mejorando la reputación de la marca y contribuyendo a su crecimiento y evolución”.

“¡Un papel clave! -afirma categóricamente el CEO de DAJOR LIGHTING FACTORY-. Los interioristas, arquitectos y diseñadores son nuestros mejores aliados y, muchas veces, los que nos plantean los retos más emocionantes. Son ellos quienes nos empujan a salir de nuestra zona de confort y a crear piezas que, a primera vista, parecen imposibles (pero que siempre logramos).

Trabajar mano a mano con ellos no es solo nuestra forma de hacerlo, es la única manera de garantizar que el resultado final sea exactamente lo que el proyecto necesita. Ellos tienen la visión del espacio, nosotros ponemos la técnica y el detalle artesanal. Cuando combinamos ambas cosas, se produce esa chispa creativa que lleva los proyectos a otro nivel.

Además, su confianza en nuestro trabajo es fundamental para posicionar nuestra marca como referente en iluminación a medida. Cuando un cliente entra en un espacio y exclama un “qué bonita” al ver una de nuestras lámparas, sabemos que detrás de ese halago está el esfuerzo conjunto de un gran equipo de profesionales”, concluye Daniel Berenguer.

Los canales de distribución

En el modelo multicanal, al que ha evolucionado el mercado de la iluminación, la tienda especializada actúa como respaldo del prescriptor aportando conocimiento técnico y servicio; además, este tipo de establecimiento permite una experiencia más personalizada y sensorial. A su vez, los almacenistas de material eléctrico, así como los distribuidores generalistas de

materiales de construcción, tienen una función estratégica en la distribución de iluminación, todo ello sin olvidar que la venta online ha ganado muchísimo terreno; según se desprende de las respuestas a nuestra última pregunta:

Considerando los canales de distribución, **¿qué peso específico tienen en la demanda de lámparas las tiendas especializadas en iluminación, los almacenistas de materiales y la venta online?**

En su respuesta, Marta Masdeu, Directora de Estrategia Empresarial de ESTILUZ, destaca el respaldo que ofrece al prescriptor el distribuidor especializado: “En la iluminación decorativa de alta gama, el papel del prescriptor es fundamental en la selección de luminarias, y para ello necesita el respaldo de distribuidores altamente especializados que le ofrezcan conocimiento técnico y un servicio impecable. Más allá del canal de compra, el factor determinante es la calidad del asesoramiento y la capacidad de adaptación a las necesidades de cada proyecto y se puede encontrar tanto en tiendas físicas, como online o en almacenistas de material eléctrico. Todo depende del grado de profesionalización e implicación que tengan sus profesionales. En nuestro caso, la distribución se divide aproximadamente en un 60% a través de tiendas especializadas, un 25% en ventas online y un 15% a través de almacenistas de material eléctrico”.

“El 60% a nivel global de las ventas -señala por su parte Joana Bover, de BOVER-, pasan a través de nuestros agentes, que trabajan con la distribución en tiendas de iluminación y distribuidores especializados. Un 40% se vende en proyectos por el canal distribución. Siendo el canal online para nosotros muy residual a nivel resto del mundo”.

Iván Meana, de FARO BARCELONA, expone que “el mercado de la iluminación ha evolucionado hacia un modelo multicanal, donde cada uno de esos canales juega un papel fundamental en función del tipo de cliente y sus necesidades. Las tiendas especializadas en iluminación siguen siendo un canal importante, especialmente para clientes que buscan asesoramiento personalizado y la posibilidad de experimentar la luz en un entorno físico. Por otro lado, los almacenistas de materiales eléctricos y de construcción tienen una función estratégica

en la distribución de iluminación, especialmente en grandes proyectos o en instalaciones que requieren soluciones más especializadas. Este canal es relevante para instaladores y arquitectos, que buscan eficiencia en la gestión y suministro de productos.

La venta online, por su parte, ha crecido exponencialmente y representa una herramienta imprescindible, tanto para la consulta de producto como para la compra. En FARO BARCELONA -afirma su Director de Proyectos- creemos en la multicanalidad, y en la combinación de todos los canales, para llegar a distintos perfiles de clientes y ofrecer la mejor experiencia posible. La clave está en adaptarse a sus hábitos y necesidades, y garantizar una buena experiencia, ya sea en un showroom, a través de un distribuidor o en plataformas digitales”.

