

Nº 63

HOSTELPRO

REVISTA DEDICADA AL SECTOR HOTELERO Y DE LA RESTAURACIÓN



20 años
pro
tienes
das
editorial
ANIVERSARIO

ESPECIAL EQUIPAMIENTO

PROYECTO HOTELERO

Four Seasons Resort Mallorca,
Formentor

REPORTAJES:

Buffet y productos de desayuno

Sistemas de seguridad

Optimización de espacios exteriores

VALO

Sistema de buffet premium inspirado por la naturaleza.

Diseñado por sieger design.



www.aps-germany.es

APS[®]
buffet | tabletop | bar



Versión digital

SUMARIO

STAFF

Editora / Directora:
Pilar Romero

Redactora:
Laura García

Administración:
Alicia Écija

Departamento Digital:
Andrea Sánchez e Iria Rey

Maquetación:
Marisol Navalón

Departamento Comercial:
Carmen Sánchez y
Paloma Elices

Soporte Informático:
Dimanet Informática

Impresión y Fotomecánica:
Advantia Comunicación
Gráfica, S.A.
Formación, 16 - Pol. Ind.
Los Olivos
28906 Getafe (Madrid)

Distribución:
A&D Publicidad Directa, S.A.
Depósito Legal: M-12454-2012
ISSN: 2254-2809
ISSN Digital: 2792-9736

Editorial Protiendas, S.L.U.
Avda. Juan Carlos I, nº 13 - 6º A
Edificio "Torre Garena"
28806 Alcalá de Henares
(Madrid)
Tel. 91 802 41 20
www.revistahostelpro.com
contacto@editorialprotiendas.es

P.V.P. del ejemplar: 15 euros



ACTUALIDAD	04	Casa Decor 2025
INTERIORISMO	10	Alia Made in architecture
PROYECTO HOTELERO	16	Four Seasons Resort Mallorca, Formentor
	20	Entrevista Carlos Lamela
	26	Entrevista Estreya Gosalbez
REPORTAJES	32	Buffet y productos de desayuno
	58	Sistemas de Seguridad
	68	Optimización de espacios exteriores
OTRAS SECCIONES	78	Soluciones del Canal Horeca
	82	Agenda

Portada: Four Seasons Resort Mallorca, Formentor | Estudio: Estudio Lamela



Revista Hostelpro
@rhostelpro



Hostelpro
@R_hostelpro



Revista Hostelpro
@Revista.Hostelpro



Hostelpro
@hostelpro

Prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos aparecidos en esta publicación sin previa autorización por escrito de Editorial Protiendas S.L.U.
Las opiniones y artículos publicados son responsabilidad exclusiva del autor, sin que esta revista las comparta necesariamente.

CASA DECOR 2025

EL ARTE DE HABITAR LOS SENTIDOS

Casa Decor celebró en 2025 su 60ª edición con una propuesta espectacular que transformó un edificio histórico de Chamberí en un escaparate vivo del interiorismo contemporáneo. Más de 47.000 visitantes recorrieron los espacios creados por interioristas, marcas y artistas, que convirtieron los 3.000 m² de Sagasta 33 en un festival de creatividad, bienestar y diseño sostenible.

ESPACIO ARCOS
POR CULDESAC

Foto: Nacho Uribesalazar y detalles Asier Rua



ESPACIO BATHCO
POR ANDREÍNA RAVENTÓS
Foto: Lupe Clemente



Durante seis semanas, la 60ª edición de Casa Decor transformó el número 33 de la calle Sagasta, en Madrid, en un palacio efímero del interiorismo, la arquitectura y la innovación. Del 3 de abril al 18 de mayo de 2025, más de 50 espacios únicos permitieron a miles de visitantes sumergirse en un universo creativo donde el diseño no solo se mostró, sino que se vivió intensamente.

Esta edición fue especial por muchos motivos. Casa Decor celebró sus 33 años de trayectoria, con más de 2.500.000 visitantes acumulados desde 1992. Pero también por el retorno a Chamberí, un distrito que ha sido escenario de varias ediciones pasadas y cuya historia urbana se entrelaza con la del evento. El edificio elegido, una joya de 7.141 m² diseñada a finales del siglo XIX por el arquitecto Luis de Landecho, ofreció un marco arquitectónico imponente, lleno de luz natural, techos altos y molduras originales. Un lienzo perfecto para la creatividad de interioristas, artistas, paisajistas y marcas líderes.

Cada estancia fue concebida como una experiencia sensorial. Desde cocinas con inteligencia artificial hasta baños que re-

“CADA ESTANCIA FUE CONCEBIDA COMO UNA EXPERIENCIA SENSORIAL”

creaban cuevas naturales, pasando por salones palaciegos, zonas wellness o patios interiores que evocaban jardines secretos. El objetivo no fue solo exhibir tendencias, sino emocionar, inspirar y conectar con los sentidos del visitante.

Para el sector hospitality, Casa Decor 2025 ofreció inspiración real para proyectos contract y residenciales. Varios espacios mostraron soluciones aplicables a hoteles, restaurantes, clubes o apartamentos turísticos de lujo. Se destacaron las cocinas multifuncionales como centros neurálgicos del hogar,



ESPACIO TARIMATEC
POR PIA PAISAJISMO
Foto: Amador Toril

las zonas comunes convertidas en espacios de convivencia y las habitaciones con diseño introspectivo, concebidas para el descanso físico y emocional.

El restaurante oficial de la exposición, operado por Rosewood Villa Magna, fue uno de los puntos más concurridos. El diseño del espacio, firmado por Raúl Martins para Maisons du Monde, conjugó elegancia, sostenibilidad y calidez. Materiales nobles, revestimientos acústicos, cerámica artesanal y una atmósfera acogedora convirtieron la pausa gastronómica en una extensión del recorrido expositivo.

Por otro lado, la sostenibilidad fue un eje transversal en esta edición. Se utilizaron materiales reciclados, tejidos biodegradables, sistemas de climatización eficientes y revestimientos biovinílicos. Igualmente, la domótica estuvo presente de forma integrada, con tecnologías aplicadas al confort y a la eficiencia energética. También se incorporaron elementos artísticos como esculturas, instalaciones sensoriales, iluminación envolvente y murales hechos a mano, que elevaron la experiencia estética a un nivel emocional.

Casa Decor 2025 no solo se distinguió por su creatividad, sino también por sus cifras récord. A lo largo de 46 días de exposición, recibió la visita de 47.237 personas, acogió a 237 participantes y presentó 57 espacios únicos distribuidos en 3.000 m² intervenidos. Se publicaron 1.550 noticias relacionadas, 430 periodistas fueron acreditados y se celebraron 112 eventos profesionales y sociales. Una edición que no solo deslumbró al público general, sino que generó impacto en los medios, visibilidad para las marcas y negocio para el sector.

Asimismo, el perfil del visitante mostró una clara segmentación: en los días laborables predominó el público profesional



ESPACIO STROHM TEKA
POR PILSFERRER ESTUDIO
Foto: Nacho Uribesalazar

la Vetro
pro



Eleganza e perfetta funzionalità

WWW.GAGGIAPROFESSIONAL.EVOCAGROUP.COM

GAGGIA
MILANO



^ ESPACIO PROMA POR FRANCESC RIFE. Foto: Asier Rua

LA SOSTENIBILIDAD FUE UN EJE TRANSVERSAL EN ESTA EDICIÓN

-interioristas, arquitectos, hoteleros y prescriptores-, mientras que los fines de semana lo protagonizaron los amantes del diseño y la decoración. Con una media de edad entre los 30 y 50 años, el público fue mayoritariamente femenino (60 %), frente a un 40 % masculino.

La variedad de participantes fue otro de los grandes logros de esta edición. En total, se reunieron 144 empresas, 57 estudios de interiorismo, arquitectura, diseño y paisajismo, y 36 artistas y artesanos. El 47 % de las firmas fueron internacionales, procedentes de países como Italia, Suecia, Bélgica, Alemania, Dinamarca, China, Estados Unidos o Francia. El 53 % restante lo formaron empresas españolas, con fuerte presencia de la Comunidad Valenciana y Madrid, además de Cataluña, Galicia, Castilla y León, Andalucía y otras regiones.

Esta diversidad territorial e internacional refuerza a Casa Decor como plataforma de referencia para el diseño contempo-

ráneo. Un espacio que facilita la entrada de marcas extranjeras en el mercado español y potencia las oportunidades de networking, visibilidad y colaboración.

Por último, entre los reconocimientos entregados, destacó el Premio de Honor Casa Decor 2025 a la interiorista Sandra Tarruella, referente del diseño aplicado a la restauración y la hotelería. Con más de tres décadas de trayectoria, Tarruella ha sido autora de algunos de los espacios gastronómicos más emblemáticos del país. Su estilo, basado en materiales orgánicos, formas puras y una paleta cromática serena, ha influido notablemente en la forma de concebir interiores públicos en España y más allá.

El compromiso social también tuvo un papel relevante. Casa Decor volvió a colaborar con la ONG Entreculturas, que presentó su campaña “Escuela Refugio”, centrada en el derecho a la educación en contextos de emergencia y desplazamiento

forzoso. Un mensaje necesario que convivió con el diseño más inspirador.

Desde el punto de vista arquitectónico, la muestra permitió redescubrir el esplendor del edificio de Sagasta 33 antes de su próxima transformación en viviendas de lujo, de la mano de Impar Capital. Una rehabilitación que respetará el valor patrimonial del inmueble, tal como se puso de manifiesto durante la exposición.

Concluida la muestra, Casa Decor 2025 queda como un manifiesto de excelencia, una experiencia inmersiva que combinó tendencias, tecnología, bienestar, arte y compromiso. Una vez más, Madrid fue la capital del interiorismo, y Sagasta 33, su epicentro.

ESPACIO GEBERIT
POR ZOOCO
Foto: Asier Rua



AMBIAZZA

The ESSENCE of design

Each piece of our outdoor furniture tells a story of serenity and sophistication, crafted from the finest materials to ensure exceptional durability and beauty.

Outdoor Living Atelier

www.ambiazza.com | [@ambiazza](https://www.instagram.com/ambiazza)

ANTONIO DE JUAN Y ANDRÉS CAJIGA

ALIA MADE IN ARCHITECTURE

Alia Made in Architecture se ha posicionado como una firma destacada en el diseño arquitectónico, fusionando creatividad, funcionalidad y un enfoque estratégico en hospitalidad. En esta entrevista, conversamos con sus fundadores, Antonio de Juan y Andrés Cajiga, quienes comparten su visión innovadora sobre el futuro de la arquitectura de lujo, la sostenibilidad y cómo su experiencia ha dado forma a proyectos emblemáticos en todo el mundo. Nos adentramos en su proceso creativo y la filosofía que guía cada uno de sus trabajos.



^ Foto: Antonio de Juan

✓ Foto: Impression Isla Mujeres by Secrets





^ Foto: Andrés Cajiga

“ALIA NACE DE
UNA AFINIDAD
CREATIVA
Y ESTRATÉGICA”

¿Qué los llevó a unir sus trayectorias profesionales para fundar ALIA Made in Architecture?

Andrés y Antonio: ALIA nace de una afinidad creativa y estratégica. Tras colaborar en distintos proyectos, entendimos que juntos podíamos ofrecer una propuesta diferente en el sector: unir la arquitectura, el diseño de experiencias y la operación hotelera desde una misma visión. Queríamos crear una firma que integrara cada aspecto de un proyecto, desde el concepto hasta la ejecución, con una mirada global, contextual y profundamente enfocada en la experiencia del huésped.

Con más de 30 años de experiencia en arquitectura y hospitalidad, ¿cómo combinan sus conocimientos para ofrecer proyectos únicos en el sector hotelero?

Andrés: Creemos que cada proyecto debe responder de forma auténtica a su entorno y propósito. Antes de diseñar, escuchamos: al lugar, a la marca, al cliente y al contexto cultural. Desde ahí desarrollamos propuestas arquitectónicas que no solo buscan tener una estética espectacular, sino también relevantes, funcionales y emocionalmente conectadas con quienes las habitan.

Antonio: Mi experiencia en hospitalidad me ha enseñado que el diseño no solo debe ser estético, sino también profundamente funcional. En ALIA nos aseguramos de que cada decisión arquitectónica tenga un impacto positivo en la opera-

ción y en la experiencia del huésped. Desde la circulación del personal hasta la atmósfera de un restaurante o un rooftop, todo está pensado para crear espacios que funcionen con naturalidad y eleven el valor de la experiencia en su conjunto.

Su primer proyecto, Playa Jackson en República Dominicana, incluye marcas como The Ritz-Carlton y St. Regis. ¿Qué desafíos y oportunidades representa trabajar con estas prestigiosas cadenas?

Andrés y Antonio: El reto principal es cumplir con estándares de excelencia altísimos, pero también es una oportunidad para elevar el proyecto a un nivel excepcional. Trabajar estas marcas exige precisión, visión, y una propuesta que realmente aporte valor. En el caso de Playa Jackson, se suma además el componente natural e histórico del lugar, lo que lo convierte en una oportunidad única de crear algo verdaderamente memorable.

¿Cómo integran la arquitectura y el diseño de interiores para crear experiencias memorables en hoteles de ultra lujo?

Andrés: La arquitectura define el volumen, la proporción, la relación con el paisaje; el interiorismo construye la atmósfera. No los concebimos como disciplinas separadas, sino como un lenguaje único. Desde la idea conceptual trabajamos arquitectura e interiores como una sola narrativa para desarrollar un proyecto coherente.



^ Foto: Impression Isla Mujeres by Secrets

LA SOSTENIBILIDAD ES UN IMPRESCINDIBLE EN TODOS NUESTROS TRABAJOS

La sostenibilidad es un tema clave en la industria actual. ¿Qué estrategias implementan en sus proyectos para minimizar el impacto ambiental?

Andrés: En todos nuestros proyectos trabajamos con un enfoque contextual y responsable desde el inicio. Utilizamos materiales locales, priorizamos el diseño pasivo e integramos tecnologías eficientes desde el arranque de cada proyecto. La sostenibilidad es un imprescindible en todos nuestros trabajos.

Un ejemplo claro es Impression Isla Mujeres by Secrets, un proyecto anterior que desarrollé. En lugar de demoler el edificio preexistente, conocido como “el hotel abandonado”, decidimos conservar su estructura. Aunque demoler y empezar de cero hubiese sido más sencillo, implicaba trasladar toneladas de escombros en barco y traer nuevos materiales a la isla, con un impacto ambiental y logístico muy alto. La decisión de reutilizar se volvió un gesto profundamente sostenible.

Esa lógica se extendió también al diseño: una arquitectura de inspiración orgánica que se integra con el paisaje, el uso de materiales locales, paneles solares, una planta de purificación de agua para eliminar plásticos de un solo uso... Cada decisión tenía un propósito.

Y más allá de la arquitectura, el hotel también apoya iniciativas que refuercen el impacto positivo del proyecto. En Impression, la propiedad mantiene una alianza activa con la fundación Saving Our Sharks, destinando un porcentaje de los beneficios a la protección de especies marinas y al fortalecimiento de comunidades pesqueras locales. Este tipo de acciones nos acercan a una visión más regenerativa del turismo, en la que el diseño es solo el primer paso hacia un proyecto con conciencia social.

Cuentan con amplia experiencia en Food & Beverage, ¿cómo influye la gastronomía en el diseño y funcionamiento de los espacios hoteleros que desarrollan?

“Queríamos crear una firma que integrara cada aspecto de un proyecto, desde el concepto hasta la ejecución”

Antonio: Enormemente. El F&B no es solo un complemento: es uno de los grandes motores de la experiencia hotelera actual. Pensamos los restaurantes y bares como destinos dentro del destino. Eso implica que su diseño debe ser estratégico, inspirador y altamente operativo a la vez.

Andrés: Y desde lo arquitectónico, eso implica pensar en flujos, sensaciones, luz, escala... para que ese restaurante, ese bar o esa terraza se sientan naturales y memorables.

También han participado en proyectos emblemáticos como **Impression Isla Mujeres by Secrets**, considerado el hotel más ‘instagramable’ del mundo. ¿Qué elementos consideran esenciales para lograr este tipo de reconocimiento?



^ Foto: Impression Isla Mujeres by Secrets

supratex
www.supratex.es

Equipamiento Textil Contract

Descubre el lujo con elegancia y confort en cada rincón de tu estancia hotelera.

