

Nº 64

HOSTELPRO

REVISTA DEDICADA AL SECTOR HOTELERO Y DE LA RESTAURACIÓN



pro
ticias
das
editorial
ANIVERSARIO

ESPECIAL ESTABLECIMIENTOS
URBANOS

PROYECTO HOTELERO
Hiru Uhinak Hotel, Deba

REPORTAJES:
Equipamiento de cocinas profesionales
Experiencia sensorial en el hotel
Cartelería y señalética

EFICIENCIA

Procesos integrados que optimizan cada etapa del proyecto para garantizar un funcionamiento continuo.

INNOVACIÓN

Tecnología y diseño avanzado para responder a las demandas reales del sector HORECA.

DURABILIDAD

Materiales y soluciones que prolongan la vida útil de las instalaciones, incluso en entornos de alta exigencia.

PRECISIÓN

Ingeniería detallada que asegura coherencia, seguridad y rendimiento en cada espacio gastronómico.

FIABILIDAD

Más de treinta años respaldando operaciones críticas con soluciones sólidas y consistentes en cualquier destino.



GEM Soluciones Industriales:

INGENIERÍA QUE IMPULSA LA OPERATIVIDAD Y LA EXPANSIÓN HOTELERA PREMIUM Y COMPETITIVA.

En un sector donde la continuidad operativa es irrenunciable, la ingeniería aplicada a las áreas gastronómicas se convierte en un factor determinante para garantizar eficiencia, seguridad y durabilidad. En GEM Soluciones Industriales, reunimos más de treinta años de experiencia desarrollando proyectos que optimizan el rendimiento de hoteles, cadenas de restauración y centros de gran capacidad. Nuestro enfoque combina precisión técnica, innovación y una comprensión profunda de las necesidades reales del servicio diario.

A lo largo de nuestra trayectoria hemos perfeccionado un modelo de trabajo capaz de integrar, en un solo proceso, todas las fases de un proyecto: diseño conceptual, planificación, ingeniería, instalación y puesta en marcha. Aspectos que nos han permitido ejecutar cocinas centrales, buffets, cuartos fríos, barras y sistemas de extracción con una coherencia que potencia la productividad y reduce las brechas operativas. Cada espacio donde colaboramos, es el resultado de una lectura minuciosa de la identidad del establecimiento y de los flujos de trabajo que sostienen su actividad.

Nuestra presencia corporativa en España, con bases en Madrid, Baleares e Islas Canarias, así como en México, República Dominicana, Cuba y otros países del Caribe, respaldan la capacidad de responder con agilidad en destinos altamente exigentes, como zonas costeras y climas de alta demanda, donde la resistencia de los materiales, la optimización energética y la continuidad del servicio son elementos decisivos.

Gracias a nuestra ingeniería propia, hemos desarrollado un ecosistema técnico que incluye diseño y fabricación a medida en acero inoxidable y líneas de producción adaptadas a los ritmos del sector HORECA. Cada pieza, estructura y circuito responde a criterios de funcionalidad y estándares que buscan prolongar la vida útil.

La eficiencia energética constituye otro de nuestros pilares. Seleccionamos equipamiento de última generación, como centrales frigoríficas de alto rendimiento o sistemas multifunción, que permiten reducir consumos sin sacrificar capacidad productiva. A través de nuestra logística centralizada garantizamos uniformidad técnica y cumplimiento normativo, independientemente del país en el que actuemos. Esta homogeneidad se traduce en instalaciones más robustas, seguras y listas para soportar jornadas de alta demanda.

Hoy, con más de 160 hoteles equipados en los principales destinos turísticos internacionales, reafirmamos nuestro compromiso: convertir los desafíos técnicos y logísticos de la gran escala en soluciones sólidas, fiables y preparadas para el futuro.

En GEM Soluciones Industriales, ejecutamos soluciones a medida para que cada espacio gastronómico sea un escenario donde la operación fluya, los equipos rindan y las experiencias memorables encuentren un soporte técnico a la altura. Nuestra pasión nos impulsa a transformar cada proyecto en un sistema eficiente y seguro.