Uriol Sala, Director de Marketing de LedsC4, cometa al respecto: “Las tiendas especializadas ofrecen asesoría y productos más exclusivos, lo que atrae a consumidores que buscan soluciones específicas, normalmente con proyectos medianos. La venta online, por su parte, ha ganado importancia debido a la conveniencia, variedad y posibilidad de comparar precios con rapidez en proyectos pequeños. Los almacenistas de materiales eléctricos, aunque tradicionalmente enfocados en el ámbito B2B, están creando equipos de prescripción para añadir valor a su canal concentrando proyectos de mayor envergadura. Desde LedsC4 nos concentramos en ofrecer soluciones y un servicio de calidad en cada uno de los citados canales”.

“Cada canal de distribución tiene un papel importante en la demanda de lámparas, y su relevancia puede variar según el perfil del cliente y el tipo de proyecto. En NORMAGRUP -asegura Juan Ramón Santos, su Director de Marketing-, hemos observado cómo estos canales contribuyen de forma complementaria al éxito de la industria de la iluminación.

En cuanto a las tiendas especializadas en iluminación, creemos que este canal tiene un gran peso en proyectos de interiorismo y diseño. Las tiendas especializadas no solo ofrecen una cuidada selección de productos, sino que también actúan como asesores técnicos y estéticos para interioristas, arquitectos y consumidores finales.

Almacenistas mayoristas de material eléctrico, representan un pilar fundamental para atender la demanda de proyectos de mayor envergadura y del mercado profesional. Es el canal natural de venta de NORMAGRUP. Su capacidad logística y su relación cercana con los instaladores los convierten en un enlace clave para distribuir soluciones técnicas de iluminación, incluyendo productos diseñados para proyectos más específicos y exigentes.

Y aunque la venta online está ganando terreno, especialmente entre consumidores finales y pequeños proyectos, su peso específico en el segmento profesional y de diseño aún es limitado. Sin embargo, su crecimiento refleja la importancia de la digitalización, especialmente para la consulta y comparación de productos. En NORMAGRUP, hemos apostado por ofrecer herramientas digitales avanzadas, como catálogos online y objetos BIM, que faciliten la toma de decisiones y complementen este canal. En definitiva, los tres canales son esenciales para responder a las distintas necesidades del mercado”.

<< no se trata de seguir modas pasajeras, sino de introducir nuevas piezas con un enfoque estratégico... relevante y duradero >>

Por parte de AROMAS DEL CAMPO, Ada Soret, nos comenta: “La demanda de lámparas se distribuye actualmente entre diversos canales. Las tiendas especializadas en iluminación ofrecen una experiencia personalizada y asesoramiento experto, lo que las convierte en una opción preferida para muchos clientes. Los almacenistas de materiales también juegan un papel importante, especialmente en proyectos de mayor envergadura. Estamos presentes en todos estos canales, asegurando que nuestros clientes puedan acceder a nuestros productos de la manera que mejor se adapte a sus necesidades”.

“En los últimos años, la industria de la iluminación se ha visto inmersa en cambios significativos a lo largo de toda la cadena de valor, incluyendo el canal de distribución -aclara Raquel Quevedo, Directora de Marketing de LAMP-. Actualmente nos encontramos en un mercado muy atomizado y competitivo, por este motivo, aportar valor a través del conocimiento y la experiencia que hemos desarrollado durante los más de 50 años de historia de LAMP, nos permite afianzar nuestra presencia en el mercado, e intentar →



Foto: Bover



Foto: Estiluz

ofrecer siempre el mejor servicio a todos y cada uno de los actores que hacen posible que los proyectos se hagan realidad”.

En opinión de Noel Sánchez López, Director de Marketing de ALVERLAMP: “Cada canal tiene su importancia según el tipo de cliente. Las tiendas especializadas ofrecen asesoramiento personalizado y permiten que los clientes experimenten los productos en persona, lo que las hace esenciales en proyectos de interiorismo. Los almacenistas juegan un papel clave en reformas y construcción, integrando la iluminación en el conjunto del proyecto. Y, por supuesto, la venta online ha crecido muchísimo, facilitando el acceso a una mayor variedad de productos”.

“Cada canal de distribución cumple un papel clave en la demanda de lámparas -añade José María Pujol, Director Comercial de PUJOL ILUMINACIÓN-. Las tiendas especializadas destacan por su capacidad para ofrecer asesoramiento personalizado y técnico, mientras que los almacenistas son fundamentales para grandes proyectos por su logística eficiente. Por otro lado, la venta online ha crecido significativamente, facilitando el acceso directo a una amplia gama de productos para consumidores finales y pequeños proyectos. La combinación de estos canales permite satisfacer las diversas necesidades del mercado”.