¡Bienvenido a un mundo de comodidad y estilo!

info@supratex.es

+34 961 15 23 96



CADA PROYECTO DEBE RESPONDER DE FORMA AUTÉNTICA A SU ENTORNO Y PROPÓSITO



Andrés: La clave está en diseñar espacios que emocionen sin perder autenticidad. La gente conecta con lugares que inspiran, que se sienten verdaderos y que reflejan el alma del sitio. Más que buscar una estética instagramable, se trata de crear entornos que generen asombro y una conexión genuina con el entorno. Cuando eso sucede, la belleza se vuelve natural y, casi inevitablemente, compartible.

¿Qué tendencias actuales en arquitectura y diseño de hospitalidad consideran más relevantes y cómo las incorporan en sus proyectos?

Andrés: Más que seguir tendencias, nos interesa interpretar hacia dónde se mueve la sensibilidad del huésped contemporáneo. Hoy vemos una clara búsqueda por experiencias más honestas, más conectadas con el entorno, donde el lujo se expresa a través de la simplicidad bien ejecutada, la luz natural, los materiales nobles y la narrativa del lugar.



¿Cómo enfrentan el reto de mantener la identidad local y cultural en proyectos internacionales de lujo?

Andrés: Estudiamos la cultura, la historia, el clima, las tradiciones constructivas. No imponemos una estética: la construimos desde el sitio. Eso es lo que da autenticidad a los proyectos.

Antonio: En gastronomía es igual: usamos ingredientes locales, técnicas tradicionales, y las reinterpretamos con una mirada contemporánea.

Finalmente, ¿qué visión tienen para el futuro de ALIA Made in Architecture y qué proyectos podemos esperar en los próximos años?

Andrés y Antonio: Nuestra visión es seguir creciendo de forma estratégica, siempre fieles a nuestra esencia: crear destinos con alma. Estamos desarrollando nuevos proyectos y queremos consolidar ALIA como una firma de referencia en diseño de hospitalidad de lujo a nivel internacional. Pero también participamos activamente en otros sectores como residencias privadas, desarrollos de usos mixtos, oficinas corporativas y espacios comerciales de alto nivel, siempre bajo un enfoque contextual, sensible y funcional.

< Fotos: Impression Isla Mujeres by Secrets





CARE
ABOUT
EARTH

REUSABLE
REFILLABLE
SMART DESIGN
SUSTAINABLE



RECYCLABLE
PLASTIC
BOTTLE



8g
RECYCLABLE
POUCH



TRACEABLE
COSMETIC



VEGAN

GROUPE GM
AMENITIES EXCLUSIVOS

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



PROYECTO HOTELERO

FOUR SEASONS RESORT MALLORCA, FORMENTOR

ARQUITECTURA,
HISTORIA Y LUJO
FRENTE AL MAR

Tras casi un siglo de historia, el legendario Hotel Formentor renace como Four Seasons Resort Mallorca at Formentor, un emblema de la hospitalidad mediterránea reinventado con sensibilidad arquitectónica, sostenibilidad y lujo contemporáneo. De la mano de Estudio Lamela, este icono cultural se transforma en un refugio íntimo donde el diseño, el paisaje y la memoria conviven en perfecta armonía.



| Fotografías: Four Seasons Resort Mallorca, Formentor





△ Foto: Four Seasons Resort Mallorca, Formentor

En el norte de Mallorca, envuelto en un paisaje de bosques de pinos y bañado por aguas turquesas, el histórico Hotel Formentor inicia un nuevo capítulo bajo el sello de Four Seasons. Más que una reapertura, el nuevo Four Seasons Resort Mallorca at Formentor representa la delicada fusión entre el respeto por un legado arquitectónico centenario y las exigencias del lujo contemporáneo. Un trabajo de precisión, sensibilidad y visión que lleva la firma de Estudio Lamela.

Fundado en 1929 por el poeta y empresario argentino Adan Diehl como un refugio para intelectuales, artistas y estadistas, el Hotel Formentor fue durante décadas un símbolo cultural y político internacional. Hoy, este hotel renace como un cinco estrellas gran lujo con 110 habitaciones y suites, gracias a un ambicioso proyecto arquitectónico que no solo preserva su esencia histórica, sino que la amplifica y proyecta hacia el futuro.

El encargo de devolver el esplendor a Formentor recayó en Estudio Lamela, en colaboración con el estudio mallorquín SCT Arquitectos (Sánchez-Cantalejo y Tomás). Conscientes del valor arquitectónico, histórico y simbólico del edificio, los arquitectos partieron de una premisa clara: preservar la esencia del hotel original, respetando tanto el entorno natural como la imagen icónica del edificio desde la bahía de Pollença.

“El volumen del edificio existente se conserva, lo que permitirá que la imagen del Hotel Formentor permanezca inalterada desde la bahía”, explica Elena Dueñas, directora del proyecto en Estudio Lamela. No se trata, por tanto, de una reinterpretación, sino de una restauración minuciosa, que devuelve al edificio su carácter original, actualizándolo con estándares de sostenibilidad, eficiencia energética y funcionalidad hotelera contemporánea.

Este enfoque también responde al deseo de rendir homenaje al sueño de Adan Diehl, quien en una época en la que el turismo apenas existía, imaginó un lugar donde el arte, la literatura y la naturaleza se encontraran. Diehl fue un visionario que concibió Formentor como un punto de encuentro internacional, un ágora literaria -como la definió el escritor Carlos Barral-, donde nacieron premios como el Prix Formentor, otorgado a gigantes como Borges, Beckett o Vargas Llosa.

Uno de los grandes logros del proyecto ha sido su apuesta por la sostenibilidad y la eficiencia energética, con el objetivo de obtener la certificación medioambiental LEED, un estándar internacional en arquitectura sostenible. Para ello, se ha contado con la colaboración de la firma de ingeniería ARUP, integrando soluciones que mejoran el aislamiento térmico y acústico, optimizan el consumo energético y respetan el entorno paisajístico.

Las fachadas, por ejemplo, han sido rediseñadas para recuperar la presencia original del edificio, reforzando su orden y proporción, al tiempo que se adaptan a la nueva distribución interior. En el exterior, se ha acometido una profunda remodelación del paisaje, reintroduciendo flora autóctona, fragantes jardines, caminos de paseo y zonas de eventos perfectamente integradas en el entorno.

El resultado es un complejo que mantiene la imagen icónica del Formentor clásico, pero que responde a las necesidades del viajero actual: exigente, consciente y en busca de experiencias que respeten el medio ambiente y la cultura local.

El nuevo resort mantiene su carácter de refugio exclusivo, pero ahora enriquecido por una propuesta integral que abarca gastronomía, bienestar, recreación y confort. En su interior, el diseño del estudio Gilles & Boissier da vida a espacios luminosos, sobrios y elegantes, con materiales naturales que evocan el glamur costero de antaño con un toque contemporáneo. Las 110 habitaciones y suites, muchas de ellas con

“FORMENTOR HA SIDO, A LO LARGO DE SU HISTORIA, MUCHO MÁS QUE UN HOTEL”

piscina privada, están pensadas como espacios de contemplación, conectados visual y sensorialmente con el paisaje exterior.

La reforma ha incluido la creación de nuevos espacios comunes: restaurantes, bares, terrazas, salas de reuniones, un spa de última generación y zonas deportivas, todo ello envuelto en una estética que prioriza la luz natural, los materiales nobles y el diálogo con el entorno. Cabe destacar también la apertura de un restaurante de cocina Nikkei, Shima, una heladería artesanal llamada Crocant, y un chiringuito pop-up en la playa, Xiringuito.

Formentor ha sido, a lo largo de su historia, mucho más que un hotel. Ha sido un espacio de encuentro para el pensamiento, la literatura y la diplomacia. Por sus jardines han paseado figuras como Don Felipe y Doña Letizia (entonces Príncipes de Asturias), Grace Kelly, Gary Cooper o Camilo José Cela. Charles Chaplin, Mario Vargas Llosa o Audrey Hepburn forman parte de su ilustre galería de huéspedes.

El nuevo proyecto no solo respeta esa historia, sino que la realza. El regreso del cine al aire libre en sus emblemáticas escaleras, por ejemplo, es una forma de mantener vivo el espíritu cultural del lugar. El resort también ofrecerá experiencias inmersivas en la naturaleza, deportes náuticos, rutas de senderismo y actividades al aire libre que potencian el carácter íntimo y contemplativo de Formentor.

Para Four Seasons, esta reapertura representa su segunda incursión en el mercado español, tras el éxito del centro Canalejas en Madrid, también obra de Estudio Lamela. La incorporación de Formentor a su portfolio no solo es un hito comercial, sino una apuesta por un modelo de lujo con alma, sostenible, profundamente ligado al territorio y la historia.

Four Seasons Resort Mallorca at Formentor no es simplemente la rehabilitación de un hotel histórico: es un manifiesto sobre cómo la arquitectura puede servir como puente entre pasado y futuro, entre memoria y experiencia. Un modelo de intervención que pone en valor el patrimonio desde el respeto, la innovación y una mirada contemporánea al lujo. Sin duda, un nuevo referente en la arquitectura hotelera europea.



^ Foto: Four Seasons Resort Mallorca, Formentor



^ Foto: Four Seasons Resort Mallorca, Formentor

ENTREVISTA

CARLOS LAMELA

ESTUDIO LAMELA





^ Foto: Four Seasons Resort Mallorca, Formentor

¿Qué significó para usted y para Estudio Lamela asumir la reconstrucción de un lugar tan emblemático como el Hotel Formentor?

En primer lugar, efectivamente, es uno de los hoteles más emblemáticos de España, del Mediterráneo y, sin duda, era un reto y una gran ilusión que asumimos con un enorme entusiasmo.

Cuando el cliente nos habló de la posibilidad de actuar en este hotel, lo tomamos con un enorme interés. En principio, ciertamente, iba a ser una restauración o una rehabilitación, sin embargo, posteriormente se llevó a cabo una reconstrucción completa por una serie de razones que se fueron acumulando a lo largo del proceso, de la gestión de la de la licencia, por lo que tuvimos la oportunidad de poder llevar a cabo una reconstrucción, lo que era mucho más idóneo.

El hotel ha sido descrito como “una línea blanca en el paisaje”. ¿Cómo abordaron este concepto en el diseño y qué importancia tuvo en la reconstrucción?

Sí; era un término que manejaban en el Ayuntamiento de Puerto Pollensa y se nos dio la instrucción de que tenía que

mantenerse a toda costa esta línea blanca en el paisaje como ente. Había que mantener la volumetría y el color, por lo que esa línea blanca sigue allí, y creemos que es uno de los éxitos de la reconstrucción del hotel: que este paradigma, de alguna forma, se haya mantenido.

El proyecto busca preservar la esencia original del hotel. ¿Qué elementos clave se mantuvieron para garantizar esa continuidad histórica y cultural?

Este proyecto tiene una historia muy azarosa, muy interesante, muy bonita, pero el edificio realmente fue modificado a lo largo de los años de forma importante, siendo inicialmente un hotel mucho más pequeño que se fue ampliando progresivamente, sin mucho cuidado en algunas épocas, con algo más de cuidado en otras, pero considero que la continuidad histórica y cultural lo da la propia historia y la cultura del establecimiento. Y eso supera, evidentemente, a la arquitectura.

En este aspecto, opino que la historia, los huéspedes que han pasado por allí, los eventos, los diferentes acontecimientos..., está muy por encima de la propia arquitectura, siendo ésta una herramienta para validarlos y potenciarlos.

LA SOSTENIBILIDAD Y SU APLICACIÓN ES HOY IRRENUNCIABLE

La sostenibilidad ha sido un aspecto destacado en esta reconstrucción. ¿Qué medidas específicas se han tomado para hacer del Hotel Formentor un ejemplo de eficiencia energética?

La sostenibilidad siempre tiene que ser un aspecto destacado en cualquier reconstrucción. La sostenibilidad en la arquitectura española, mundial, la arquitectura popular, la arquitectura menos popular, la urbana, siempre ha estado presente, sobre todo en la arquitectura anterior a los primeros años del siglo XX, que es cuando realmente cambia la arquitectura a raíz de la carta de Atenas, al movimiento moderno, la influencia de las artes plásticas que se encontraban en ese momento.

Por lo cual, la sostenibilidad y su aplicación, debido a las exigencias de los códigos técnicos, reguladores y de otras muchas prescripciones que existen a nivel normativo, es hoy irrenunciable, así como para obtener las certificaciones pertinentes.

El hotel tiene un legado cultural innegable, con visitantes como Borges, Beckett y Grace Kelly. ¿Cómo se refleja esa rica herencia en el diseño del nuevo Formentor?

Un hotel con la historia que tiene este, su arquitectura tiene que responder respetando en todo lo que se pueda su historia y su extraordinaria implantación en el entorno, que es lo ha hecho que fuese elegido por estos importantes personajes. Pero la arquitectura no lo es todo; existen otros aspectos fundamentales como es el diseño de espacios interiores, la jardinería, el entorno del establecimiento...

Por todo esto, no es posible realizar únicamente una labor arquitectónica, como hemos hecho nosotros, sino que se ha trabajado con un equipo multidisciplinar, en el que todos estos aspectos se han tenido en cuenta.

¿Qué papel jugaron los exteriores, como los jardines y terrazas, en la integración del hotel con su entorno natural?

Tal y como planteaba antes, la jardinería y el paisaje han sido fundamentales en la integración del hotel. Evidentemente este es un hotel que, al no ser un hotel urbano e integrarse en un lugar muy singular, tiene que estar en consonancia con todo lo que le rodea. Y es tan importante la jardinería, la elección de las plantas, la elección de los detalles y materiales de cualquier elemento, como el de los bordillos, mobiliario urbano, pérgolas..., en fin, todo esto va íntimamente ligado a lo que es la propia arquitectura.

Esta es su segunda colaboración con Four Seasons en España, después del Centro Canalejas en Madrid. ¿Cómo se traduce esa experiencia previa en este proyecto?

Efectivamente es nuestro segundo Four Seasons, y ya vamos por el cuarto. Estamos proyectando ahora el tercero en Grecia y el cuarto también en España.

Ha sido un honor para nosotros que la propiedad, líder en el mundo hotelero, con la que tenemos un gran entendimiento que viene ya de más de diez años atrás, volviese a confiar en nosotros (juntamente con nuestros socios de SCT) para desarrollar este gran proyecto. Ha sido una experiencia estupenda y creo que ellos también están muy contentos.



| Fotografías: Four Seasons Resort Mallorca, Formentor



ALFOMBRAS
Y MOQUETAS
RUGS & CARPETS

Cada espacio, una alfombra.
Cada alfombra, una experiencia.



**FeriaHabitat
Valencia**
29 sep-2 oct. 2025

alfombrasveoveo.es
info@alfombrasveoveo.es
@alfombrasveoveocustomade



^ Foto: Four Seasons Resort Mallorca, Formentor

“La jardinería y el paisaje han sido fundamentales en la integración del hotel”

El Hotel Formentor ahora cuenta con 110 habitaciones con terrazas y vistas al mar. ¿Qué buscaban transmitir con este diseño para los huéspedes?

El hotel Formentor, en sus orígenes, no tenía todas las habitaciones dando al mar; tenía un pasillo central y prácticamente la mitad miraban hacia el interior y la mitad hacia el mar. Era un concepto ya superado. Además, la propiedad tuvo claro, desde el primer momento, que quería que todas las habitaciones tuviesen vista al mar, con lo que hubo que, sin variar la volumetría, trasladar el pasillo a la parte trasera, de modo que las habitaciones ya cambiaban de proporción porque se convertían en unos elementos muy longitudinales. Además, hubo que sacar unas terrazas —lo

que considero que al final ha sido un éxito— frente al mar, de modo que las habitaciones ya no cuentan únicamente con una ventana como antes, sino que todas disponen de una terraza muy bien integrada en la distribución interior.

¿Cuál fue el mayor desafío al que se enfrentaron durante este proyecto, y qué sensación le deja ver el resultado final de esta reconstrucción?

El mayor desafío fue convencer a la sociedad mallorquina, que estaba muy preocupada, de que el proyecto estaba en muy buenas manos, tanto por parte del cliente como por parte de todos los técnicos que hemos intervenido; que todas las personas que estábamos participando lo íbamos a hacer con gran cariño y cuidado y, por supuesto, con gran dosis de trabajo. Y el mayor desafío posiblemente fue el tema de la tramitación patrimonial y poder hacer cosas que en su momento parecían imposibles.