Versión digital

SUMARIO

STAFF

Editora / Directora:
Pilar Romero

Redactora:
Laura García

Administración:
Alicia Écija

Departamento Digital:
Andrea Sánchez e Iria Rey

Maquetación:
Aroa Magdaleno

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



INTERIORISMO	04	Devesa&Agenjo
PROYECTO HOTELERO	10	Hiru Uhinak Hotel, Deba
	16	Rafa Álvarez y Azucena Matí
REPORTAJES	24	Equipamiento de cocinas profesionales
	38	Experiencia sensorial en el hotel
	54	Cartelería y señalética
OTRAS SECCIONES	62	Soluciones del Canal Horeca
	64	Agenda

Portada: Hiru Uhinak Hotel, Deba | Estudio: Interiorismo Conceptual Estudio



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.

ANE DEVESA Y JOSE AGENJO

DEVESA&AGENJO

Entre la tradición mediterránea y la innovación más actual, el estudio Devesa & Agenjo Interiorismo ha logrado construir una identidad propia donde la calidez, la funcionalidad y el detalle son protagonistas. Fundado en 2020 por Ane Devesa y José Agenjo tras coincidir en varias ediciones de Casa Decor, el estudio madrileño ha ido consolidando una trayectoria marcada por la sensibilidad estética, el respeto por los materiales nobles y una visión del interiorismo como generador de emociones y experiencias. En esta entrevista sus fundadores nos descubren cómo consiguen que cada proyecto cuente una historia y se convierta en un lugar al que siempre apetece volver.