La Responsable de Marketing y Comunicación de ANTONIO LÓPEZ GARRIDO, Raquel Soto, responde: “Los almacenistas

de material eléctrico son clave en la cadena de suministro, proporcionando stock y disponibilidad inmediata a instaladores y fabricantes. Las tiendas especializadas en iluminación aportan asesoramiento técnico y una experiencia de compra personalizada, y son esenciales para proyectos de arquitectura e interiorismo. La venta online, aunque en crecimiento, se orienta más a facilitar el acceso a información técnica y agilizar pedidos recurrentes para profesionales.

En ALG y LightED, nos enfocamos en fortalecer nuestra presencia en almacenes de material eléctrico e iluminación, garantizando productos de calidad con el respaldo técnico que requieren instaladores y responsables de compras. También trabajamos en estrecha colaboración con arquitectos y diseñadores para ofrecer soluciones lumínicas eficientes y adaptadas a cada proyecto”.

“Cada canal de distribución cumple un papel estratégico en nuestra expansión global -comparte la opinión del grupo Sara Soria, Responsable del Dpto. de Proyectos y Marketing de MARINER-. Las tiendas especializadas permiten una experiencia más sensorial y personalizada, donde los clientes pueden apreciar de cerca la calidad y el detalle de nuestras piezas. Los almacenistas facilitan la llegada de nuestros productos a proyectos de gran envergadura, mientras que la venta online ha cobrado mayor relevancia, acercando la exclusividad de MARINER a clientes de todo el mundo. La combinación de estos canales nos permite ofrecer un servicio eficiente sin perder la esencia de nuestra marca, forjada a lo largo de más de 130 años”.

Juan Martín, Administrador de ALMAR LÁMPARAS, opina igualmente al respecto que “los canales de venta tradicionales tienen un peso específico alto en la demanda de lámparas: las tiendas especializadas en iluminación, por ejemplo, son un canal fundamental para arquitectos, interioristas y clientes que buscan asesoramiento técnico y personalizado para sus proyectos, mientras que los almacenistas de material eléctrico son un canal muy importante para clientes del sector contract, constructoras e instaladores profesionales. La venta online ha experimentado un importante crecimiento en los últimos años, especialmente después de la pandemia de COVID-19, y es previsible que siga creciendo con fuerza en los próximos años, gracias a la comodidad de poder comprar desde casa, y a la posibilidad de poder comparar productos y precios fácilmente”.

“Cada canal tiene su papel, pero la venta online ha ganado muchísimo terreno, especialmente para llegar a un público más amplio -concluye el CEO de DAJOR LIGHTING FACTORY, Daniel Berenguer-. En el caso de productos estandarizados, como los de nuestra marca Luz Vintage, es una herramienta clave para ofrecer piezas con estilo y disponibilidad inmediata a clientes de cualquier rincón.

Sin embargo, nuestras lámparas diseñadas a medida tienen un valor añadido que va mucho más allá: lo que realmente marca la diferencia es mostrar, a través de nuestro catálogo online, los proyectos que hemos realizado. Ese catálogo no es solo un escaparate, es una galería de inspiración que permite a nuestros clientes visualizar lo que podemos hacer juntos. Para nosotros, el mayor peso está en las colaboraciones directas con profesionales del diseño. Es ahí donde podemos ofrecer todo nuestro potencial, adaptándonos al detalle a cada proyecto”. #

Birdie

by Jorge Herrera



NOVEDADES



GROSFILLEX PRESENTA NUEVA GAMA ELEMENT PREMIUM 3D

Grosfillex, empresa líder en revestimientos y mobiliario exterior para el sector Contract, presenta su nueva gama Element Premium 3D con efecto Deco Cerámica Vertical. Disponibles en tres tonalidades (rosa, verde laguna y gris) con acabado brillante, estos paneles decorativos reproducen con gran realismo el aspecto de las baldosas cerámicas mediante una innovadora impresión digital texturizada en 3D. Su instalación es rápida y sencilla, sin necesidad de obras, lo que los hace ideales para renovar espacios residenciales y del sector hostelero. Además, su propiedad hidrófuga los convierte en una excelente opción para revestir cocinas, baños e incluso el interior de duchas.