Fue clave la posibilidad de reconstruir, es decir, poder demoler y construir de nuevo, porque el hotel estaba en malísimas condiciones. Por supuesto, las instalaciones no servían absolutamente para nada. En una obra con tantos años y tantos parches, la estructura estaba también en un estado

“LA HISTORIA ESTÁ MUY POR ENCIMA DE LA PROPIA ARQUITECTURA”

muy delicado, muy deteriorado. Como he dicho antes, se había construido a lo largo de muchísimos años, muchas décadas parcheando y además en épocas donde los hormigones eran malos, los áridos eran malos, la ejecución no era fiable... Por lo que considero que era fundamental poder lograr un acuerdo con la administración para demolerlo y volver a reconstruirlo tal como era. Y creo que esto ha sido el gran desafío y el gran éxito de la de la operación.



^ Foto: Four Seasons Resort Mallorca, Formentor



WATERROWER |



NOHRD



Diseño, calidad, innovación y sostenibilidad son los valores en los que, durante más de 30 años, se ha fundamentado la creación de nuestros equipos fitness. Todos los diseños de WATERROWER | NOHRD cuentan con un exquisito trabajo de artesanía artística que combina una hermosa estética con materiales de la mejor calidad y funcionalidad sin concesiones.



+34 91 640 7004



info@waterrower.es

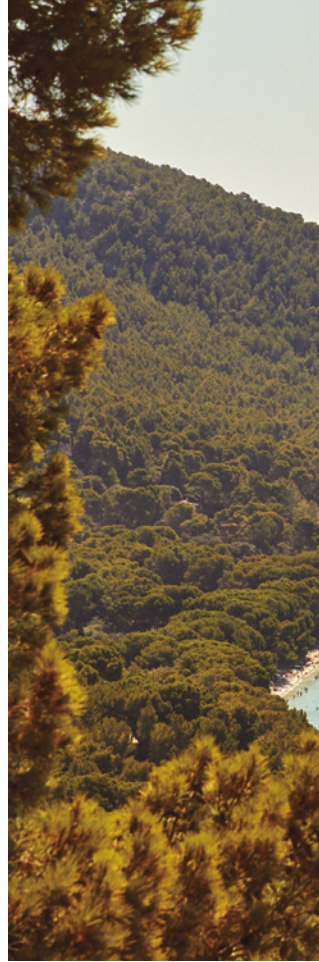


www.waterrower.es

ENTREVISTA

ESTREYA GOSALBEZ

DIRECTORA GENERAL





^ Foto: Four Seasons Resort Mallorca, Formentor

Four Seasons es sinónimo de excelencia en hospitalidad a nivel mundial. ¿Qué significa para usted y su equipo representar a esta prestigiosa marca en un lugar tan emblemático como Formentor?

Desde el primer día, ha sido un verdadero honor liderar a este 'equipazo', como nos gusta llamarnos. Cada miembro del equipo ha demostrado una dedicación excepcional para sacar adelante este emblemático hotel, y hasta la fecha, hemos cosechado numerosos éxitos.

Liderar y representar a Four Seasons en la isla ha sido una experiencia sumamente gratificante. Hemos tenido la oportunidad de dar la bienvenida a muchos empleados locales, así como a profesionales de otros Four Seasons alrededor del mundo. Cada uno ha aportado su toque especial, y su experiencia y pasión por brindar un servicio excepcional es lo que verdaderamente nos ha diferenciado.

Los huéspedes que ya habían estado aquí antes nos han mencionado el buen trabajo que hemos hecho para conservar el mismo alma que el Hotel Formentor tenía en el pasado. Aquellos que nos visitan por primera vez quedan maravilla-

dos con la ubicación, la isla y el hotel en general. Es un privilegio formar parte de este nuevo capítulo en la historia de Formentor.

Después de una esperada reapertura, ¿cómo describiría la esencia renovada del Four Seasons Formentor y qué emociones le genera volver a ver este icónico lugar en plena actividad?

Es muy emocionante haber vivido esta experiencia, especialmente viniendo de fuera y al llegar aquí darme cuenta de que el Hotel Formentor forma parte de la historia de vida de muchas familias de la isla. Donde quiera que voy, todos conocen el hotel, su trayectoria y su historia. Aunque esto genera una mayor presión por hacer un buen trabajo y lograr que todos los habitantes de la isla se sientan orgullosos de lo que hemos logrado, más que eso, nos llena de ilusión seguir representando lo que este lugar significa para todos y llevarlo aún más alto de lo que ya ha estado.

Siempre he pensado que nosotros necesitamos más a la comunidad de lo que la comunidad nos necesita a nosotros. Ver cómo hemos hecho crecer el hotel de la mano de muchas



^ Foto: Four Seasons Resort Mallorca, Formentor

empresas locales hace que todo sea aún más especial. Desde las amenidades hasta los productos que utilizamos en nuestros espacios de alimentos y bebidas, así como los artículos que vendemos en nuestra boutique y los detalles que ofrecemos a nuestros huéspedes al llegar, muchos de ellos han sido creados en colaboración con empresas locales. La inspiración de muchos aspectos de nuestro hotel proviene directamente de aquí, de la isla. Vivimos muy orgullosos de ser parte de esta comunidad.

El resort combina historia y modernidad. ¿Cómo ha sido el proceso de integrar la herencia del Hotel Formentor original con las nuevas propuestas del Four Seasons?

Hay algo muy especial en la historia del Hotel Formentor que se percibe de inmediato, incluso por quienes nunca lo conocieron antes. No hay mejor manera de transmitir a nuestros huéspedes el valor histórico de este lugar que simplemente permitiéndoles sentirlo. Los empleados lo viven con orgullo y pasión, y todos se sienten parte de esta historia viva que ahora continúa escribiéndose con un nuevo capítulo.

Desde el inicio, no solo quisimos recuperar la herencia del hotel, sino integrarla plenamente en la cultura de nuestro equipo. Organizamos nuestros Talent Days en varios pueblos de la isla con la intención de atraer talento local, y a lo largo del proceso de formación incorporamos testimonios de personas de la comunidad que compartieron sus vivencias en el antiguo Formentor. Fue una manera muy potente de conectar emocionalmente al equipo con el legado del hotel y seguiremos haciéndolo a futuro.

“Liderar y representar a Four Seasons en la isla ha sido una experiencia sumamente gratificante”

Personalmente creo que esa herencia se inculcó desde el primer día en cada uno. No se trata de reescribir la historia, sino de continuarla con respeto, emoción y visión de futuro. Y es precisamente eso lo que hace tan especial este nuevo capítulo del Four Seasons en Formentor.

Se habla mucho de las nuevas experiencias que ofrece el hotel, desde el spa hasta la White Lotus Cabana. ¿Cuál cree usted que será la experiencia estrella de esta temporada?

En el Four Seasons Resort Mallorca at Formentor, cada experiencia está pensada para que nuestros huéspedes disfruten de la isla de una manera especial. Desde paseos tranquilos entre pinares centenarios hasta catas en nuestro viñedo con variedades locales como manto negro y prensal, ofrecemos momentos únicos en contacto con la naturaleza.

Nuestro spa es un lugar ideal para relajarse, con tratamientos que utilizan ingredientes naturales de la zona.

NO SE TRATA DE REESCRIBIR LA HISTORIA, SINO DE CONTINUARLA

Contamos también con nuestro Water Shuttle en donde los huéspedes pueden transportarse fácilmente durante horarios específicos desde el hotel Formentor hacia Puerto Pollensa y de vuelta para así lograr disfrutar de la gastronomía local y conocer un poco el entorno donde esta situado nuestro hotel.

En cuanto a la gastronomía, contamos con varias opciones que reflejan la riqueza culinaria de Mallorca. Y para quienes buscan sabores diferentes, este año hemos inaugurado Shi-ma, nuestro restaurante Nikkei, que combina la cocina japonesa y peruana en un entorno elegante con vistas al mar.

En resumen, más que una sola experiencia, creemos que lo más destacado de esta temporada es la posibilidad de disfrutar de Mallorca en su máxima expresión, con el servicio y la calidez que caracterizan a Four Seasons.

En términos de sostenibilidad, ¿cuáles han sido los principales retos y logros a la hora de adaptar el resort a los estándares de Four Seasons en este ámbito?

El principal reto ha sido transformar este emblemático hotel respetando su identidad y, al mismo tiempo, cumpliendo con los estándares medioambientales más exigentes de Four Seasons. Desde el inicio, nos marcamos el objetivo de obtener la certificación LEED, que reconoce el diseño y operación sostenible de todo el resort.

A nivel técnico, hemos integrado un sistema BMS (Building Management System) que controla y optimiza el uso energético, hídrico y climático en tiempo real, permitiéndonos una gestión mucho más eficiente. En cuanto al exterior, el paisajismo sostenible ha sido clave: priorizamos especies autóct-



MÁS DE 35 AÑOS LÍDERES EN EL SECTOR TEXTIL, DESDE BALEARES AL RESTO DEL MUNDO

- Sábanas
- Plaid
- Colchas
- Nórdicos
- Toallas
- Albornoces
- Alfombrines
- Faldones
- Fundas de almohadas
- Fundas nórdicas
- Protectores de colchón
- Confección de cortinas

Y muchos más productos en nuestra web

GRUPOTOLEDO.COM



^ Foto: Four Seasons Resort Mallorca, Formentor

“Nuestro valor diferencial es ofrecer un lujo sereno”

tonas y nos enfocamos en la reducción de consumo de agua. Hemos invertido también en reducir el desperdicio alimentario por medio de la reconocida tecnología Winnow que facilita la recopilación de datos, e identifica el desperdicio que ayuda a impulsar una mejor toma de decisiones.

El equilibrio entre innovación, sostenibilidad y respeto al entorno ha sido el eje de todo el proyecto. Hoy podemos decir que el resort no solo ofrece lujo, sino también un modelo de hospitalidad responsable.

La reapertura incluye una fuerte apuesta por el bienestar y la conexión con la naturaleza. ¿Cree que esta tendencia ha llegado para quedarse en la hotelería de lujo?

Sí, definitivamente. Hoy en día, los viajeros de lujo buscan algo más que comodidad; desean experiencias que les ayu-

den a desconectar del estrés diario y reconectar consigo mismos y con la naturaleza. En Formentor, hemos creado un entorno donde el bienestar es protagonista: desde nuestro spa rodeado de jardines mediterráneos hasta actividades al aire libre como yoga, senderismo o paseos por la playa. Todo está pensado para que nuestros huéspedes se sientan renovados y en armonía con el entorno. Creemos que este enfoque no solo es una tendencia, sino una nueva forma de entender el lujo, más consciente y conectada con lo esencial.

Más allá de la temporada 2025, ¿qué planes o sueños tiene para el futuro del resort y su consolidación como referente en el Mediterráneo?

Más allá de la temporada 2025, nuestro sueño es que Four Seasons Mallorca se consolide como un verdadero referente en el Mediterráneo. Estamos comprometidos en seguir innovando y en crear nuevas experiencias que combinen el bienestar, la cultura y la belleza natural de Mallorca. Queremos profundizar nuestra conexión con la comunidad local, promoviendo la gastronomía autóctona, las actividades al aire libre y el compromiso con la sostenibilidad, sin dejar de ofrecer el servicio y la atención que nos distinguen.

“HOY EN DÍA, LOS VIAJEROS DE LUJO BUSCAN ALGO MÁS QUE COMODIDAD”

Además, seguimos explorando ideas como la ampliación de nuestros espacios de relajación, el desarrollo de programas personalizados y nuevas colaboraciones que enriquezcan la estancia de nuestros huéspedes. Así, cada visita se transformará en una experiencia única que refleje el auténtico espíritu mediterráneo, haciendo de nuestro resort mucho más que un destino de lujo, sino un lugar donde cada detalle cuenta y deja huella.



^ Foto: Four Seasons Resort Mallorca, Formentor



durgalim

La solución del lavado rentable

Un buen producto para su lavadora

heleo
Grupo

Primera firma nacional en detergentes de lavandería industrial

info@grupohelio.com
www.grupohelio.com

Plza. José Moreno Villa, 2, 1º C- 28008-Madrid
Tel. (+34) 91 447 20 56 - Fax: (+34) 91 594 53 22

REPORTAJE

BUFFET Y PRODUCTOS DE DESAYUNO

MARCANDO LA EXPERIENCIA DEL USUARIO

Pocas cosas dicen más de un hotel que su desayuno buffet. No es solo el primer bocado del día, sino también la primera impresión real que se lleva el huésped. ¿Hay café decente? ¿Zumos recién exprimidos? ¿Tostadas crujientes? Detrás de ese momento hay mucho más de lo que parece: tecnología, diseño, estrategia y un objetivo claro... sorprender, cuidar y hacer que el cliente quiera volver.

> Foto: APS





“EL DESAYUNO REPRESENTA UNA PROMESA DE CALIDAD”

Cada mañana en un hotel comienza con una promesa: la de ofrecer al huésped una experiencia que combine confort, atención y sabor. Y esa promesa, en muchos casos, se materializa en el desayuno buffet. Más allá de ser una simple comida, este momento del día representa uno de los primeros contactos tangibles entre el establecimiento y su cliente, un punto de encuentro donde se condensan expectativas, percepciones y emociones. El desayuno buffet es, por tanto, mucho más que una tradición hotelera: es una herramienta estratégica que refleja la identidad del hotel, su nivel de servicio y su capacidad para sorprender.

Además, en un entorno donde la personalización, la sostenibilidad y la diferenciación marcan la pauta, este formato se mantiene como un elemento clave para cautivar, fidelizar y generar valor añadido. Pero ¿qué factores explican su vigencia y por qué sigue siendo tan determinante en la experiencia global del huésped?

“En la mayoría de los hoteles, se incluye el desayuno en los hoteles, y el servicio gastronómico del hotel marca la calidad

del mismo. En este caso, el desayuno forma parte muy importante de la valoración de la experiencia del cliente y por tanto de la valoración final del establecimiento”, analiza Juan Jose Carro Martínez, director comercial cuentas nacionales de Templo Café.

A lo que Sasha Krneta, responsable UDC de illycaffè, añade que el desayuno buffet sigue siendo un momento fundamental en la experiencia del huésped porque es, en muchos casos, su primer contacto real con la propuesta gastronómica del hotel. “Más allá de una comida, representa una promesa de calidad, cuidado y hospitalidad”. “El desayuno buffet sigue siendo clave porque ofrece una experiencia variada y personalizada, adaptada a los gustos y necesidades de cada huésped. Este formato es especialmente valorado por los viajeros que buscan opciones rápidas, saludables y frescas”, añade Joyce Lam, COO y dirección de marketing de la empresa Mizumo.

Conceptos que comparte la Marketing Director de MYCHEF, Roser Gestí, quien asegura que el desayuno buffet representa

✓ Foto: Rational



✓ Foto: Mizumo





AURORA

EL AROMA DE LA MAÑANA

Saeco Professional presenta Aurora, la nueva máquina superautomática del grano a taza.

Compacta y elegante, se adapta perfectamente a la oficina o al b&b. Aurora ha nacido para satisfacer las necesidades de quienes buscan alta calidad y simplicidad.

Es plug & play y, gracias a su innovadora tecnología y precisión, asegura resultados impecables garantizando una experiencia de sabor única y constante en cada taza.

Confía en Aurora para disfrutar de un café con el sabor de casa, dondequiera que estés.





^ Foto: APS

mucho más que una comida: es la primera impresión del día y, muchas veces, el último recuerdo tangible que se lleva el huésped. “Es un momento en el que el cliente valora la hospitalidad, la variedad y el cuidado en los detalles. Un buffet bien planteado transmite atención, calidad y una identidad clara del establecimiento”.

Igualmente, desde RATIONAL, Julián Pizzi, su National Corporate Chef, añade que el desayuno buffet ofrece una percepción de abundancia y libertad de elección. Un desayuno variado puede adaptarse a diferentes gustos, dietas y culturas, lo que mejora la satisfacción general del huésped. Esto se traduce en mejores reseñas, mayor fidelización y recomendaciones. “Aunque el desayuno pueda estar incluido en la tarifa, su calidad puede influir en la percepción global del hotel, incentivando el consumo de otros servicios”.

Por último, desde illycaffè entienden este instante como una oportunidad para elevar la experiencia desde el primer café del día: “ofrecer un espresso perfectamente preparado o una variedad de cafés de especialidad en un entorno de buffet añade un componente emocional y diferencial que el cliente valora cada vez más”. A lo que desde Mizumo añaden que exprimidores de zumo de naranja, el pelador de piñas eléctrico y el tostador profesional mejoran significativamente la expe-

riencia. “Los exprimidores permiten ofrecer jugos frescos al momento, muy demandados por quienes buscan opciones saludables. El pelador de piñas facilita la preparación de fruta fresca y el tostador asegura tostadas crujientes, mejorando la calidad y rapidez del servicio”. En su opinión, estos equipos no solo elevan la calidad del buffet, sino que optimizan la eficiencia del servicio, garantizando una experiencia de desayuno ágil y satisfactoria para los huéspedes.