^ Foto: Ane Devesa y Jose Agenjo

✓ Foto: Vestidor y baño suite principal

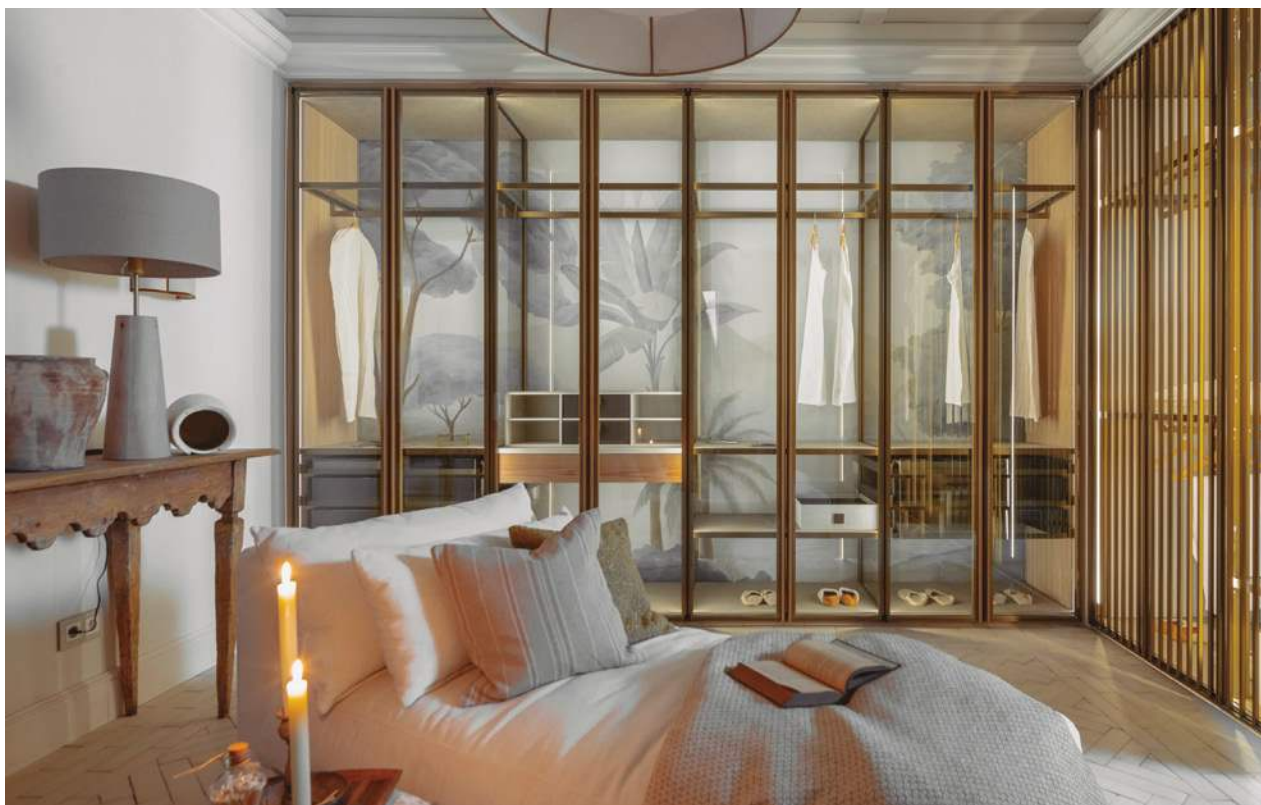




Foto: Zona de espera spa de hotel

morables que conecten emocionalmente con el cliente y potencien la identidad del negocio. El diseño debe reflejar la esencia del negocio, ya sea un restaurante, hotel o cafetería; buscamos que cada rincón cuente una historia coherente con los valores y el público objetivo del lugar. Usamos materiales nobles como cerámica, madera y textiles naturales, que aportan calidez y resistencia. Sobre todo analizamos las necesidades y objetivos del cliente para equilibrar diseño y funcionalidad porque si un espacio no funciona, su valor estético se pierde.

En un sector tan visual y competitivo, ¿cómo logran mantener una identidad propia sin dejar de innovar en cada nuevo encargo?

¡Gran pregunta! Principalmente intentamos ser fieles a nuestra esencia, estamos al día de las tendencias pero intentamos que nuestros diseños no se basen en ellas, que formen parte del diseño pero con pequeños guiños o con elementos que en un futuro puedan ser modificables, es decir, trabajar muy bien la base, el contenedor inicial, que los volúmenes estén proporcionados y que la paleta base sea atemporal, por ese motivo, la cerámica y madera siempre nos acompañan y los textiles que son la parte final nos permiten jugar más con las tendencias.

¿Cuál es la filosofía o línea de diseño que guía los proyectos de Devesa & Agenjo?

La filosofía de diseño de Devesa & Agenjo Interiorismo se basa en una mezcla de tradición mediterránea, materiales nobles y una atención al detalle. Combinamos lo tradicional con lo contemporáneo, creando espacios cálidos, elegantes y funcionales.

¿Cómo comenzó el estudio y qué trayectoria tienen los fundadores (o el equipo principal)?

Comenzó de una conexión personal y creativa entre Ane Devesa y José Agenjo, quienes se conocieron colaborando en distintas ediciones de Casa Decor. Su química creativa fue tan fuerte que decidieron unir fuerzas y fundar su propio estudio en 2020.

¿Cuáles son los factores clave que consideran al abordar un proyecto de interiorismo para hostelería (hoteles, restaurantes, bares)?

Al abordar un proyecto de interiorismo para hostelería, consideramos una serie de factores clave que van más allá de la estética. Nuestro enfoque busca crear experiencias me-

“SE BUSCAN
PRINCIPALMENTE
REFUGIOS”

“COMBINAMOS LO TRADICIONAL CON LO CONTEMPORÁNEO, CREANDO ESPACIOS CÁLIDOS, ELEGANTES Y FUNCIONALES”

✓ Foto: Lobby hotel



dicionales con soluciones contemporáneas. Esta mezcla nos permite innovar sin perder autenticidad, manteniendo una estética atemporal pero siempre fresca.

¿Podrían contarnos alguno de vuestros proyectos más emblemáticos en el sector hostelero y qué retos tuvieron que superar?

Cuando diseñamos el lobby del hotel en el Palacio de la Trinidad, intervenimos espacios protegidos o con elementos a conservar, son condicionantes claves que pueden cambiar por completo el diseño ya que tienen que convivir en armonía y en muchas ocasiones acaban siendo los protagonistas. En una ocasión sí que teníamos que conservar unos radiadores antiguos pero que estaban en muy mal estado y no tenían un valor estético, finalmente se recubrieron creando una zona de descanso con maceteros y vegetación de obra que nos permitió aportar frescura y funcionalidad.