GROSFILLEX ESPAÑOLA S.A.
www.grosfillex-expert.com
934 740 119



SIMON REVOLUCIONA LA ILUMINACIÓN CON SOLUCIONES PERSONALIZADAS PARA CADA ESPACIO

La iluminación es una herramienta esencial no solo funcional, sino también de diseño, capaz de crear ambientes acogedores y versátiles. Simon, líder en material eléctrico y diseño de iluminación, ofrece soluciones innovadoras que permiten personalizar cualquier espacio. Su sistema Simon 860 y la gama de downlights crean efectos envolventes, adaptándose tanto a proyectos residenciales como profesionales. Además, los productos Simon Hole y Simon Loop proporcionan iluminación de acento, realzando la arquitectura y el diseño del espacio, mientras que el proyector Simon 640 se destaca por su capacidad de iluminar con precisión, ideal para resaltar detalles específicos y crear atmósferas únicas.

SIMON
www.simonelectric.com
933 440 800

NUOVVO LANZA MOON, EL PLATO DE DUCHA QUE REDEFINE LA ELEGANCIA

Nuovvo, referente en diseño y fabricación de productos para el baño, presenta su nuevo plato de ducha Moon, una pieza que aúna vanguardia, minimalismo y funcionalidad. Este innovador modelo, inspirado en la elegancia de la luna llena, redefine la estética del baño con una propuesta que combina diseño sofisticado y materiales de alta calidad. El plato de ducha Moon se caracteriza por su depurado diseño y un desagüe circular sutilmente integrado, que aporta una estética minimalista y moderna. La singularidad de su diseño radica en la sencillez y precisión de su desagüe, compuesto por una circunferencia con una fina línea en su interior que le confiere una identidad distintiva y elegante.

NOVARALI SL
www.nuovvo.com
965 681 207





PANDO INTEGRAL COOKING REVOLUCIONA LAS COCINAS CON EL LANZAMIENTO DEL GRUPO FILTRANTE GRX

Pando Integral Cooking, firma de referencia en soluciones integrales para la cocina con más de 45 años de trayectoria, anuncia el lanzamiento de su nuevo Grupo Filtrante GRX, un sistema que redefine la estética y funcionalidad en las cocinas contemporáneas. Diseñado para integrarse perfectamente en muebles tipo puente, el GRX ofrece una solución elegante, minimalista y altamente eficiente, ideal para proyectos de cocina a medida. Disponible en dos tamaños (56 cm y 86 cm) y motorizaciones SEC System V.850 y SEC System PLUS V.1050 ECO, el nuevo grupo filtrante garantiza un rendimiento superior adaptándose a las necesidades de cada espacio, instalándose en una altura de entre 65 a 100cm en el formato de mueble puente.

INOXPAN, S.L.
www.pando.es
 937 579 411

INSTABILELAB EN EL SALONE DEL MOBILE 2025

Por su parte, la nueva colección de alfombras CarpetiaLAB, es la fusión de arte y diseño. Una exploración creativa del mundo de las alfombras con 15 nuevos diseños que nacen de la evolución de los gráficos de la colección de papeles para la pared My Way, transformando formas y motivos icónicos en alfombras únicas. Cada alfombra es el resultado de una cuidadosa investigación estética, donde colores, texturas y geometrías interactúan armoniosamente para crear soluciones de decoración inusuales.

INSTABILELAB S.R.L.
www.instabilelab.com
 +39 041 576 0611



KINGSPAN INSULATION LANZA EN ESPAÑA SU PANEL DE AISLAMIENTO TÉRMICO DE POLIISOCIANURATO

Kingspan es el líder global en soluciones de aislamiento y envoltorios de edificios de alto rendimiento. Su unidad de negocio Kingspan Insulation Southern Europe, presente en España desde 2018, se enorgullece de anunciar el lanzamiento de su nuevo Panel de Aislamiento Térmico de Poliisocianurato, Therma TA41. Este panel está diseñado para satisfacer la demanda de soluciones de aislamiento térmico de alto rendimiento en el edificio, con una conductividad térmica de apenas 0,022W/mK pudiendo ser utilizado en múltiples aplicaciones, como cubiertas planas con protección pesada, falsos techos, paredes dobles y suelos. Adecuado tanto para obra nueva como en rehabilitación, se puede instalar como principal aislamiento térmico en edificios residenciales.