Tendencias y expectativas

El desayuno buffet, lejos de estancarse en fórmulas tradicionales, ha evolucionado al ritmo de los nuevos hábitos de

“La maquinaria juega un papel fundamental en el equilibrio entre eficiencia operativa y experiencia del cliente”

NUEVO

Bonduelle®
Food Service



— NO MÁS LÍMITES —
A TU IMAGINACIÓN

¡PONLE ROCK&ROLL A TUS PLATOS!



FÁCIL APERTURA
Y SIN DESPERDICIO



DESCUBRE LA NUEVA GAMA
TECNOLOGÍA AMBIENTE
DE CEREALES Y LEGUMBRES EN DOYPACK

✓ AHORRO DE COSTES
Y ALMACENAMIENTO

✓ PRÁCTICO, ÚNICO
E INNOVADOR

✓ MODERNO
Y DE TENDENCIA

✓ SEGURIDAD
Y CALIDAD



consumo, las demandas del viajero contemporáneo y las exigencias del propio sector hotelero. Hoy, más que nunca, este espacio refleja las grandes transformaciones de la industria: desde la apuesta por una alimentación más saludable hasta la incorporación de tecnologías que optimizan la experiencia del comensal. Las preferencias de los huéspedes, cada vez más diversas y conscientes, han llevado a los hoteles a replantear tanto la oferta gastronómica como la presentación y el servicio.

En este sentido, “hoy en día se busca un equilibrio entre funcionalidad y experiencia. Ganan protagonismo las propuestas saludables, las estaciones de cocina en vivo y la personalización. Además, los hoteles tienden a diseñar buffets más dinámicos y sostenibles, apoyados en equipos que aporten eficiencia y agilidad al servicio”, explica Roser Gestí.

Por otro lado, Sasha Krneta destaca que una de las tendencias más claras es la búsqueda de experiencias más perso-

nalizadas y sensoriales, donde la calidad prime sobre la cantidad. “Hay un claro enfoque hacia productos artesanales, frescos y de origen responsable, así como la incorporación de estaciones de café premium que permiten al huésped elegir entre distintos tipos de preparación”.

Mientras tanto, Julián Pizzi, añade que las principales tendencias siguen siendo la cocina a la vista y la tematización. “Elementos como la fruta, panadería, pastelería..., pueden llegar a tematizarse, culminando en un bufé mucho más variado y explorando opciones como la de destinar una temática temporal al buffet (fruta exótica, panadería francesa...)”.

Además, añade que los equipos de cocción mediante los que se prepara un buffet comienzan a emitir mucho menos calor gracias a su aislamiento, permitiendo estar mucho más cerca del cliente y por lo tanto favorecer las elaboraciones en directo con una puesta en escena espectacular, tendencia que seguirá en auge.

“TRANSMITE ATENCIÓN, CALIDAD Y UNA IDENTIDAD CLARA DEL ESTABLECIMIENTO”





*Chef Germán Carrizo,
Estrella Michelin*

INGREDIENTES SABROSOS Y SALUDABLES PARA BUFÉ



EL ACOMPAÑAMIENTO PERFECTO PARA EL MOMENTO
DEL APERITIVO Y DESAYUNOS



EL TOQUE QUE REALIZA CUALQUIER RECETA

**FRUTOS SECOS, FRUTAS
DESECADAS Y
CHOCOLATEADOS**

**ESPECIALISTAS
EN CADENAS
HOTELERAS**

Itac Professional lo forma un equipo de personas que trabaja no solo para ofrecerte el mejor producto, sino también el mejor servicio.

Tu partner de negocio con el que no tendrás que preocuparte por nada.

- Expertos en el producto y en el sector de la hotelería.
- Gama para cocina, barra de bar y desayuno.
- Máximo estándares de calidad y de seguridad alimentaria.
- Selección de productos libres de alérgenos
- Servicio garantizado durante toda la temporada.

Itac Professional,
la marca B2B de Importaco
info@importaco-itac.com
www.itac-profesional.com



Conoce nuestra gama completa escaneando el código QR





Asimismo, Joyce Lam considera que las tendencias actuales en los buffets de desayuno hoteleros se centran en ofrecer opciones saludables, frescas y personalizables. Los huéspedes buscan productos naturales, y los zumos recién exprimidos se han vuelto muy populares. Además, destaca que “los buffets incorporan más opciones prácticas como frutas cortadas, y el pelador de piñas eléctrico es clave para ofrecer piña fresca de manera rápida y eficiente. En resumen, la demanda por opciones saludables, frescas y rápidas sigue creciendo, y nuestros equipos ayudan a los hoteles a satisfacer estas necesidades mientras optimizan el servicio”.

Por otro lado, Juan Jose Carro Martínez observa que, en la familia del café, cada vez más, el cliente quiere un autoserivicio y cafés de calidad. Por ello, el servicio en máquinas dispensing de café soluble y café líquido, están evolucionando a un servicio en máquinas de café grano. “La experiencia del cliente con las maquinas es cada vez más importante, y que puedan interactuar con ella mejora ostensiblemente la experiencia. Por ello se están implantando maquinas superautomáticas con una extracción alta de café”.

Así pues, en este contexto dinámico, resulta clave identificar las principales tendencias que están marcando el diseño y la gestión de los buffets de desayuno. Pero, además, debemos hacernos una pregunta esencial para poder entender esta evolución: ¿qué demanda hoy el cliente en cuanto a variedad, calidad y experiencia en el desayuno hotelero? Si conseguimos responder a esta pregunta conseguiremos trazar un mapa más claro de las expectativas actuales y las claves para, de esa manera, superarlas con éxito.

Así, por ejemplo, desde RATIONAL observan que el cliente hoy en día demanda mucho más ciertas dietas especiales: vegetarianas, veganas, sin gluten... además, la preferencia en la variedad de cocinas internacionales sigue en auge, valorando el poder elegir entre opciones locales y platos internacionales para que un buffet no se convierta en algo repetitivo. Asimismo, desde Mizumo corroboran que el huésped actual espera opciones variadas que cubran distintos estilos de alimentación, pero también exige coherencia y calidad en la propuesta. “Valora mucho que los productos se sirvan a la temperatura adecuada, que haya frescura en cada prepara-

“HOY EN DÍA SE BUSCA UN EQUILIBRIO ENTRE
FUNCIONALIDAD Y EXPERIENCIA”



^ Foto: illycaffè

ción y que la experiencia sea ágil, cuidada y agradable”. “Pero también exige coherencia y calidad en la propuesta. Valora mucho que los productos se sirvan a la temperatura adecuada, que haya frescura en cada preparación y que la experiencia sea ágil, cuidada y agradable”, añaden desde MYCHEF.

Por otro lado, Joyce Lam determina que la eficiencia también es importante, y equipos como el pelador de piñas eléctrico facilitan la preparación rápida de fruta fresca, mientras que los tostadores profesionales aseguran tostadas crujientes de forma constante. “Las estaciones de cocina en vivo y la personalización de ingredientes mejoran la experiencia del huésped. En resumen, los clientes exigen un desayuno variado, saludable y memorable, y nuestros equipos ayudan a satisfacer estas demandas con alta calidad y eficiencia”.

Del mismo modo, desde illycaffè opinan que el huésped actual no solo espera variedad, sino una oferta cuidada, coherente con el posicionamiento del hotel. “Prefiere menos opciones, pero mejor seleccionadas, con un hilo conductor que hable de calidad y autenticidad. También busca rituales: desde poder elegir entre un cappuccino, un cold brew o un espresso clásico, hasta encontrar alternativas vegetarianas u opciones regionales. La experiencia del café, en este contexto, se ha vuelto clave: no se perdona un mal café en un entorno que aspira a ser memorable”.

INTARCON

Nuevos desarrollos

CR-NPD



CV-NPD



**Compactos comerciales
R290**

DM-ND/SD



**Sistema Waterloop
R290**

CR-NN



CV-NN



**Compactos comerciales
R455A**

EH-NN



EF-NN



**Semicompactos
comerciales
R455A**



**Diseñados por y para
instaladores**



www.intarcon.com



^ Foto: Mizumo

UN BUEN DISEÑO TRANSMITE ORDEN, CONFORT Y PROFESIONALISMO

Está claro que lejos de ser un simple servicio añadido, el desayuno buffet se ha consolidado como un reflejo del alma del hotel: un espacio donde se materializa su filosofía, su atención al detalle y su capacidad para anticiparse a las expectativas del cliente.

Diseño del espacio

En un buffet de desayuno, la distribución del espacio no es solo una cuestión estética: es una herramienta clave para optimizar la eficiencia operativa y mejorar la experiencia del cliente. Un diseño bien planificado facilita el flujo de personas, reduce esperas, evita aglomeraciones y permite que el personal trabaje con mayor agilidad y discreción. Además, cuando el recorrido está estructurado de forma lógica se favorece la autonomía del huésped y se mejora su percepción del servicio.

En este aspecto, Sasha Krneta detalla que el diseño influye tanto en lo funcional como en lo emocional. Considera que un espacio bien resuelto permite fluidez en el servicio, reduce colas y facilita la elección del cliente. “Pero también comunica orden, cuidado por los detalles y una narrativa visual coherente. Incluir una zona de café bien definida, atractiva y accesible, con máquinas que permitan una preparación rápida y de calidad”. Igualmente opina Julián Pizzi quien asegura

iCombi Pro. iVario Pro.

Rapidez, capacidad y productividad para grandes cocinas.



Descúbrelos aquí.
rational-online.com



“LA PRESENTACIÓN COMUNICA TANTO COMO EL SABOR”

que el diseño del espacio buffet impacta directamente en la eficiencia del servicio y la experiencia del cliente. “Una distribución fluida evita aglomeraciones y mejora la circulación. Las estaciones bien organizadas facilitan el autoservicio y el trabajo del personal. La estética, iluminación y presentación influyen en la percepción de calidad. En conjunto, un buen diseño transmite orden, confort y profesionalismo”.

Así pues, Roser Gestí determina que el diseño del buffet influye directamente tanto en la experiencia del huésped como en el trabajo del equipo de cocina y sala. Un espacio bien distribuido facilita el flujo de personas, reduce tiempos de espera

y mejora la percepción de orden y limpieza. Además, “cuando se integra una visión ergonómica en la disposición del equipamiento (pensando en la comodidad y accesibilidad del personal durante el servicio) se gana en eficiencia operativa y se minimizan movimientos innecesarios lo que repercute en un mejor servicio general”.

Pero aparte de la importancia que tiene en la imagen el tener bien organizado el espacio, también comienza a cobrar fuerza otro elemento fundamental: la presentación. El diseño del espacio no solo debe ser eficiente, también debe seducir. La disposición, la iluminación, los colores, el menaje y la forma en que se muestran los alimentos construyen una experiencia visual que influye directamente en la percepción de calidad y valor por parte del cliente. En un entorno donde la experiencia se comunica visualmente, la estética del buffet se convierte en una extensión del posicionamiento del hotel y en una herramienta emocional tan poderosa como el propio producto. ¿Qué papel juega entonces la presentación visual en la percepción del desayuno buffet?

“Un papel clave. La presentación comunica tanto como el sabor. Un plato bien dispuesto, con colores y texturas atractivas, y servido a la temperatura justa, eleva automáticamente la percepción de calidad. Lo mismo ocurre con los equipos: un horno de cocción acelerada o una vitrina bien integrados en el diseño del espacio también suman valor”, responde la Marketing Director de Mychef.

Con esta idea, el National Corporate Chef de RATIONAL también explica que la presentación visual y la estética del buffet influyen directamente en la percepción de valor del huésped.

✓ Foto: Mychef



“Eso con un café lo arreglamos”

Porque **Mocay** proporciona la experiencia, el servicio y el conocimiento necesarios para atender las necesidades de tu negocio. Y así ofrecerte...

Un café para solucionar las cosas.

Mocay
Maestros del café.

FORMACIÓN · ASESORAMIENTO · ASISTENCIA TÉCNICA · EQUIPAMIENTO

EL DESAYUNO BUFFET SE HA CONSOLIDADO COMO UN REFLEJO DEL ALMA DEL HOTEL

Una disposición cuidada y atractiva transmite calidad, frescura y atención al detalle. “Colores, texturas y simetría estimulan el apetito y mejoran la experiencia sensorial. La estética también refuerza la identidad del hotel y genera momentos ‘compartibles’ en redes sociales. En conjunto, eleva la percepción del desayuno como una experiencia más ‘premium’”. También para Sasha Krneta la estética es clave. “Una buena presentación no solo hace más atractiva la oferta, sino que transmite orden, cuidado y coherencia con el estilo del hotel. El café, en este contexto, debe estar igual de cuidado que el resto: desde el diseño de las tazas y el rincón de servicio, hasta el aspecto de la máquina”. Por otro lado, Joyce Lam añade que equipos como “los exprimidores automáticos con autoservicio y los peladores de piñas eléctricos no solo ofrecen productos frescos, sino que también añaden valor visual al buffet. El exprimidor permite servir zumo fresco de forma eficiente, mientras que el pelador muestra piña fresca de manera atractiva. Los tostadores automáticos también mejoran la estética, manteniendo los productos bien presentados y agregando un toque moderno y funcional”.

Equipamiento esencial

Más allá del diseño del espacio y de la propuesta gastronómica, hay un tercer pilar que sostiene la excelencia de un desayuno buffet: la maquinaria. La tecnología aplicada a estos entornos ha avanzado notablemente en los últimos años, aportando soluciones que no solo mejoran la eficiencia operativa, sino que también elevan la percepción del cliente. La temperatura adecuada, la frescura visible, la rapidez de reposición o la interacción personalizada dependen, en gran medida, del equipamiento que respalda cada estación. En este aspecto desde Mizumo aseguran que hoy en día, la maquinaria juega un papel crucial en la agilidad, seguridad y atractivo del desayuno buffet. La automatización de varios procesos es esencial para garantizar la eficiencia operativa, la calidad del servicio y la satisfacción del cliente.

Concepto que comparten desde Mychef, que aseguran que la maquinaria juega un papel fundamental en el equilibrio entre eficiencia operativa y experiencia del cliente. “Equipos como vitrinas refrigeradas o dispensadores automáticos ayudan a mantener la frescura y la presentación, pero cada vez ganan



Foto: Rational

IBERITAL

REFERENT

4 colores disponibles

Pantalla LCD

Lanza de vapor
de tacto frío

EL NUEVO SIGNIFICADO DE TRADICION

NUEVA
COLECCIÓN
2025

iberital.com



@iberital_official



@IberitalOfficial



@Iberital



@Iberital



@Iberitalcoffee



@iberital



más protagonismo las soluciones que aportan velocidad y flexibilidad al servicio”. En este sentido, también destaca los hornos de cocción acelerada que se han convertido en un recurso clave: permiten preparar o regenerar productos en tiempo récord, con un acabado de alta calidad y sin necesidad de grandes despliegues previos, lo que facilita una respuesta ágil incluso en picos de demanda.

Por otro lado, añade que las envasadoras continúan siendo esenciales en la preparación previa del servicio. Su uso permite hacer porciones de forma segura, mantener la higiene en productos sensibles y reducir el desperdicio. Además, “ayudan a organizar mejor el trabajo interno del equipo, lo que se traduce en un servicio más ordenado y eficaz de cara al cliente”.

Mientras tanto, desde Mizumo consideran como uno de los equipos clave los exprimidores de zumo de naranja automáticos, especialmente aquellos con autoservicio, que permiten ofrecer jugos frescos y naturales de manera rápida y sin intervención manual. En su opinión, “este tipo de exprimidores proporciona a los huéspedes la libertad de servirse directamente, lo que mejora la experiencia de autoservicio y reduce las esperas. Además, al no requerir personal para exprimir el zumo, los hoteles pueden optimizar sus costos operativos mientras siguen ofreciendo una opción de alta calidad”.

Asimismo, y como se ha nombrado anteriormente, también destaca las vitrinas refrigeradas son igualmente esenciales para mantener la frescura de productos como frutas frescas, yogur o panes. “Las vitrinas bien ubicadas permiten una presentación atractiva y accesible para los huéspedes, al mismo tiempo que garantizan que los productos se mantengan a la temperatura adecuada, mejorando la seguridad alimentaria”.

“El pelador de piñas eléctrico, aunque típicamente ubicado en la cocina, es otro equipo clave que contribuye a la agilidad



Foto: APS

del buffet. Permite ofrecer piña fresca y cortada de manera rápida y eficiente, reduciendo tiempos de preparación y asegurando que el buffet siempre esté surtido con fruta fresca de alta calidad”, continúa destacando Joyce Lam.