¿Cómo integran la funcionalidad con el diseño estético, especialmente en espacios con muchas exigencias operativas como hoteles o restaurantes?

Evidentemente es un reto, pero como decíamos, lo principal es la base, tener claro cuales son todas esas operativas, estudiar bien el plano, los flujos y volúmenes y luego comenzar a trabajar la paleta de colores, materiales... pero siempre respetando matriz funcional. Cuando pasamos a la partes de acabados sigue en mente esa parte funcional, sobre todo a largo plazo, no sólo tienen que estar perfecto el día de la inauguración hay que pensar en el mantenimiento a largo plazo y aquí es donde tradición y tecnología se encuentran, donde belleza y durabilidad consiguen su equilibrio.

En cuanto a materiales y sostenibilidad, ¿qué criterios aplican en sus proyectos?

Es un hecho que todos estamos concienciados, por ese motivo todos los materiales, a día de hoy, están buscando cómo mejorar sus materiales en sostenibilidad ya sea mejorando el propio material o el proceso de fabricación sea con residuo 0. Desde nuestro punto de vista creemos en la artesanía como una de las mejores formas de sostenibilidad, por cercanía, control de la producción y preservación y respeto por los oficios tradicionales.

✓ Foto: Vestidor y baño suite principal



CAPRICO ANDALUZ

25

AÑOS

SABOR EN CADA DOSIS

¡NADA COMO EMPEZAR EL DÍA CON TODO EL SABOR!

Descubre nuestro amplio
surtido de monodosis.



Professional



@borgesprofessional

CAPRICOANDALUZ.COM

LA PRIMERA TARRINA CON MÍNIMO
90% PET
RECICLADO

“NO DISEÑAMOS SOLO
PARA IMPRESIONAR,
SINO PARA CONECTAR”



¿Cómo influyen aspectos tecnológicos (iluminación inteligente, domótica, integración audiovisual) en vuestros proyectos?

La tecnología no es un accesorio futurista, sino una herramienta integrada con sensibilidad para mejorar la experiencia del espacio sin alterar su estética. La iluminación inteligente, la domótica y otros sistemas tecnológicos se incorporan de forma discreta, funcional y emocional. Gracias a la iluminación creamos escenas y escenarios únicos que podemos controlar con detalle y nos permiten adaptar, incluso cambiar la función de un espacio. El mejor ejemplo es que un restaurante puede servir un brunch luminoso y fresco por la mañana, para luego convertirse en la cocktelería de moda al caer la noche.

¿Cómo ha cambiado la demanda de los clientes en los últimos años, especialmente tras la transformación del sector hotelero y gastronómico?

La demanda de los clientes en el sector hotelero y gastronómico ha cambiado radicalmente en los últimos años, impulsada por factores como la digitalización, la sostenibilidad, y una nueva forma de consumir más reflexiva y emocional. Se buscan principalmente refugios, la sensación de hogar, un espacio que no parezca tecnológico, como traído de otra época, pero que gracias a estas nuevas tecnologías y materiales más sostenibles, crean una experiencia única de hogar a la que se quiere volver con familiares y amigos.

Para terminar, ¿qué proyecto tenéis en marcha ahora o en el futuro cercano que os entusiasme y que podáis adelantar a nuestros lectores?

Por suerte, lo mejor está por venir, seguir investigando materiales y texturas que salen a diario y facilitan el diseño, ejecución y puesta en marcha de los proyectos. En este momento en concreto estamos trabajando en crear una sala VIP que ofrezca una experiencia única y a su vez acoja diferentes funciones desde descansar a crear un evento con cien personas, un espacio vivo y dinámico que estamos seguros que no dejará indiferente. Adicionalmente estamos con la fase inicial de un hotel boutique que quiere ir más allá, ofrecer una experiencia única, más cuidada, personal haciendo que las habitaciones se conecten de manera que podamos tener un apartamento con zonas comunes hasta para 10 personas, hay un tipo de turismo que es en grupo de familias y amigos y no quieren que el vínculo se rompa al llegar al hotel, consideran que la convivencia es parte de su experiencia, pero tampoco quieren renunciar a las comodidades que un hotel te ofrece.