KINGSPAN INSULATION S.A.U.
www.kingspan.com
 972 460 472

PROVEEDORES



MOBALPA LANZA 'AMBIENTE ALPINO': UNA COLECCIÓN QUE TRANSFORMA LA COCINA EN EL CENTRO DEL HOGAR

Mobalpa, líder de soluciones de mobiliario a medida con más de 75 años de experiencia y sede en el corazón de los Alpes, presenta su nuevo 'Ambiente Alpino'. Una nueva colección que redefine la vivienda como un refugio de bienestar en el que la cocina es el centro neurálgico de la vivienda. Mobalpa incluye diseños y acabados para todas las estancias de la casa en una nueva colección que equilibra funcionalidad, elegancia y sensación de calma. Auriane Breton, directora de márketing y comunicación de Fournier España, explica que "Los hogares de hoy en día se han convertido en mucho más que un lugar para vivir; son espacios de desconexión y serenidad. Y con esta filosofía, el nuevo 'Ambiente Alpino' apuesta por materiales naturales, tonalidades relajantes y diseños inteligentes que convierten cada rincón en una invitación al descanso". En este sentido, Mobalpa lleva el diseño a medida a su máxima expresión, adaptándose a las necesidades y estilos de vida de cada usuario, incluso en los espacios más atípicos. (sigue...). Ubicada en los Alpes, esta vivienda proyectada con la nueva colección Ambiente Alpino, es un ejemplo de cómo transformar la arquitectura típica de montaña en un hogar contemporáneo y acogedor.

MOBALPA
www.mobalpa.es
672 488 096

CASA DECOR 2025: UNA EX- POSICIÓN ÚNICA DE DISEÑO E INNOVACIÓN ABIERTA AL PÚBLICO DEL 3 DE ABRIL AL 18 DE MAYO

Casa Decor 2025 se prepara para abrir sus puertas al público del 3 de abril al 18 de mayo, consolidándose como una de las exposiciones más relevantes de interiorismo a nivel mundial. Este año, contará con la destacada participación de ITA-Italian Trade Agency y Legado Artesano de Castilla-La Mancha, dos instituciones que reafirmarán su compromiso con la promoción del diseño, la artesanía y la innovación en el sector. ITA-Italian Trade Agency, que participa por cuarto año consecutivo, presenta el proyecto "Il tempo lo dirà", un comedor creado por BAO PROYECTOS que rinde homenaje a la evolución de la artesanía italiana. Este espacio fusiona magistralmente tradición y modernidad, con la colaboración de marcas como ORAC, SAPIENSTONE y LISTONE GIORDANO, que aportan un diseño contemporáneo a un ambiente clásico.

CASA DECOR
www.casadecor.es
911 377 002



ASOVEN SE UNE COMO MIEMBRO ACTIVO A LA ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE NORMALIZACIÓN (UNE)

La Asociación Española de Fabricantes de Ventanas de PVC (ASOVEN) se ha incorporado como miembro activo a la Asociación Española de Normalización (UNE), único organismo designado por el Ministerio de Industria y Turismo ante la Comisión Europea, para la elaboración de las normas técnicas que afectan a los más importantes sectores económicos en nuestro país. A través de su adhesión a UNE, ASOVEN PVC será una voz cualificada para participar activamente, a través de sus Comités Técnicos, en la redacción y modificación de normas, aportando su conocimiento y experiencia para una mejora de la competitividad en el tejido industrial de las ventanas. Concretamente, la asociación se integrará en los comités referentes a “Ventanas y puertas”, “Economía circular” y “Pasaporte digital”. Asimismo, en los próximos años la industria del cerramiento podrá influir en la normalización para garantizar el desarrollo del Reglamento de Productos de Construcción (RPC), que sustituirá al vigente aprobado en 2011, y que tiene el foco puesto en la sostenibilidad y la digitalización.

ASOVEN PVC

www.asoven.com

916 398 484



RAMONSOLER GROUP EXHIBE BIOMINERAL BATH EN LA 60ª EDICIÓN DE CASA DECOR

ramonsoler Group, referente en diseño y tecnología para la equipación integral del baño, estará presente en la 60ª edición de Casa Decor con Biomineral Bath, un espacio diseñado por el Estudio de Carmen Barasona. Este innovador proyecto propone una experiencia sensorial única, donde la naturaleza y el diseño se fusionan en un entorno envolvente. En este exclusivo espacio, el grupo presenta una propuesta completa y coordinada: por un lado, la colección de grifería Adagio, junto con los sistemas de hidroterapia y los accesorios de baño Ergos de ramonsoler; y por otro, el lavabo de la colección Kendra y el inodoro y bidé de la colección Doria, de solerbath. Este enfoque integral refleja el crecimiento de ramonsoler Group y su capacidad para ofrecer soluciones globales que combinan funcionalidad, innovación y estética.