Y, añade también a los tostadores profesionales automáticos, a los que considera esenciales para garantizar que las tostadas se sirvan de manera constante y con la misma calidad, reduciendo la necesidad de intervención constante por parte del personal y mejorando la experiencia del huésped al ofrecer un servicio ágil y sin demoras.

Por otro lado, desde illycaffè añaden que los equipos que simplifican la operativa y mejoran la experiencia del cliente son esenciales. “Las cafeteras automáticas de alto rendimiento, por ejemplo, permiten servir café espresso, lungo o cappuccino con calidad constante y sin errores”.

También están ganando protagonismo los dispensadores inteligentes, tanto de cereales como de líquidos (zumos, leche, agua), que permiten una dosificación precisa, reducen el desperdicio y aportan un toque de modernidad y limpieza al conjunto. En este mismo sentido, las estaciones calientes con control térmico garantizan que huevos, salchichas, tortitas u otras opciones cocinadas se mantengan en condiciones óptimas durante todo el servicio, sin perder textura ni sabor.

“Estos equipos no solo optimizan la eficiencia y la seguridad, sino que también mejoran la experiencia del cliente, ofreciendo productos frescos y de calidad de manera rápida y conveniente”, determina Joyce Lam.

Ahora bien, contar con la maquinaria adecuada no solo implica elegir el tipo correcto de equipo, sino también evaluar una serie de características clave que pueden marcar la diferencia en la operativa diaria. Desde la perspectiva del hotelero, la elección de estos elementos responde tanto a criterios funcionales como estratégicos: se busca tecnología que op-

WE MADE IT BEST

Blocksystem:
ecology, smartness, technology



REFRIGERANTE
NATURAL
TEWI
-44%



AHORRO*
ENERGÉTICO
-21%



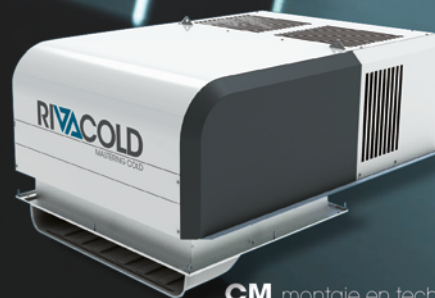
ELECTRÓNICA
RIV-OLUTION



CONTROL REMOTO
VIA APP



VS instalación en pared



CM montaje en techo

Nuevos equipos compactos R290 para cámaras frigoríficas

Nueva estructura, nuevo circuito termodinámico,
testado en el VAG Refrigeration Laboratory,
y renovada **electrónica de última generación**
con función Smart Defrost.
En una palabra: **BEST**

*Referido a nuestra gama anterior de R290. El ahorro frente a los equipos con HFC llega al 40%

RIVACOLD
MASTERING COLD

BC SYSTEMS®
THINKING FUTURE

C/ Juli Galve Brusson, 9-11 | 08918 Badalona, Barcelona, Spain
Tel. +34 934 694 099 | +34 628 850 424
info@e-bcsystems.com | www.e-bcsystems.com

Salud, dietas especiales y personalización

En los últimos años, los hábitos de consumo han evolucionado significativamente, especialmente en lo que respecta a la alimentación. Los desayunos, como primera comida del día, no han quedado al margen de esta transformación. Cada vez más, los productos de proximidad, ecológicos y artesanales ganan protagonismo en la oferta matutina, reflejando una creciente conciencia por la sostenibilidad, la calidad y la autenticidad. Este cambio responde tanto a las demandas de los consumidores como a la apuesta de muchos establecimientos por una propuesta más saludable y responsable.

En los últimos años, el perfil del huésped ha evolucionado notablemente, reflejando una creciente preocupación por la salud, el bienestar y la diversidad alimentaria. La demanda de opciones saludables, veganas, sin alérgenos o adaptadas a diferentes necesidades dietéticas ya no es una tendencia minoritaria, sino un requisito casi indispensable para muchos viajeros. Este cambio obliga a los buffets de desayuno a reinventarse, no solo en la variedad de productos, sino también en la forma de presentar y garantizar la seguridad de estas alternativas. En este sentido, Joyce Lam, COO y dirección de marketing de la empresa Mizumo, especifica que la demanda de opciones saludables, veganas y libres de alérgenos sigue creciendo. Los clientes buscan cada vez más productos que se adapten a sus necesidades dietéticas. “Esto ha llevado a los buffets de desayuno a ofrecer más opciones frescas y naturales, sin ingredientes que causen reacciones alérgicas”.

De este modo, Julián Pizzi, National Corporate Chef de RATIONAL, añade que esta demanda está cada vez más en auge y la tecnología permite dar respuesta: con o sin carne, sin lactosa o sin gluten, todos los platos ofrecidos deben tener algo en común: además de las máximas exigencias de calidad y sabor, deben estar listos rápidamente.

Está claro que la demanda de opciones saludables, veganas y sin alérgenos está creciendo de forma notable y los buffets deben adaptarse con propuestas claras, seguras y apetecibles. “La clave está en ofrecer alternativas bien etiquetadas, integradas con naturalidad en la oferta general y con un nivel de calidad que no genere una experiencia de ‘segunda opción’”, determina Sasha Krneta, Responsable UDC de illycaffè.

Se trata de una demanda que ha crecido de forma significativa en los últimos años, y ya no se limita a un nicho: “forma

parte de la expectativa general de muchos huéspedes. Los buffets se están adaptando con propuestas más segmentadas, etiquetado claro de ingredientes y elaboraciones específicas que respondan a estas necesidades sin comprometer el sabor ni la calidad”, especifica Roser Gestí, Marketing Director, Mychef. Además, continúa explicando que, para establecimientos como hoteles, esto implica un mayor control en la preparación y regeneración de los alimentos. En este contexto, “disponer de equipamiento que permita organizar el trabajo con seguridad y eficiencia, como envasadoras que facilitan la conservación de raciones individuales, ayuda a preservar la variedad, evitar contaminaciones y mantener un servicio ágil”.

Como vemos, la incorporación de opciones saludables y específicas para dietas especiales ha transformado el buffet en un espacio mucho más dinámico y personalizado. Esta evolución ha impulsado también la búsqueda de experiencias que vayan más allá del autoservicio tradicional, dando paso a propuestas más interactivas y a la posibilidad de que el huésped participe activamente en la creación de su desayuno. En este contexto, crece el interés por la cocina en vivo, la personalización de platos y otras fórmulas que convierten la comida en un momento único y memorable. En este punto, desde RATIONAL aseguran que la demanda por estaciones de cocina en vivo, personalización y experiencias interactivas está en aumento. “Los huéspedes valoran ver cómo se preparan sus alimentos, lo que genera confianza y entretenimiento. La personalización permite adaptar los platos a gustos y necesidades dietéticas específicas. Estas experiencias elevan la percepción de calidad y exclusividad del desayuno. Además, la integración de la tecnología mencionada anteriormente en los hoteles permite anticipar las preferencias y enriquecer la experiencia”.

Sin duda, el live cooking aporta un componente visual atractivo que enriquece la experiencia del huésped y refuerza la percepción de calidad. Además, “la posibilidad de personalizar los platos en el momento, mejora considerablemente el nivel de satisfacción del cliente. Permite adaptarse con facilidad a diferentes perfiles alimentarios, restricciones dietéticas o preferencias culturales, algo especialmente relevante en hoteles con una clientela internacional. Al preparar únicamente lo que cada comensal desea, también se contribuye a reducir el desperdicio alimentario de forma efectiva”, determina Roser Gestí.

EXHIBITION — CONFERENCES & WORKSHOPS — INNOVATION & TRENDS — AWARDS

interihotel

EUROPE'S LEADING
HOSPITALITY DESIGN EVENT



**THE POWER
OF ENCOUNTERS**

**FIRA BARCELONA
GRAN VIA**

**BCN25
OCT 21-23**

an initiative by

ambit
LIVING SPACES CLUSTER

register at interihotel.com





EL HUÉSPED PERCIBE ESTOS PRODUCTOS COMO UNA MUESTRA DEL COMPROMISO DEL HOTEL

timice recursos, reduzca consumos, facilite el mantenimiento y se adapte a los ritmos del servicio sin perder calidad.

En este sentido, desde Templo Café opinan que se buscan máquinas con una interacción con el cliente moderna, sencilla y diferenciadora. “A nivel operativo, buscan máquinas de fácil limpieza y, sobre todo, fiables. Que no generen problemas en los servicios”.

Por otro lado, desde Mychef añaden que, en la actualidad, la eficiencia energética es una prioridad ya que además de ser un pilar clave en la sostenibilidad, el control de los costes operativos se ha convertido en un factor determinante. “Para nosotros, en el diseño y fabricación de hornos, esto se traduce en el desarrollo de tecnologías patentadas que optimizan el consumo eléctrico e hídrico. Esta mejora no solo reduce el

impacto ambiental, sino que también repercute directamente en los costes operativos, lo que se traduce en un ahorro significativo para los hoteles”.

En paralelo, también destaca la facilidad de limpieza como otro aspecto esencial que los hoteleros buscan en sus equipos de cocina. En este sentido, destaca que sus hornos cuentan con sistemas de autolimpieza que simplifican enormemente este proceso, ahorrando tiempo y esfuerzo al personal. La limpieza eficiente también contribuye a una mayor durabilidad del equipo, lo que a su vez mejora la rentabilidad a largo plazo.

Por último, destaca la conectividad como un factor creciente, “está más vinculada a la optimización de la gestión operativa. Los hornos con tecnología cloud, permiten obtener datos

Textilhogar

HOME TEXTILES PREMIUM

29 Sept.
» 2 Oct.

2025

València - Spain

Salón Internacional de Textiles
para el Hogar y la Decoración.

*International Home Textile and
Decoration Show.*



textilhogar.com

Coincidiendo con
Coinciding with

**FeriaHábitat
València**



ATEVAL





^ Foto: Rational

LA CLAVE ESTÁ EN OFRECER ALTERNATIVAS BIEN ETIQUETADAS

muy útiles para una gestión más eficiente y centralizada. Estos softwares permiten monitorizar el uso, automatizar procesos, actualizar recetas de forma remota o incluso anticipar necesidades de mantenimiento”, determina.

En definitiva, los hoteleros “buscan equipos que combinen eficiencia energética, bajo mantenimiento y diseño funcional. La facilidad de limpieza y la resistencia al uso intensivo son imprescindibles”, concluyen desde illycaffè.

Atraer a los usuarios sin perder rentabilidad

En un contexto donde los costes operativos aumentan y las expectativas de los clientes se mantienen altas, los hoteles se enfrentan al reto de ofrecer buffets atractivos y variados sin poner en riesgo su rentabilidad. Para lograrlo, están adoptando estrategias cada vez más creativas y eficientes que equilibran la calidad de la experiencia con una gestión inteligente de los recursos. Desde el control del desperdicio alimentario hasta la optimización de la oferta gastronómica, la innovación se ha convertido en una aliada clave del sector.

En este sentido, desde RATIONAL consideran que los hoteles cada vez apuestan más por la configuración de una cocina inteligente, que les permita producir un servicio eficiente y, sobre todo, delicioso. Por ello, destaca que “la inversión en equipos de cocción inteligentes se amortiza a largo plazo, ya que las cocciones salen perfectas, la medición de datos permite tomar decisiones de forma más rápida y el consumo es mucho más reducido”.

Por otro lado, desde illycaffè añaden que la clave está en optimizar: ofrecer menos cantidad, pero mayor calidad. “Seleccionar productos con rotación, utilizar equipamiento que minimice el desperdicio y, sobre todo, integrar propuestas de alto valor percibido sin que necesariamente impliquen un sobrecoste operativo”.

Por último, desde Mychef destacan que la clave está en optimizar procesos sin renunciar a la calidad percibida. Muchos hoteles están apostando por ofrecer variedad, priorizando productos versátiles. En este contexto, “tecnologías como los hornos de cocción acelerada se están convirtiendo en

“LA CONECTIVIDAD PERMITE ANTICIPARSE AL MANTENIMIENTO, CONTROLAR CONSUMOS Y ASEGURAR UN SERVICIO CONSTANTE”

grandes aliados: permiten preparar o regenerar alimentos en pocos minutos y con resultados consistentes adaptándose perfectamente a la demanda. Este tipo de soluciones no solo mejoran la operativa, sino que ayudan a los hoteles a posicionarse con una oferta de desayuno alineada con las expectativas actuales del cliente”.

En definitiva, la clave para los hoteles está en encontrar el equilibrio entre eficiencia operativa y excelencia gastronómica. La incorporación de tecnología inteligente, la selección estratégica de productos y la optimización de procesos permiten no solo reducir costes y desperdicios, sino también elevar la experiencia del cliente. Así, el buffet del hotel deja

de ser un simple servicio alimentario para convertirse en un valor diferencial que refuerza la propuesta del establecimiento en un mercado cada vez más exigente.

Tecnología e innovación

La digitalización también ha llegado con fuerza al área de desayunos. En un escenario donde se exige agilidad, precisión y control, los fabricantes están apostando por incorporar funciones inteligentes y conectividad en sus equipos para facilitar la gestión operativa. Estas soluciones permiten, entre otras cosas, monitorizar consumos, controlar parámetros en tiempo real, programar mantenimientos o detectar inciden-



The advertisement features a high-quality photograph of a Victorinox Swiss Classic serrated knife with a vibrant red handle and a silver blade. The blade has the Victorinox logo and the brand name 'VICTORINOX' engraved on it. In the background, two fresh red tomatoes are shown, one whole and one sliced, with water droplets splashing around them, suggesting freshness and culinary use. The Victorinox logo, a red shield with a white cross, is positioned in the upper right corner above the brand name 'VICTORINOX'. The text 'SWISS CLASSIC' is printed in a bold, sans-serif font in the lower right corner. At the bottom, a red banner contains the text 'MAKERS OF THE ORIGINAL SWISS ARMY KNIFE | VICTORINOX.COM' on the left and 'COMERCIAL MUELA S.A. • T. 926 477 680 • comercial@mmuela.com' on the right. A small portion of another red-handled knife is visible in the bottom left corner.

VICTORINOX

SWISS CLASSIC

MAKERS OF THE ORIGINAL SWISS ARMY KNIFE | VICTORINOX.COM

COMERCIAL MUELA S.A. • T. 926 477 680 • comercial@mmuela.com

Productos de proximidad, ecológicos o artesanales, su papel en el buffet

En un contexto donde la sostenibilidad y la autenticidad cobran cada vez más relevancia para los consumidores, los productos de proximidad, ecológicos y artesanales han ganado protagonismo en la oferta de desayuno hotelera. Estas opciones no solo responden a una demanda creciente de hábitos más conscientes, sino que también permiten a los establecimientos diferenciarse y conectar con el entorno local de una manera más genuina.

De esta manera, desde Mizumo confirma que los productos de proximidad, ecológicos y artesanales están cobrando mayor relevancia en los desayunos hoteleros, ya que los huéspedes buscan opciones frescas y sostenibles. Estos productos mejoran la calidad del desayuno y responden a la demanda de opciones más saludables.

Asimismo, desde RATIONAL aseguran que los huéspedes valoran desayunos hoteleros con productos de proximidad, ecológicos y artesanales por su autenticidad, sabor y sostenibilidad. “Estos ingredientes refuerzan la identidad

local del hotel y mejoran la percepción de calidad. Además, permiten ofrecer opciones saludables y adaptadas a distintas dietas. La trazabilidad y las historias detrás de los productos enriquecen la experiencia del cliente. En conjunto, estos elementos logran convertir el desayuno en un momento especial de conexión emocional y diferenciación competitiva”.

“El huésped percibe estos productos como una muestra del compromiso del hotel con el entorno y con su autenticidad. Incorporarlos al buffet es también una forma de diferenciarse, y en muchos casos exige un tratamiento más cuidadoso en conservación, lo que plantea nuevos retos técnicos”, añaden desde Mychef.

En resumen, “son percibidos como sinónimo de autenticidad, frescura y compromiso con el entorno. Cuando el huésped percibe que cada elemento del desayuno está seleccionado con criterio y responsabilidad, la percepción de valor se multiplica”, determinan desde illycaffè.



cias antes de que afecten al servicio. Ya no se trata solo de cocinar o mantener productos en condiciones óptimas, sino de hacerlo con mayor inteligencia y eficiencia.

Sin duda, “la digitalización ha transformado la cocina profesional. Hoy en día, los equipos cuentan con funciones inteligentes que permiten controlar tiempos, temperaturas y programas de cocción con alta precisión, garantizando resultados de máxima calidad”, determina Roser Gestí.