— Foto: Baño suite VIP

BroilyGrill®

DISTRIBUIDO POR:  **Grupo Horeca®**

850°C
EN POCOS
MINUTOS

-80%
DE HUMO
Y OLORES



COCCIÓN
POR
IRRADIACIÓN
DIRECTA

-50%
CON RESPECTO
A LOS TIEMPOS
NORMALES DE
COCCIÓN



Avda. Leganés s/n 28925 Alcorcón (Madrid)

Atención al Cliente 693 50 3003

info@horecaprofesional.com www.grupohoreca.es

PROYECTO HOTELERO

HIRU UHINAK HOTEL, DEBA

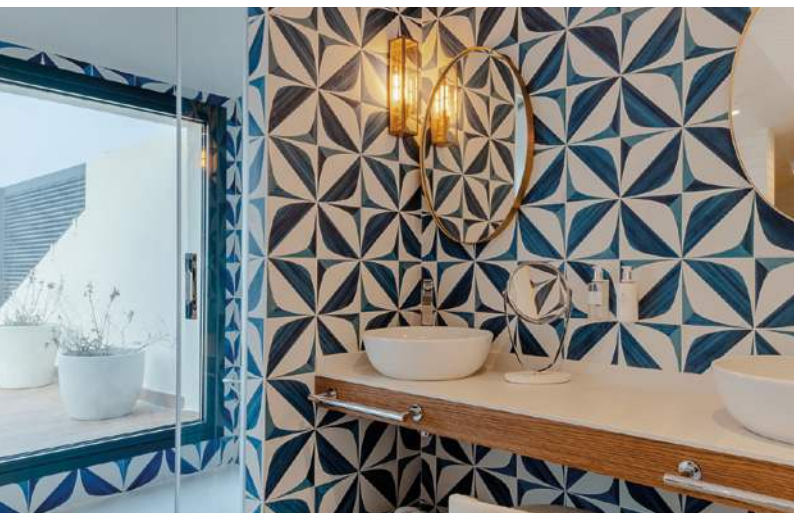
PAISAJE, CULTURA Y CONFORT

Entre mar y montaña, el Hiru Uhinak Hotel en Deba transforma la leyenda vasca de las tres olas en una experiencia sensorial única. Con un diseño contemporáneo que integra paisaje, memoria y cultura local, cada rincón del hotel invita a vivir la costa vasca de manera auténtica, elegante y envolvente.



Fotos: Hiru Uhinak Hotel





^ Foto: Hiru Uhinak Hotel



^ Foto: Hiru Uhinak Hotel

En la localidad costera de Deba, en el País Vasco, se encuentra el Hiru Uhinak Hotel, un proyecto que redefine la experiencia de hospedaje junto al mar desde una mirada contemporánea. Este hotel no se limita a ofrecer alojamiento; es un espacio donde paisaje, memoria y cultura local se entrelazan a través del diseño interior, creando un relato sensorial que se percibe en cada rincón. El responsable de esta intervención, Interiorismo Conceptual Estudio, asumió el reto de trasladar la identidad del entorno natural y cultural del litoral vasco al interior del edificio, evitando soluciones obvias o meramente temáticas, y apostando por un lenguaje visual y material profundamente conectado con el lugar.

La conceptualización del proyecto parte de la leyenda vasca de las tres olas, que da nombre al hotel, y del estudio del litoral local, caracterizado por la convivencia del mar, la roca y

la vegetación. Esta narrativa no se aplica de manera literal, sino que se despliega de manera sutil a través de materiales, texturas y composiciones espaciales que evocan la costa, el monte y la historia del territorio. La intención no es contar la leyenda con imágenes evidentes, sino que la esencia del lugar impregne cada espacio, generando una sensación de pertenencia y continuidad con el paisaje.

Uno de los elementos más representativos del proyecto es la reinterpretación de las duelas de madera, inspiradas tanto en las antiguas casetas de baño de Donosti como en los barcos de pasajeros que surcaban la costa a finales del siglo XIX y principios del XX. Estas piezas se integran en el lobby, las habitaciones y las zonas comunes, aportando calidez, textura y un vínculo directo con la tradición marítima de la región, sin caer en la nostalgia superficial.