RAMÓN SOLER, S.A.

www.rsamonsoler.com

933 738 001

FERIAS Y CONVOCATORIAS

2025

ABRIL

3 - 18 MAYO: CASA DECOR / Madrid / Exposición de diseño de interiores con las últimas tendencias, novedades y productos de decoración, mobiliario y arquitectura..

10: EFICAM / La Nave de Madrid / Exposición y Foro de las Empresas Instaladoras y Distribuidoras de la Comunidad de Madrid.

23 - 25: REBUILD / IFEMA Madrid / Foro de innovación, negocios y networking para empresas de materiales, soluciones y sistemas.

MAYO

6 - 9: HOTEL DESIGN EMEA / Costa Brava / La reunión anual para prescriptores con proyectos de diseño de hospitalidad y proveedores de hoteles con productos innovadores.

14 - 15: 5º FÓRUM INTERNACIONAL DE CONSTRUCCIÓN CON MADERA / Pamplona / Profesionales, investigadores, empresas e instituciones del sector maderero para dar a conocer el futuro de la arquitectura sostenible.

20 - 22: CONSTRUMAT / Fira de Barcelona / Feria de construcción sostenible.

27 - 30: FERIA DEL MUEBLE DE YECLA / Feria de Yecla / Feria de mobiliario.

JUNIO

03 - 05: INDUSTRY / Feria de Bilbao / Plataforma compuesta por siete ferias industriales que se celebra en Bilbao Exhibition Centre.

SEPTIEMBRE

25 - 26: COFERDROZA / Feria de Zaragoza / Ferretería, Bricolaje y Suministro Industrial.

29 - 2 OCTUBRE: HABITAT VALENCIA / Feria de Valencia / Feria de diseño de interiores.

OCTUBRE

8 - 9: EFINTEC / Fira de Barcelona / Feria para empresas instaladoras y nuevas tecnologías.

15 - 16: LOGISTIC & INDUSTRIAL BUILD / IFEMA Madrid / Feria dedicada a la edificación logística e industrial

29 - 30: ARCHITECT@WORK BARCELONA / Barcelona / Evento internacional que exhibe sus innovaciones a la comunidad de arquitectura y diseño.

NOVIEMBRE

18 - 20: GENERA / IFEMA Madrid / Feria Internacional de Energía y Medioambiente.

18 - 20: MATELEC / IFEMA Madrid / Salón Internacional de soluciones para la Industria Eléctrica y Electrónica

18 - 20: C&R / IFEMA Madrid / Salón Internacional de la Climatización y la Refrigeración.

19 - 20: ARCHITECT@WORK VALENCIA / Valencia / Evento internacional que exhibe sus innovaciones a la comunidad de arquitectura y diseño.

21 - 23: INTERIHOTEL / Fira de Barcelona / Diseño para hoteles y restaurantes.



**ESTAMOS TRABAJANDO EN LOS DIRECTORIOS
DE ARQUITECTURA E INTERIORISMO
QUE SERÁN UN REFERENTE...**



**...NO TE LOS PIERDAS,
SE PODRÁN CONSULTAR ESTE VERANO.
RESERVA YA TU PUBLICIDAD**





INTERNATIONAL ARCHITECTURE AWARD

**PRORROGADO
INSCRIPCIÓN ABIERTA
HASTA EL 15 DE MAYO DE 2025**

**NOVEDAD BMIAA'25: PREMIO
ARQUITECTURA DE PROXIMIDAD**

**Prorrogado plazo de presentación
de candidaturas**

Visita:
www.architectureaward.bigmat.com

Desde el 14 de febrero y hasta el 15 de mayo de 2025 queda abierto el plazo de inscripción para la 7ª edición del concurso "BigMat International Architecture Award", organizado por el grupo BigMat International, primera marca de distribuidores independientes de almacenes de materiales de construcción en Europa.

En esta ocasión, se conceden 7 Premios de Arquitectura, 7 Premios de Arquitectura de Proximidad, 1 Premio Honorífico Joven y dos grandes premios.

La ceremonia de entrega de premios se celebrará el viernes 7 de noviembre de 2025, con ocasión del Congreso anual del Grupo BigMat International que tendrá lugar en Varsovia, Polonia.