Además, añade que la conectividad cloud juega un papel crucial en la optimización del mantenimiento de los equipos. “Gracias a estos sistemas, es posible monitorizar el estado en tiempo real, planificar mantenimientos preventivos e incluso actualizar el software de forma remota. Esto reduce significativamente el riesgo de averías imprevistas, alargando la vida útil de los equipos y garantizando su funcionamiento continuo”. “La conectividad permite anticiparse al mantenimiento, controlar consumos y asegurar un servicio constante”, corrobora Sasha Krneta.

En este sentido, Julián Pizzi considera que formar parte de este entorno digital facilita mucho las gestiones diarias como la planificación de los menús y estandarización de las elaboraciones en todas las cocinas en el caso de los grupos hoteleros con muchas cocinas a gestionar.

Gracias a todos los beneficios que ofrece, en breve, “todas las maquinas estarán conectadas y se podrá consultar online los consumos, las averías e interactuar con ellas a distancia para el cambio de rectas”, determina Juan Jose Carro Martínez.

Está claro que la incorporación de funciones inteligentes y conectividad en el equipamiento del desayuno buffet no es una tendencia pasajera, sino un paso firme hacia una gestión más eficiente, sostenible y proactiva. Estos avances no solo permiten optimizar el uso y el mantenimiento de los equipos, sino que ofrecen a los hoteleros una herramienta de control valiosa para anticiparse a las necesidades del servicio, reducir incidencias y mejorar la experiencia del cliente. En un entorno donde cada detalle suma y donde la tecnología ya forma parte integral del discurso de calidad, apostar por maquinaria conectada es, más que una opción, una inversión estratégica de futuro.

Foto: APS



PROARQUITECTURA

Actualidad de arquitectura y materiales de construcción

- Análisis de proyectos de edificación
- Diálogo con arquitectos
- Reportajes de materiales de construcción

WWW.PROARQUITECTURA.ES



HOSTELPRO

Últimas tendencias del sector hotelero y restauración

- Estudio de proyectos hoteleros y de restauración
- Entrevistas a directores y responsables de compras
- Artículos en profundidad sobre equipamiento hotelero

WWW.REVISTAHOTELPRO.COM



PROTIENDAS

Innovación en electrodomésticos, imagen y sonido

- Inmersión en los principales Sectores (Gamas Blanca, Marrón y PAE)
- Entrevistas a Fabricantes y Distribuidores
- Reportajes sobre Distribución de Electrodomésticos

WWW.REVISTAPROTIENDAS.COM



PROSOSTENIBLE

Todo lo que necesitas saber relacionado con la sostenibilidad

- Análisis de interés sobre sectores que apuestan por ser sostenibles
- Entrevistas a profesionales implicados
- Tribunas de opinión de agentes sociales, económicos o políticos
- Artículos de empresa sobre proyectos y acciones

WWW.PROSOSTENIBLE.ES







REPORTAJE

SISTEMAS DE SEGURIDAD

TECNOLOGÍA QUE GENERA CONFIANZA

La seguridad hotelera ha evolucionado hacia un modelo más inteligente y conectado, impulsado por la digitalización y las nuevas demandas del cliente. Hoy, tecnologías como el control de accesos sin contacto, la videovigilancia con inteligencia artificial o las infraestructuras de red seguras no solo protegen, sino que optimizan la gestión, mejoran la experiencia del huésped y refuerzan la confianza en el servicio.



^ Foto: Jung

“HOY, SEGURIDAD E INNOVACIÓN VAN DE LA MANO EN LA EXPERIENCIA HOTELERA”

La gestión hotelera moderna enfrenta retos cada vez más complejos en materia de seguridad y eficiencia operativa. En este contexto, la tecnología de seguridad y los sistemas de gestión integral se han convertido en herramientas clave para el día a día de los hoteles. Ya no se trata solo de proteger a los huéspedes, sino de garantizar un funcionamiento fluido, anticiparse a incidentes y ofrecer un servicio de calidad en un entorno cada vez más digitalizado.

En este sentido, tras la pandemia y con el auge de la digitalización, la seguridad en hoteles ha pasado de ser un aspecto funcional a un elemento clave de confianza. “Los huéspedes ahora valoran más la protección tanto física como digital, exigiendo medidas de seguridad más estrictas que en periodo pre-pandemia. La tecnología se ha convertido en aliada para garantizar estancias seguras y para optimizar los recursos de los establecimientos. Además, la integración con sistemas digitales refuerza la trazabilidad y el control. Hoy, seguridad e innovación van de la mano en la experiencia hotelera”, define Ignacio López, director comercial de Perseo.

Así, por ejemplo, Iñigo Azcona, Hospitality Development Director en TP-Link España, explica que las llaves electrónicas para

el acceso a habitaciones y otras zonas como gimnasios o piscinas, son el principal referente, pero también lo es el acceso a internet de dispositivos con servicios en streaming a través de un portal cautivo. “La seguridad física se basa en CCTV que permiten que la estancia de los huéspedes sea más tranquila, generándoles mayor confianza en la cadena hotelera. Estos sistemas de videovigilancia no solo se basan en grabar lo que ocurre, sino que ya integran IA para adelantarse a posibles incidencias, reconocen personas, matrículas y mascotas”.

De este modo, desde Perseo comentan que hoy en día la tecnología es clave para la operativa diaria de los hoteles, especialmente en el control de accesos. Cada vez más hoteles buscan soluciones en este sentido, que permitan una gestión eficiente y personalizada, integrándose con el PMS y facilitando check-in ágiles sin necesidad de pasar por la recepción del hotel.

En relación a este tema, Iñigo Azcona explica que una infraestructura de red potente y segura no solo garantiza la protección, sino también conectividad, confort y confianza. “El huésped espera del hotel un acceso a internet estable por Wi-Fi y sentir que tanto sus dispositivos como sus datos están protegi-

dos". Además, desde Perseo aseguran que una infraestructura de red potente mejora cada punto de contacto del huésped: desde un check-in ágil hasta el acceso seguro a su habitación o el uso intuitivo de servicios. Transmite modernidad, confianza y eficiencia, elementos clave para una experiencia satisfactoria. Además, reduce incidencias y tiempos de espera, elevando la percepción de calidad. Esto se traduce en mejores valoraciones online y fidelización. En resumen, "la tecnología es un motor directo de reputación y competitividad hotelera".

Control de accesos y automatización

El perfil del huésped ha evolucionado al ritmo de la transformación digital, y con él sus expectativas sobre la experiencia en los hoteles. En este aspecto, "el cliente actual valora la tecnología que le permite una estancia más autónoma y segura como puede ser el check-in y check-out desde el móvil, accesos sin llaves físicas, pagos contactless, etc. Las soluciones que integran conectividad, videovigilancia y control de accesos inteligentes ya no son un lujo, sino una commodity", definen desde TP-Link. Además, desde Perseo añaden que hoy en día existe una demanda clara y creciente por parte de los clientes -tanto hoteleros como huéspedes- hacia hoteles más inteligentes y automatizados, especialmente en lo que respecta a acceso, pagos y seguridad. "Esta tendencia se alinea con los

LA TECNOLOGÍA ES CLAVE PARA LA OPERATIVA DIARIA DE LOS HOTELES

No se puede acudir con un cuchillo a un duelo de pistolas

La evolución de las telecomunicaciones en el sector hotelero ha transformado radicalmente la experiencia del huésped, integrando servicios como WiFi de alta velocidad, televisión IP, gestión de habitaciones inteligentes y sistemas de seguridad avanzados. Sin embargo, esta multiplicidad de servicios exige infraestructuras de red cada vez más complejas y robustas capaz de soportar un alto volumen de dispositivos conectados simultáneamente, garantizar ancho de banda suficiente para evitar congestiones y mantener una latencia mínima, todo ello sin comprometer la estabilidad. Una complejidad técnica que obliga a los hoteles a adoptar soluciones especializadas que vayan más allá de las redes convencionales, asegurando un rendimiento óptimo y una escalabilidad acorde a las demandas futuras.

Desde Televes, entendemos que no se puede acudir con un cuchillo a un duelo de pistolas. Por eso hemos desarrollado la OLT512EVO, una plataforma diseñada específicamente para entornos hoteleros. Nuestra solución no

solo optimiza el despliegue de servicios críticos como VoIP, video bajo demanda o gestión centralizada, sino que también simplifica la administración de la red y reduce costes operativos. Gracias a su diseño adaptado a las particularidades del sector —como la alta densidad de usuarios o la necesidad de una fiabilidad absoluta—, demostramos que la especialización tecnológica es clave para ofrecer una experiencia impecable al huésped y maximizar la eficiencia operativa del hotel.

Televes

Conectividad sostenible: eficiencia y la innovación en el sector hotelero

Para que un hotel sea sostenible, la infraestructura tecnológica debe estar alineada con estos principios. En este sentido, las redes de fibra óptica pasiva (GPON, por sus siglas en inglés) son una solución clave, ofreciendo ventajas como:

- 1. Menor consumo energético:** la fibra óptica requiere menos energía que las redes tradicionales de cobre, disminuyendo la demanda de electricidad.
- 2. Optimización del espacio:** una única red de fibra óptica sustituye múltiples redes de datos, voz y video, optimizando el uso del espacio y minimizando materiales contaminantes.
- 3. Durabilidad y bajo mantenimiento:** la fibra óptica es altamente resistente y tiene una vida útil más larga, reduciendo los costos de operativos.
- 4. Conectividad de alta velocidad y fiabilidad:** GPON garantiza una conexión estable, mejorando la experiencia digital del huésped y facilitando la automatización del hotel.

José Luis Pineda,
director Hospitality





Fotografía 1: Perseo

Fotografía 2: TP_Link

cambios en las expectativas de los usuarios, quienes valoran cada vez más la autonomía, la eficiencia y la comodidad digital en su experiencia de viaje”.

Las soluciones más ventajosas hoy en día son aquellas que combinan tecnología sin contacto, gestión centralizada y flexibilidad de credenciales.

Tarjetas y dispositivos RFID: “las tarjetas, pulseras y llaveros RFID siguen siendo una solución muy eficiente y segura, gracias a su facilidad de uso, bajo coste y compatibilidad con economizadores y lectores murales. Su seguridad se refuerza mediante sistemas encriptados personalizables con el logo del hotel”, define Ignacio López. En este punto, Raúl Madrid, Key Account Manager Estate de Cerraduras Iseo Ibérica, comenta que en el mundo del alojamiento convencional llevan años implantados los sistemas de tarjeta o cualquier otro soporte con tecnología RFID que han ido actualizando los viejos sistemas de banda magnética que aún, a duras penas, sobreviven en establecimientos menos renovados o aquellas tarjetas perforadas pioneras en los controles de acceso de los años 70’s que fueron desplazando a las llaves físicas tradicionales. Además, analiza que los tipos de tarjetas RFID más empleadas de menor a mayor nivel de seguridad son: clásicas, tarjetas Mifare 1K, Mifare 4k, Desfire V1, Desfire V2 y el nuevo modelo Desfire V3 que incluye prestaciones de seguridad y la capacidad de creación de un código de autenticación único con cada uso. “Estos sistemas vienen diseñados para ejercer una compatibilidad regresiva, lo cual implica que el último modelo de tarjetas con los nuevos sistemas de seguridad es compatible con los anteriores sistemas instalados. Por la facilidad de uso e implantación, el uso de la tarjeta es el más extendido y popular, solo que debe tenerse en cuenta que el soporte físico que se emplea dispone de los niveles de garantía de seguridad que solicitamos en nuestro establecimiento”.

Códigos numéricos: “permiten el acceso mediante teclado, evitando el uso de objetos físicos. Esta opción es ideal para





**ALMAS
INDUSTRIES**

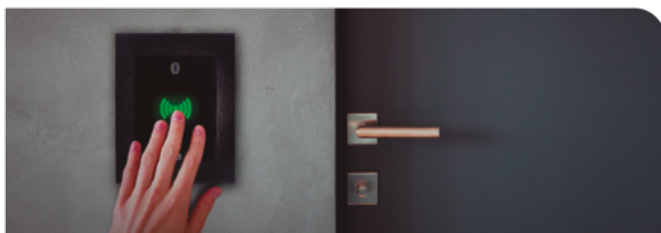
HOSTELERÍA SEGURA

Soluciones tecnológicas
seguridad y salud



PROTECCIÓN PERSONAS

Desfibriladores
conectados
y botón SOS



PROTECCIÓN ACCESOS

Accesos RFID, QR, NFC
bluetooth, biometría.
Accesos por tornos,
matrículas, etc.

PROTECCIÓN BIENES

Cámaras de
videovigilancia
y sistemas de
intrusión



SERVICIO FULL SERVICE

Servicio completo con cobertura
nacional y técnicos propios.
Garantía ALMAS INDUSTRIES

Solicita información

www.almasindustries.es | 900 902 510
contacto@almas-industries.com

“LA SEGURIDAD EN HOTELES HA PASADO DE SER UN ASPECTO FUNCIONAL A UN ELEMENTO CLAVE DE CONFIANZA”



estancias de corta duración o accesos temporales, y facilita la gestión sin contacto”, especifica Ignacio López. No obstante, Raúl Madrid considera que éste es el que menor nivel de seguridad ofrece dado que un código fijo es replicable en tanto en cuanto alguien puede observarnos introducirlo y con ello permitir el acceso a personas no autorizadas. “Ciertamente existen opciones de generación de códigos aleatorios como disponemos en otros sistemas que requieren una doble verificación, pero no sería muy efectivos para el uso en alojamientos y la trazabilidad de los códigos es más subjetiva que cuando se emplea un soporte físico”.

WebApp y móvil (PWA): el acceso mediante smartphone -sin necesidad de instalar apps, gracias a la tecnología PWA- “ofrece máxima comodidad para el huésped y reduce la carga de trabajo en recepción. Además, permite una integración directa con PMS y quioscos de check-in, mejorando la eficiencia operativa”, definen desde Perseo. Y, desde Cerraduras Iseo Ibérica añaden que los sistemas a través del teléfono móvil y diferentes apps, resultan un elemento innovador, mejoran la eficiencia dado que una credencial electrónica puedes crearla y enviarla al usuario al momento de realizar la reserva online si así lo deseas, con lo que toda gestión queda reducida a una mínima expresión, así mismo se baja el gasto en elementos físicos, al no necesitar tarjeta no hay ese gasto recurrente que esto implica, con lo que también podemos afirmar que es un beneficio para la reducción de consumibles. No obstante, indica que “el mayor inconveniente es que hay usuarios que no ven el valor en acceder con el móvil dado que necesitan (en la mayoría de los casos) descargar una aplicación que no van a volver a utilizar (o al menos no de forma recurrente), existen métodos a través de un webserver donde en lugar de descargar la APP accedes a ella a través de un link y donde el ID de tu terminal móvil dispone de acceso para abrir la cerradura o cerraduras a las que tienes acceso, pero en este caso es importante remarcar que necesitamos una conexión a internet activa tanto para el terminal móvil como para la cerradura, lo cual implica un gasto en inversión superior”.

Hoy en día se ha simplificado mucho el proceso para integrar todas esas tecnologías. “Casi todos los fabricantes de sistemas y de software ofrecen una API (Application Programming Interface) a través de la cual otros sistemas se pueden integrar



^ Foto: TP_Link

de manera sencilla y sin afectar el funcionamiento del sistema o programa informático en cuestión. Esta API es un software que puede estar instalado en un servidor local o bien en un cloud remoto fuera del edificio”, define Antonio Moreno, director técnico de JUNG Ibérica.

Videovigilancia y prevención con IA

La videovigilancia en hoteles ha dejado de ser una simple herramienta de grabación para convertirse en un sistema inte-

ligente de prevención y respuesta. Sin embargo, este avance tecnológico debe convivir con un principio clave: el respeto a la privacidad del cliente. Por ello, los sistemas actuales apuestan por soluciones cada vez más sofisticadas que combinan inteligencia artificial, análisis de patrones y alertas automatizadas, garantizando una vigilancia eficaz y discreta, adaptada a las exigencias normativas y a la confianza del huésped.

