

“El espacio educativo es ya una variable de competitividad real en el sector”

Elena Bolarín Directora de Emotion-LAB

Emotion-LAB evoluciona del diseño arquitectónico a la optimización estratégica del activo educativo, en un contexto donde el espacio ya marca la diferencia.

Emotion-LAB es una empresa que está revolucionando el sector educativo a través de la planificación, diseño y transformación de los espacios de los centros, y que trabaja exclusivamente para el sector con gran cantidad de proyectos ejecutados en sus 15 años de trayectoria. Su enfoque parte de una idea clara: el centro educativo no es solo un edificio, sino un activo estratégico que debe alinearse con el modelo pedagógico y la viabilidad económica del proyecto. Acompañan a grupos educativos e inversores en todo el proceso —desde la estrategia hasta la ejecución— ayudándoles a crecer, optimizar recursos y adaptarse a un mercado cada vez más profesionalizado y competitivo.

El sector educativo vive un momento de transformación estructural. Desde vuestra posición, ¿cómo describiríais este cambio?

Estamos en un punto de inflexión claro. El sector educativo está entrando en una fase de profesionalización en la que el cen-



“El centro educativo ya no se concibe como un edificio, sino como un activo estratégico que condiciona su crecimiento y su rentabilidad”

tro deja de analizarse únicamente como un edificio y empieza a entenderse como un activo estratégico. Es un cambio importante porque obliga a mirar el espacio con criterios de gestión, crecimiento y posicionamiento, no solo con una lógica constructiva. Los centros que liderarán el mercado en los próximos años serán aquellos que comprendan el espacio como una herramienta de crecimiento, diferenciación y eficiencia operativa. Tras más de 15 años trabajando exclusivamente en educación, hemos podido ver esta evolución desde dentro y participar en la transformación real de centros que hoy están consolidados y funcionan con modelos mucho más estables.

¿Dónde está hoy el principal reto para grupos educativos e inversores?

El reto es alinear tres dimensiones que históricamente han trabajado separadas: el modelo pedagógico, la infraestructura física y el modelo económico del centro.

Cuando estas capas no están conectadas, el centro pierde competitividad, eficiencia y capacidad de crecimiento, y eso impacta directamente en su posicionamiento y rentabilidad. Nuestro trabajo consiste precisamente en diseñar estrategias espaciales que acompañen la evolución del proyecto educativo en el corto, medio y largo plazo, evitando decisiones aisladas que luego condicionan el futuro del centro.

Habláis de “estrategia espacial” y de un enfoque 360. ¿Qué significa en la práctica?

Significa planificar el centro como una infraestructura viva, no como un conjunto de metros cuadrados. No se trata solo de diseñar aulas, sino de anticipar cómo evolucionará el proyecto educativo y qué decisiones deben tomarse hoy para que el activo no se quede atrás mañana. Por eso trabajamos con planes directores espaciales que ordenan la evolución del centro en distintos horizontes: qué transformar ahora, qué dejar preparado a medio plazo y qué decisiones estructurales contemplar a largo plazo. Esto evita inversiones improvisadas, reduce CAPEX innecesario y permite crecer con una hoja de ruta clara, eficiente y sostenible. Nuestro valor diferencial es que lo resolvemos todo de forma integrada, como un servicio 360 especializado en activos educativos: desde la definición estratégica del modelo espacial hasta la ejecución de las obras, incluyendo normativa, optimización económica y diseño pedagógico del espacio. Así reducimos la incertidumbre para centros e inversores, porque el proceso se diseña y se ejecuta con una visión global, coordinada y sin contradicciones entre fases.

Uno de los grandes temores de los centros es reformar sin paralizar la actividad académica. ¿Cómo lo resolvéis?

Es uno de los puntos donde más valor aportamos. Diseñamos estrategias de transformación compatibles con el calendario real de los centros.

Planificamos la ejecución para periodos estivales o ventanas

operativas concretas, garantizando plazos y costes. En educación el tiempo es un recurso crítico: no se puede improvisar una obra en mitad del curso sin un plan extremadamente preciso. Por eso, la planificación es tan importante como el propio diseño.

Cuando un gran grupo educativo analiza un centro, ¿qué busca realmente hoy?

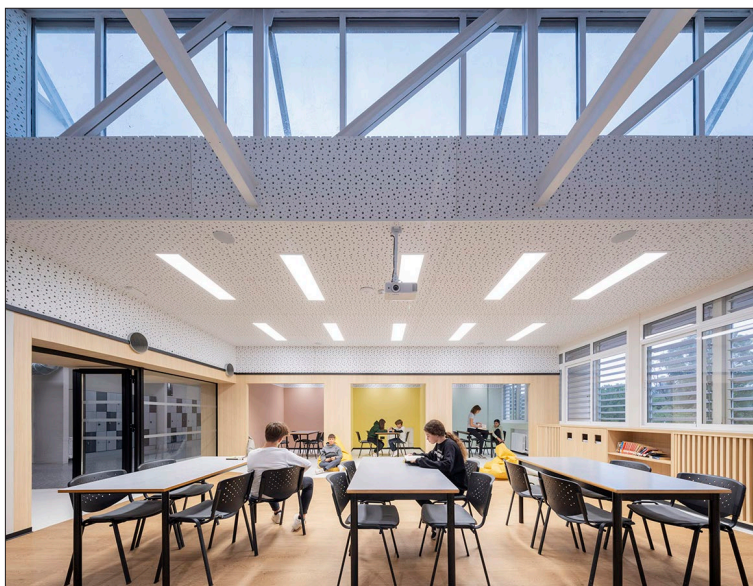
Busca capacidad de crecimiento, eficiencia operativa y previsibilidad.

Cada vez se analiza más si el activo permite escalar matrícula, adaptarse a nuevas metodologías y evolucionar sin grandes disrupciones económicas. La flexibilidad espacial se está convirtiendo en un estándar de mercado: ya no es un elemento diferencial, sino un requisito para competir y sostener el modelo con estabilidad.

¿Qué definirá a los centros educativos líderes del futuro?

La integración coherente entre estrategia educativa, estrategia espacial y estrategia económica. El centro que lidere el sector será el que entienda que el espacio no es solo el lugar donde ocurre la educación, sino una herramienta estratégica para crecer, diferenciarse y sostener su modelo a largo plazo. En ese sentido, el espacio deja de ser un “contenedor” y se convierte en una palanca real de decisión: ayuda a ganar eficiencia operativa, a prever escenarios de crecimiento y a adaptarse a nuevas metodologías sin improvisar. Cuando el proyecto pedagógico, la planificación espacial y la viabilidad económica avanzan alineados, el centro puede evolucionar con estabilidad, minimizar disrupciones y tomar decisiones con previsibilidad. Ahí estará la diferencia.

“La ventaja competitiva ya no está solo en el proyecto educativo, sino en cómo el espacio lo hace viable, escalable y eficiente”



Remodelación del Colegio Alemán de Sevilla



Remodelación del Engage International School