La paleta cromática del hotel se basa en tonos claros, con especial protagonismo del blanco cálido, elegido para maximizar la entrada de luz natural y crear un diálogo visual entre el edificio, el mar y la montaña circundante. Esta decisión cromática permite que los espacios interiores se sientan abiertos y luminosos, al mismo tiempo que proporcionan un lienzo neutro sobre el que destacan los detalles de diseño y los materiales naturales.

El lobby se concibe como un espacio dinámico y envolvente, donde cada elemento contribuye a la sensación de bienvenida y comodidad. En el centro se ubica una chimenea de bioetanol, rodeada de sofás curvos y jardineras integradas que suavizan el recorrido y conectan visualmente con la naturaleza. El mostrador de recepción se reviste con azulejos

LA LEYENDA DE LAS TRES OLAS INSPIRA EL DISEÑO DE MANERA SUTIL Y ELEGANTE



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.



UNA EXPERIENCIA SENSORIAL QUE TRASCIENDE EL SIMPLE ALOJAMIENTO

de geometría orgánica en tonos arena, dispuestos de manera aleatoria para evocar el movimiento de las olas. La tabiquería que articula lobby, bar y comedor se reviste con un wallpaper personalizado que representa el fondo marino de forma difuminada, simulando el paso de las olas y creando un lenguaje visual continuo en toda la planta.

El bar, con vistas al mar, se concibe como un punto de observación, evocando la experiencia de estar en el puente de mando de un barco. Los pasillos incorporan espejos circulares enfrentados, generando un efecto de profundidad que remite a la sensación de estar bajo el agua. Cada detalle se piensa para ofrecer una experiencia sensorial, transformando la circulación en un recorrido que despierta curiosidad y sorpresa.

Las habitaciones buscan transmitir la sensación de camarotes de yate, combinando duelas blancas, madera de roble y azulejos cerámicos ondulantes en los baños, con tonos azulados y blancos que recuerdan al mar. Los revestimientos murales inspirados en la naturaleza local completan la experiencia, integrando la memoria del paisaje vasco en cada estancia. La combinación de materiales nobles y diseño contemporáneo logra un equilibrio entre confort, calidez y sofisticación.

El spa y las zonas de bienestar continúan esta narrativa sensorial. La sala principal está presidida por un gran mural porcelánico con la imagen difuminada de un bosque, mientras que placas verticales retroiluminadas evocan las formaciones geológicas del Geoparque local. En las salas de masaje, los techos curvos sugieren el movimiento del agua rompiendo contra la roca, reforzado por wallpaper en tonos minerales, creando un entorno donde cuerpo y mente se conectan con el paisaje circundante.

El mobiliario auxiliar también forma parte de la narrativa del lugar, incorporando reinterpretaciones contemporáneas de

elementos tradicionales vascos. Por ejemplo, los enborrak, troncos utilizados en deportes rurales, se transforman en piezas escultóricas funcionales, aportando un guiño cultural sin recurrir a clichés decorativos. Otros detalles, como un mural de cuerda natural en la entrada que remite a las tres olas o los olivos que flanquean la fachada posterior, refuerzan la coherencia narrativa y la conexión con el entorno.

En su conjunto, Hiru Uhinak Hotel no es solo un lugar para alojarse; es un espacio que establece un diálogo sensible entre arquitectura interior, paisaje y cultura, ofreciendo a los huéspedes una experiencia emocionalmente enriquecedora. Cada elemento, desde la elección de materiales hasta la disposición espacial, está pensado para que la estancia sea memorable, conectando con la identidad del territorio sin sacrificar el confort ni la contemporaneidad. La intervención de Interiorismo Conceptual Estudio demuestra cómo el diseño puede dar alma a un hotel, transformando un alojamiento en un relato habitable, donde la historia, la naturaleza y la cultura se experimentan de manera directa y elegante.