En relación a este tema, desde TP-Link detallan que la videovigilancia en hoteles necesita de un equilibrio delicado para sal-

redforts

Software todo en uno para
hoteles, hostales y cualquier otro tipo de propiedad

 **Sistema de gestión (PMS)**  **Conexión con 170 canales**  **Motor de reservas**  **Integraciones**

Redforts se adapta a las necesidades de los hoteleros españoles

- Envío de Partes de Viajero a Ministerio del Interior, Ertzaintza y Mossos d'esquadra
- Subvención Kit Digital
- Redsys para ofrecer pagos online
- Facturación electrónica
- Informes INE



+2200 usuarios en 25 países



Código Promocional
hostelpro25 10% off



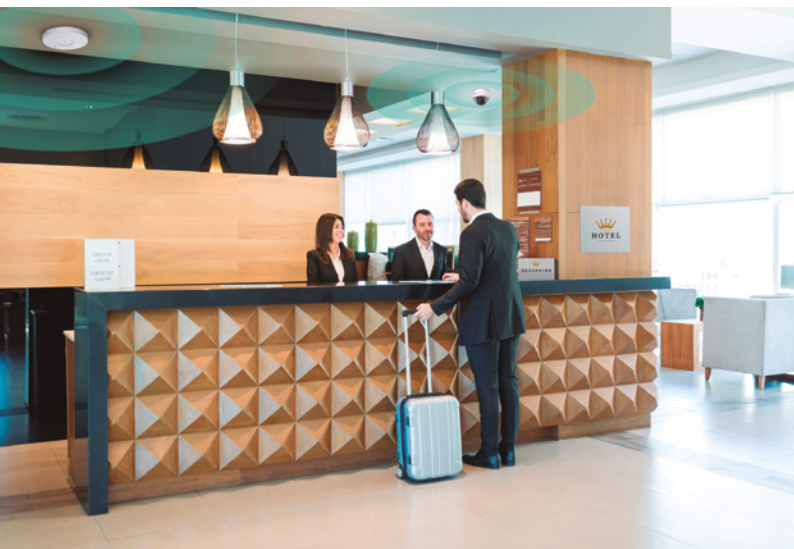
Migramos tus reservas
a nuestro sistema



Soporte telefónico

CUENTA DE PRUEBA **GRATUITA** POR 30 DÍAS



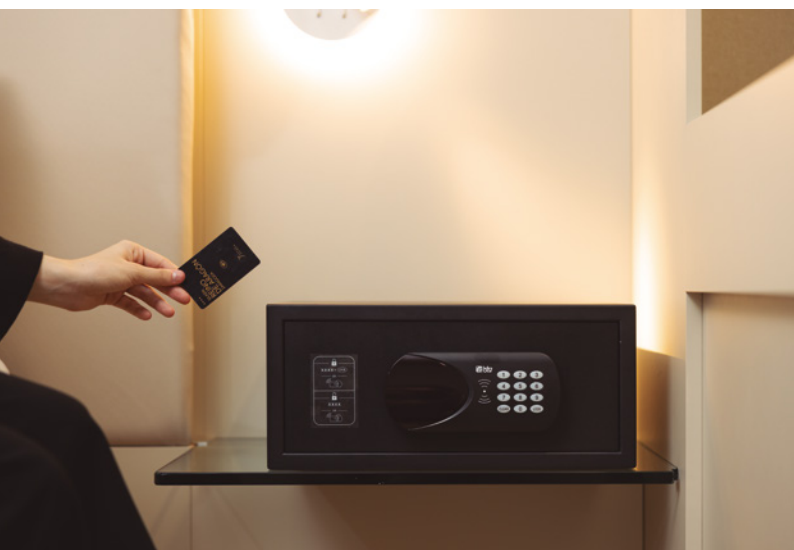


^ Foto: TP_Link

“CADA VEZ MÁS HOTELES BUSCAN SOLUCIONES QUE PERMITAN UNA GESTIÓN EFICIENTE Y PERSONALIZADA”



^ Foto: Cerraduras Iseo Ibérica



^ Foto: Perseo

vaguardar la seguridad y la privacidad de los huéspedes cumpliendo el RGDP. “Más que por tipo de cámaras, ese equilibrio se puede alcanzar mediante el uso de software, ya sea por IA y mediante el ajuste manual de creación de zonas privadas. Una de las herramientas más usadas es la privacy masking que enmascara o pixela zonas específicas de la imagen”.

También, observa, que es importante que las grabaciones de las distintas cámaras se almacenen en NVRs seguros con cifrado de datos y al que únicamente tengan acceso los responsables de seguridad del hotel.

Según explica, las funcionalidades más destacadas se pueden resumir en:

Detección de movimiento avanzada por IA. Identifican y clasifican objetos -personas, animales, vehículos- o eventos de interés de manera precisa -merodeo, objetos abandonados- evitando falsas alarmas.

Cruce de líneas. La alarma se activa si un objeto -generalmente una persona o vehículo- cruza esa línea en una dirección específica. Se utiliza principalmente en perímetros de entrada y salida.

Detección de intrusiones. identifica automáticamente la entrada no autorizada de personas u objetos en un área restringida.

Notificaciones en tiempo real. Ante cualquier incidencia, los equipos de seguridad del hotel están informados al instante.

FUEGOS DE JARDÍN

by **BUTSIR**



Descubre toda
la colección



*La calidez y la luz del
fuego en exteriores*

CALOR REAL, SIN HUMO NI CENIZAS
SUMINISTRO DEL GAS DESDE NUESTRA PLANTA DE ENVASADO

+34 936 620 680
info@butsir.com

butsir.com

REPORTAJE

OPTIMIZACIÓN DE ESPACIOS EXTERIORES

DISEÑO, CONFORT Y
RENTABILIDAD TODO EL AÑO

Los espacios exteriores han adquirido un papel protagonista en la hostelería, convirtiéndose en una extensión estratégica del negocio. Su capacidad para atraer, fidelizar y generar experiencias diferenciadoras los ha transformado en una inversión clave. Cerramientos, climatización eficiente, materiales duraderos y diseño funcional permiten su uso todo el año, mejorando la rentabilidad. Además, integrar iluminación, zonas infantiles y mobiliario adaptado garantiza confort y versatilidad, respondiendo a una demanda creciente de experiencias al aire libre sin renunciar al bienestar.

> Foto: Fuegos de Jardín by BUTSIR







Los espacios exteriores han pasado de ser zonas complementarias para convertirse en los protagonistas dentro del sector hostelero. “Su valor se ha incrementado notablemente en los últimos años, especialmente tras la pandemia ya que ofrecen ambientes más ventilados, versátiles y atractivos para los clientes”, analiza Cesar Barbezat, marketing, comunicación y digital manager de Somfy Group en el sur de Europa.

En este punto, Elena Díaz Villaverde, responsable de Marketing y Comunicación de C3 Systems, considera que hoy el cliente valora cada vez más la experiencia al aire libre, ya sea por bienestar, salud o disfrute estético. “La pandemia aceleró esta tendencia, pero ha venido para quedarse: los espacios exteriores bien optimizados son un reclamo que incrementa el tiempo de permanencia y el consumo medio”.

En este sentido, Luis Mataix Gil, responsable del Departamento de Marketing y Comunicación de Saxun, confirma que, desde hace años, sobre todo después de la experiencia de la pandemia de la COVID-19 y la prohibición de fumar dentro de los establecimientos, la tendencia es rentabilizar al máximo los exteriores, convirtiéndose en un diferencial competitivo y muy rentable en los espacios Horeca, tanto por su versatilidad como por su capacidad de ofrecer sensaciones y experiencias

“HAN PASADO DE
SER LUGARES
DECORATIVOS A
AUTÉNTICOS
PROTAGONISTAS”



extras. “Han pasado de ser lugares decorativos a auténticos protagonistas”.

Además, hay que tener presente que terrazas, patios o azoteas “permiten ampliar el aforo, generar nuevas oportunidades de negocio, como eventos privados y son un factor diferenciador en la elección del cliente, que busca cada vez más experiencias al aire libre sin renunciar al confort”, definen desde Somfy Group. A lo que Nàdia Puig, comunicación y contenidos de BUTSIR, añade que una terraza bien optimizada puede ser rentable todo el año. Mejora la rotación, fideliza y convierte el espacio en una extensión estratégica del negocio.

Igualmente, desde C3 Systems continúan detallando que un espacio exterior cubierto, protegido y climatizado permite aumentar la capacidad del negocio durante todo el año, independientemente del clima. Al mismo tiempo, mejora la experiencia sensorial y emocional del cliente, que asocia el espacio al confort y exclusividad. Además, “reduce costes mediante el uso de mobiliario funcional, duradero y automatizado brindando un toque moderno y con una mayor gestión de luz natural y confort térmico. En cuanto a experiencia, ofrece ambientes agradables que fomentan la fidelización y

Pérgola
Bioclimática P-230
Fotografía 1: Saxun

Pérgola
Bioclimática P-230
Fotografía 2: Saxun

“UNA TERRAZA BIEN OPTIMIZADA PUEDE SER RENTABLE TODO EL AÑO”

recomendaciones. Las terrazas bien diseñadas también permiten celebrar eventos, generando dinamismo y diferenciación frente a la competencia. Así, se logra un equilibrio entre eficiencia operativa y satisfacción del cliente”, determina Cesar Barbezat.

Por último, desde Saxun aseguran que les permite ser espacios vivos, en constante transformación, capaces de ofrecer una gran versatilidad de experiencias al cliente. De este modo, “impacta directamente en la rentabilidad del establecimiento, pero, sobre todo, potencia la experiencia del cliente, al crear lugares en los que apetece estar, comprar o vivir grandes momentos. Este tipo de soluciones crean espacios siempre confortables, funcionales y pensados para las personas, para el confort del cliente”.

Cerramiento, climatización y confort

Disfrutar del exterior durante todo el año ya no es un lujo, es una necesidad. En este sentido, “las soluciones de control solar y cerramientos permiten modular luz, temperatura y pri-

vacidad, adaptando cada ambiente a las condiciones del momento. Así, una terraza, un jardín o un porche se convierten en lugares confortables los 365 días”, define Luis Mataix Gil.

Así pues, estas soluciones son fundamentales para transformar un espacio estacional en un ambiente funcional todo el año. “Hoy en día existe una gran variedad de productos automatizados y móviles para espacios exteriores que permiten regular la luz, proteger de la lluvia, el viento o exceso de calor. En cuanto a la climatización, ciertas tecnologías permiten automatizar la apertura o cierre de dichos elementos según el clima, combinando sensores con sistemas motorizados. De este modo, el espacio exterior se adapta automáticamente al entorno, optimizando el consumo energético y mejorando la experiencia del cliente”, especifican desde Somfy Group. “Sin climatización ni cerramientos adecuados, el uso del espacio exterior se limita a unos pocos meses. Con soluciones eficaces, se multiplica su rentabilidad”, concreta Nàdia Puig.

Cerramientos: los cerramientos móviles son los grandes protagonistas, por su funcionalidad para adaptarse a las necesi-

✓ Foto: C3Systems



Outdoor experiences

Tumbona Atlas



Catálogo-Catalogue



BIM READY

LdK

LIVING OUTDOORS

www.ldkoutdoors.es
info@ldkoutdoors.es



@ldklivingoutdoors



^ Foto: Fuegos de Jardín by BUTSIR

dades y usos de cada momento. “Su versatilidad y fácil manejo es de gran ayuda para aprovechar al máximo los espacios. Aportan gran valor que puedan abrirse o cerrarse fácilmente según el clima, la hora o la afluencia de clientes. Y no basta con que sean funcionales: deben ser sutiles, elegantes, sin renunciar a la visibilidad ni a la luz natural”, analizan desde Saxun. A lo que Cesar Barbezat añade que los cerramientos de cristal, especialmente cortinas y correderas sin perfiles, son los preferidos por su estética, luminosidad y versatilidad. “Les siguen las pérgolas bioclimáticas y techos móviles, que se adaptan fácilmente a condiciones climáticas. También se usan techos fijos o toldos para soluciones más económicas”. En su opinión, la elección depende del estilo del negocio, su ubicación, el presupuesto y necesidades específicas como el aislamiento térmico o acústico, priorizando siempre el confort y funcionalidad del espacio.

Confort solar: los toldos y parasoles han sido siempre soluciones muy funcionales. Pero hoy, “la eficiencia y la adaptabilidad van un paso más allá con las pérgolas bioclimáticas y las celosías. Gracias a sus lamas orientables y sistemas motorizados, permiten regular luz y temperatura de forma inteligente, creando ambientes confortables todo el año. Son soluciones que combinan diseño, innovación y sostenibilidad”, analiza Luis Mataix Gil. En este sentido, desde Somfy Group concretan que las pérgolas bioclimáticas destacan como una de las opciones más completas, ya que no solo proporcionan sombra, sino que también permiten gestionar la luz natural y mejorar la circulación del aire gracias a sus lamas orien-

tables. También existen toldos tipo “palillero” o “pergo rain”, ideales para proteger de la lluvia a un coste más asequible. “Otras soluciones como los toldos veranda, con sistemas tensados y guiados, ofrecen eficiencia y una buena integración estética. La elección del sistema depende del tipo de uso y de la inversión deseada, pero siempre aportan beneficios térmicos y visuales significativos”, añade.

Climatización: desde BUTSIR apuestan por soluciones eficientes y decorativas como los fuegos de jardín o fire pits a gas. “Además de aportar confort térmico, transforman el ambiente y se integran como un elemento de diseño. Al ser regulables y apagarse al instante, permiten un uso responsable de la energía”. Por otro lado, Cesar Barbezat añade que las pérgolas bioclimáticas y los toldos tipo veranda son soluciones que ayudan a mantener una temperatura agradable sin necesidad de grandes consumos. “A ello se suman sistemas de gestión inteligente, que permiten integrar sensores meteorológicos y crear escenarios personalizados según las necesidades o preferencias del espacio y usuario mediante un control inteligente y dinámico. Reduciendo el uso de calefacción o aire acondicionado para un consumo energético sostenible”.

Material mobiliario y diseño operativo

A la hora de diseñar y equipar espacios exteriores en el sector hostelero, la elección de materiales y mobiliario adecuados se ha convertido en un factor clave para garantizar tanto la



^ Foto: Ghidini



^ Foto: Somfy Group

“Disfrutar del exterior durante todo el año ya no es un lujo, es una necesidad”

funcionalidad como la experiencia del cliente. En un entorno expuesto a las inclemencias del tiempo y al uso intensivo, es esencial apostar por soluciones que combinen durabilidad, estética y un mantenimiento sencillo.

En este sentido, “destacan los materiales resistentes a la intemperie, a la luz solar y de fácil limpieza como el aluminio o los acabados cerámicos, como los de nuestros fuegos de jardín, una apuesta que combina durabilidad, estética y mínimo mantenimiento”, define Nàdia Puig. “El aluminio es, sin duda, el material estrella en los exteriores hosteleros. Su resistencia a la intemperie, su ligereza y su bajo mantenimiento lo convierten en una elección inteligente y duradera. Además, permite diseños elegantes y contemporáneos que se adaptan a cualquier estética. En combinación con tejidos técnicos y acabados de alta calidad, se logran ambientes funcionales y visualmente atractivos”, define Luis Mataix Gil. “El aluminio lacado, el vidrio templado y los tejidos técnicos repelentes

al agua y al sol siguen siendo protagonistas”, continúa Elena Díaz.

Esta cuidada selección de materiales no solo responde a criterios funcionales, sino que también permite crear entornos exteriores acogedores y visualmente coherentes. En este contexto, el diseño no termina en el mobiliario: la iluminación juega un papel igual de relevante. “La iluminación bien integrada genera atmósferas únicas. El reto está en combinar lo decorativo con soluciones prácticas y fáciles de gestionar”, explican desde BUTSIR. Por ello, Luca Mercenaro, responsable de exportaciones de Ghidini, observa que, al planificar la iluminación de forma anticipada, en función de la distribución de los espacios y del mobiliario, es posible dividir los ambientes y crear una iluminación específica para cada zona. Por ejemplo, “una luz de acento para las áreas que requieren mayor luminosidad, mediante el uso de proyectores, empotrados o lámparas de techo. Una luz guía en las zonas de paso, escaleras o caminos, utilizando empotrados en la pared o balizas (bollard). Una iluminación estética para resaltar pequeños arbustos, setos o detalles arquitectónicos. Una iluminación de seguridad utilizando postes o balizas más altos para grandes áreas verdes, o simplemente en los caminos de entrada”.

Espacios infantiles

“Los espacios infantiles en los hoteles se han convertido en imprescindibles dando un valor añadido, tranquilidad y con-

“LOS ESPACIOS INFANTILES EN LOS HOTELES SE HAN CONVERTIDO EN IMPRESCINDIBLES”



Macroproyecto

Fotografía 1: Idella
parques infantiles

Hotel Pitrizza,
Cerdeña, Italia

Fotografía 2: Kompan



fianza, haciendo que las familias repitan en el mismo hotel, solo por sus espacios infantiles donde ven a sus hijos felices, tranquilos y seguros”, observa el CEO de Idella Parques Infantiles, Pascual Valle Martínez. Las familias buscan mucho más que un alojamiento cómodo. “Buscan una oferta de ocio integral para toda la familia, y la existencia de un parque infantil completo, seguro y de calidad, forma parte de sus criterios de selección”, concreta Mercedes Rodés, directora general de Kompan España, Italia y Portugal. Así, detalla que los padres pueden relajarse y disfrutar mientras los niños se entretienen jugando en el parque. Para ello, “el parque debe estar correctamente diseñado teniendo en cuenta todas las edades, capacidades y con múltiples y diversas actividades lúdicas que alarguen su tiempo de uso”.

Además, continúa explicando que actualmente, las tendencias principales son:

- La creación de espacios integrados en el entorno, usando materiales sostenibles, bien sean por su origen verde, como la madera sin tratar, o porque usen materiales reciclados.
- Además, la integración del diseño con la estética general del hotel es fundamental para que todo mantenga una coherencia visual. En este sentido, la personalización del producto y los diseños customizados son un factor clave para el éxito del proyecto.
- Espacios multidisciplinarios en los que se combinan zonas de juegos con áreas de Fitness al aire libre. Se observa un cambio de tendencia en las preferencias de los huéspedes, tanto jóvenes como mayores, quienes prefieren hacer ejercicio al aire libre frente a espacios cerrados. Este tipo de es-

pacios multidisciplinarios facilitan que los mayores puedan realizar sus entrenamientos mientras los más pequeños juegan en el parque sin perderlos de vista.

Otro punto a tener muy en cuenta es garantizar que todos los espacios sean accesibles, que permitan actividades lúdicas para todo tipo de usuarios, “además de dotar el área de zonas estanciales, pavimentos accesibles para personas con movilidad reducida y facilidad de movimiento y comprensión en toda el área. Se promueve el juego a nivel del suelo, como paneles con actividades, hamacas, y balancines; también accesos a plataformas elevadas mediante rampas o bien elementos dinámicos de fácil transferencia”, especifican desde Kompan.

Otra forma de facilitar la accesibilidad, según explican, es crear espacios amplios para poder orientarse y moverse de forma sencilla y segura entre las distintas áreas de movimiento y seguridad, así como ofrecer juegos diseñados bajo criterios de diseño universal que permitan la participación de todos los niños y niñas, independientemente de cuáles sean sus capacidades.

Por otro lado, en relación al tipo de mobiliario y materiales, desde Idella Parques Infantiles indican que el mobiliario

tiene que ser adecuado a su altura con bordes redondeados que minimizan los impactos. “Y los materiales, como el suelo, debe ser acolchado en las zonas de juego y alrededores”. Además, desde Kompan añaden que todos los elementos de juego deben estar certificados bajo la norma UNE EN 1176, que garantiza la seguridad en áreas de juego al aire libre, la norma UNE EN 1177 relativa a materiales de amortiguación de impacto de los pavimentos y la UNE EN 16630, homóloga para las áreas de Fitness al aire libre.

Está claro que la seguridad es una prioridad en el diseño de espacio de juego infantil.

“Es importante que los juegos cuenten con sus certificados en origen de cumplimiento de la normativa Europea EN1176. Y que su instalación se lleve a cabo por parte de profesionales con experiencia. Existe también la posibilidad complementaria de certificar el cumplimiento de la normativa europea, una vez finalizada la instalación”, explica Mercedes Rodés.

En definitiva, la mayoría de los hoteles son conscientes de la necesidad de tener sus áreas certificadas, ya que se evitan futuros problemas en caso de accidente, siempre y cuando se realicen correctamente los mantenimientos oportunos.



Carrier

Empower The Future

Cómo descarbonizar con un refrigerante natural

Nueva bomba de calor AquaSnap® 61AQ

Presentamos nuestra nueva bomba de calor con refrigerante R-290 que garantiza un suministro eficiente de agua caliente desde 40 a 560 kW, con producción de hasta 75°C*.

Diseñada con el foco puesto en la sostenibilidad y fabricada materializando un óptimo rendimiento, permitirá reducir la huella de carbono al tiempo que maximiza tu confort.

Únete a nosotros para dar un paso firme hacia la descarbonización.

#EmpowerTheFuture

Ponte en contacto con tu experto local de Carrier o visita www.aquasnap61aq.com

*hasta una temperatura de aire exterior de -7°C



Llega Iberital REFERENT: El nuevo significado de tradición

Iberital, empresa barcelonesa referente en la fabricación de máquinas profesionales de café espresso, lanza al mercado REFERENT, una nueva herramienta diseñada para todos aquellos establecimientos que quieran elevar su experiencia cafetera a un precio accesible.

Apenas un año después de revolucionar el mercado del café de especialidad con Iberital VISTA, aclamada internacionalmente por el sector barista, este 2025 Iberital apuesta por la transformación de los locales tradicionales, un total de más de 200.000 en España. Así lo expresa Aurora Farré, directora de la compañía: “El sector está evolucionando hacia la calidad. La gente está pidiendo tomar buen café, ya no nos conformamos con cualquier cosa”.

El resultado es una máquina mono boiler que fija el nuevo estándar para el café tradicional.

Ideada, ecodiseñada y desarrollada por el equipo de Iberital en solo seis meses, REFERENT supone una importante incorporación en el portafolio de máquinas espresso de la marca. Siguiendo la vocación por adaptarse a las necesidades de todo tipo de clientes y establecimientos para mejorar sus procesos, calidad del café y huella medioambiental, Iberital REFERENT está pensada para aquellos locales con un volumen de servicios no muy elevado, pero que no quieren renunciar a la calidad de su taza.

Esta nueva máquina es el equilibrio perfecto entre tecnología avanzada y simplicidad de uso, con el objetivo de ofrecer un café excelente de forma rápida y eficiente.

Además de su óptima funcionalidad técnica, Iberital REFERENT también se caracteriza por su cuidado diseño, pensado para integrarse en cualquier tipo de ambiente, desde los más clásicos y tradicionales hasta los más contemporáneos y sofisticados.

Teniendo en cuenta que, en espacios como hoteles de lujo, restaurantes de diseño o cafeterías de moda, cada elemento visual cuenta, REFERENT está pensada para aportar un plus de elegancia.

Su facilidad de personalización permite a cada establecimiento elegir la combinación de colores que más se adapte a su estilo. Iberital REFERENT está disponible en cuatro acaba-

IBERITAL



dos –terracota, verde-azul inglés, negro y blanco–, así como en bicolor.

Además, Iberital permite un nivel más de customización con la incorporación a medida de eslóganes e ilustraciones en los laterales y la parte trasera de la máquina. Por todo ello, REFERENT es una herramienta que, más allá de preparar un excelente café, eleva la estética de cada establecimiento.

Iberital REFERENT, como todas las máquinas Iberital, está equipada con las últimas innovaciones tecnológicas y funcionalidades clave, pensadas para facilitar el día a día de los profesionales del café y asegurar un flujo de trabajo rápido, cómodo y seguro.

REFERENT dispone de tubos de vapor cold touch, que garantizan una experiencia más cómoda para el barista; una amplia bandeja inferior de acero inoxidable, que asegura la durabilidad y una alta resistencia al desgaste; y una pantalla LCD de uso intuitivo, que permite personalizar y perfeccionar cada extracción ajustando parámetros como la temperatura, la dosis, el tiempo de extracción y el auto ON/OFF.

Como marca comprometida con el sector, Iberital trabaja para ofrecer soluciones y herramientas adaptables a cada cliente que aporten practicidad y eficiencia, impulsando a su vez un café de mayor calidad.

REHAU presenta los nuevos colores de RAUVISIO crystal



En un contexto marcado por avances tecnológicos vertiginosos como la inteligencia artificial, los hogares inteligentes o la biotecnología, la búsqueda de la conexión con la naturaleza y la sostenibilidad gana cada vez más relevancia. En este cruce de caminos entre innovación y equilibrio, REHAU, especialista en la elaboración de polímeros y proveedor especializado en componentes para la industria del mueble, amplía su colección RAUVISIO crystal Pure con cinco nuevos colores que reflejan las tendencias actuales y ofrecen un enfoque estético que une lo orgánico con lo tecnológico.

RAUVISIO crystal Pure destaca por su versatilidad y rendimiento. Esta colección ofrece la elegante apariencia y el tacto del cristal, pero con ventajas significativas: su material es más ligero, resistente y flexible. Estas características, junto con la posibilidad de trabajarlo con herramientas convencionales para la madera, lo convierten en la elección ideal para aplicaciones en frentes y fondos de encimera, entre otras.

Inspirados en la armonía entre naturaleza y tecnología, los nuevos colores de RAUVISIO crystal aportan carácter y per-

sonalidad a cualquier espacio. Alba irradia una energía natural y una calidez que evocan autenticidad y cercanía. Duna, transmite una estética sencilla y atemporal, ideal para espacios que buscan serenidad y diseño consciente. Onda aporta profundidad y carácter con su tono azul marino oscuro con matices petróleo, equilibrando la elegancia clásica con un aire digital contemporáneo. Nuvola, en cambio, introduce un azul pastel claro que evoca calma y resulta perfecto para ambientes que fomentan la concentración. Por último, Salvia se presenta como un tono pastel con matices grises que une vitalidad y confort, integrándose con naturalidad en espacios modernos y acogedores.

Como es habitual en la firma, todos los nuevos colores están disponibles tanto en frentes, cantos y persianas para armarios RAUVOLET; ofreciendo así la posibilidad de crear ambientes uniformes y perfectamente coordinados. Estos productos pueden pedirse desde una sola unidad, con plazos de entrega reducidos. Además, gracias al servicio gratuito de muestras, el profesional podrá visualizar físicamente el material, calidad tacto y color "real" del producto.



Elegancia y funcionalidad en la mesa gracias a las lámparas de APS



En el competitivo mundo de la hostelería, cada detalle cuenta. La escenografía en la presentación de platos y comida no solo debe ser atractiva, sino también funcional y eficiente.

En este contexto, las lámparas de APS se han convertido en un recurso indispensable para hoteles, caterings y restaurantes que buscan una experiencia culinaria de alto nivel.

¿En qué situaciones podemos utilizar lámparas de mesa? En salones y espacios de hoteles incluida recepción o salones, bares, terrazas o en eventos de catering como cocktails, celebraciones, en terrazas o comedores de restaurante, tanto interiores como exteriores, oficinas y salas de reuniones.

Cualquier ubicación es idónea para iluminar sus mesas.

La calidez de una luz de sobremesa crea espacios sugerentes, aumenta el valor percibido del espacio gastronómico e impacta notablemente la experiencia completa del huésped.

Las lámparas APS no son una simple lámpara: cada lámpara se suministra con una placa de carga y un cable de carga USB y un mando a distancia con batería.

El mando a distancia permite controlar varias lámparas de mesa simultánea y cómodamente. Gracias a los elementos de control situados debajo de la base de la lámpara, se evita el control involuntario por parte del huésped.

También cuentan con 3 niveles de regulación y 3 temperaturas de luz diferentes. Un piloto indicador de carga proporciona información sobre el proceso de carga, por lo que podrá saber cuándo está 100% cargada.

Fabricadas en metal de alta calidad, cuentan con diferentes acabados, como el lacado mate, brillante cepillado en dorado o cobre, en cristal o plástico.

Los diferentes acabados permiten elegir el modelo a su estilo y decoración. Existen a disposición diversas alturas, entre 20, 25, 30,5 y 35 centímetros, para cualquier tipo de mesa.

En su interior, la parte más sensible, la batería, es de otro nivel: ofrece una larga duración operativa, entre las 30 y las 60 horas de iluminación, según el modelo.



Fiora presenta Touchy, la bañera minimalista con textura exterior estilo ‘piedra’

fiora



Fiora amplía su catálogo con Touchy, una colección de bañeras caracterizadas por un diseño minimalista y contemporáneo. La textura exterior en acabado con textura “Piedra”, combinada con su superficie mate y un tacto aterciopelado en su interior, otorgan al baño una atmósfera cálida y sofisticada, ofreciendo una experiencia sensorial única.

La bañera Touchy destaca especialmente por su capacidad de adaptación. Su versatilidad permite integrar fácilmente esta pieza en diversos espacios y estilos decorativos, combinándola con otros diseños de la marca en el mismo espacio. La capacidad de personalización es clave en esta propuesta, reflejando el compromiso de Fiora con un diseño cuidadosamente pensado para cada usuario.

Como en el resto de modelos de la colección de bañeras Fiora, puedes complementar la bañera Touchy con la mesi-

ta lateral “Midnight”, que se adapta a la forma exterior de la bañera y que puedes personalizar a tu gusto para combinarla con el color deseado, combinándola así con el resto del espacio de baño.

Además, también incluye la posibilidad de un reposacabezas adaptado a la superficie de la bañera, sin duda, un accesorio que aporta un toque de confort y comodidad extra al momento del baño.

Con Touchy, Fiora continúa su búsqueda constante de equilibrio entre funcionalidad, estética y sensorialidad.

La textura piedra aporta una dimensión natural y auténtica al baño, convirtiéndolo en un espacio donde cada detalle está cuidadosamente diseñado para potenciar el bienestar y la armonía en la rutina diaria.

AGENDA

SEPTIEMBRE 2025

FERIAHÁBITAT VALÈNCIA

DEL 29 DE SEPTIEMBRE AL 02 DE OCTUBRE

EN VALENCIA

<https://www.feriahabitatvalencia.com/>

OCTUBRE 2025

ARCHITECT@WORK BARCELONA

DEL 8 AL 09 DE OCTUBRE

EN BARCELONA

<https://barcelona.architectatwork.es/>

CARAVANING

SALÓN INTERNACIONAL DEL CARAVANING

DEL 11 AL 19 DE OCTUBRE

EN BARCELONA

www.saloncaravanning.com

NOVIEMBRE 2025

GASTRONOMIC FORUM BARCELONA

EVENTO PARA LOS PROFESIONALES DEL

MUNDO DE LA GASTRONOMÍA

DEL 03 AL 05 DE NOVIEMBRE

EN BARCELONA

www.gastronomicforumbarcelona.com

HYGIENALIA

ALWAYS MOVING FORWARD

DEL 04 AL 06 DE NOVIEMBRE 2025

EN MADRID

www.ifema.es

BIOCULTURA MADRID

DEL 06 AL 09 DE NOVIEMBRE 2025

EN MADRID

www.ifema.es

PISCINA BARCELONA

SALÓN INTERNACIONAL DE LA PISCINA,

WELLNESS Y OUTDOOR

DEL 17 AL 20 DE NOVIEMBRE

EN BARCELONA

www.piscinabarcelona.es

ARCHITECT@WORK VALENCIA

DEL 19 AL 20 DE NOVIEMBRE

EN VALENCIA

<https://www.architectatwork.com/>

atwvalencia2025/

Revistas Profesionales.

PROARQUITECTURA



Último número

Precio: 15€
(IVA Incluido)

Suscripción anual (9 ejemplares)

Precio: 120€
(IVA Incluido)

HOSTELPRO



Último número

Precio: 15€
(IVA Incluido)



Suscripción anual (5 ejemplares)

Precio: 60€ (IVA Incluido)

PROTIENDAS



Último número

Precio: 15€
(IVA Incluido)



Suscripción anual (5 ejemplares)

Precio: 60€ (IVA Incluido)



Ediciones especiales (Guía y anuario)

Precio: 120€ (IVA Incluido)

SUSCRIPCIONES

pro
tien
das
editorial

ONNERA

Contract

Equipamiento



Calidad



Estética



Proyectos
Cocinas
Buffets
F&B

Soluciones
integrales



Eficiencia



Optimización

Funcionalidad



Somos tu
solución
integral

Innovación



Precisión



Diseño

All in One

in Onnera Contract

@ onneracontract

www.onneracontract.com



CAPRICO ANDALUZ

25

AÑOS
SABOR EN CADA DOSIS



25 años ofreciendo soluciones a los profesionales Food Service,
entre las que destacamos nuestro envase más práctico, higiénico y sostenible: **la tarrina monodosis.**

25 años añadiendo un sabor muy nuestro en los platos y en la vida de nuestros clientes.



¡Gracias por acompañarnos en los primeros 25 años de nuestra historia!



CAPRICO ANDALUZ, S.L.
CTRA. DOÑA MENCIA, S/N
14940 CABRA (CÓRDOBA) · ESPAÑA
WWW.CAPRICOANDALUZ.COM

¡Síguenos!



@borgesprofessional