^ Foto: Hiru Uhinak Hotel



*Chef Germán Carrizo,
Estrella Michelin*

INGREDIENTES SABROSOS Y SALUDABLES PARA BUFÉ



EL ACOMPAÑAMIENTO PERFECTO PARA EL MOMENTO
DEL APERITIVO Y DESAYUNOS



EL TOQUE QUE REALZA 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



ENTREVISTA

RAFA ÁLVAREZ Y AZUCENA MATÍ

INTERIORISMO CONCEPTUAL ESTUDIO





^ Foto: Hiru Uhinak Hotel

¿Cuál fue el mayor reto al abordar un proyecto como Hiru Uhinak Hotel, en un enclave con tanta carga cultural y paisajística como la costa vasca?

El mayor reto para nosotros fue doble. Por un lado, trasladar la identidad de la costa vasca —tan intensa en su carga cultural y paisajística— al interior del hotel sin caer en obviedades ni en clichés decorativos que representaran de forma literal el mar, la geología o las leyendas locales, por ello desde el inicio decidimos optar por un enfoque atmosférico y matérico: evocar en lugar de ilustrar. Eso nos llevó a trabajar con una paleta de azules, arenas, verdes y tierras cálidas en diálogo con el entorno, y con materiales como el roble, la cuerda o la cerámica artesanal, capaces de traducir en sensaciones lo que significa habitar este lugar.

El otro gran reto fue la propia escala del edificio: un hotel de seis plantas frente al mar, para el que la propiedad nos pidió un espacio luminoso, sereno, actual y refinado, en un entorno donde los interiores suelen ser más oscuros y densos. Somos del sur, y para nosotros la luminosidad forma parte de nuestra manera de habitar; es casi un lenguaje propio. Por eso quisi-

mos llevar esa luz que conocemos tan bien a la costa vasca, donde se percibe de otro modo, creando un diálogo entre ambas miradas.

El desafío fue conseguir que cada planta y cada habitación mantuvieran intimidad y coherencia narrativa, que el conjunto respirara Deba de manera natural, pero desde una mirada contemporánea.

¿Cómo se materializó la leyenda de las tres olas en el diseño interior sin recurrir a recursos temáticos obvios?

Desde el principio trabajamos con la leyenda de “las tres olas” para que se percibiera como atmósfera, no como ilustración. Por eso trabajamos con un lenguaje abstracto y matérico: que el huésped sienta un ritmo, un eco, una memoria, sin necesidad de que se le cuente la historia de forma literal.

El gesto más evidente aparece en el acceso al hotel, donde diseñamos un mural escultórico de cuerda natural que sugiere el movimiento ondulante del mar. No son tres olas dibujadas, sino tres volúmenes entrelazados que reciben al visitante con

CADA RINCÓN CONECTA CON LA COSTA Y LA CULTURA VASCA

un ritmo silencioso, evocando al mismo tiempo el cabo marino que une tierra y mar.

En el lobby, el papel pintado del techo diseñado a medida por el estudio, propone una abstracción de formas marinas y vegetales que dialoga con la distribución ovalada del mobiliario.

Los pasillos recuerdan a los corredores interiores de un navío, con grandes espejos circulares enfrentados que generan una sensación hipnótica, como si el huésped transitara bajo el agua.



De esta manera, la leyenda se convierte en un sustrato conceptual que atraviesa todo el proyecto: no está para ser reconocida, sino para ser intuita.

El proyecto integra naturaleza, historia y cultura local de manera sutil. ¿Qué criterio siguieron para lograr ese equilibrio entre evocación y contemporaneidad?

El equilibrio entre evocación y contemporaneidad lo buscamos a través de decisiones muy concretas desde el inicio del proyecto.

La elección de la leyenda de las tres olas, que es el propio nombre del hotel HIRU UHINAK, la distribución de los espacios del lobby y recepción con formas onduladas, la manera de orientar el mobiliario hacia el paisaje a través de sus grandes ventanales, o la importancia de la luz natural fueron claves para que el hotel respirara Deba sin necesidad de representarla literalmente.

En el spa, por ejemplo, los paneles verticales de porcelánico retroluminados de forma indirecta y dispuestos como estratos reinterpretan los flysch de la costa vasca; en otros espacios, el uso de duelas de madera remite tanto a las antiguas casetas de baño de San Sebastián como a los barcos de pasajeros del XIX. Son referencias que construyen memoria, reconociendo el lugar desde la abstracción.

Para nosotros, la clave estuvo en privilegiar lo atmosférico frente a lo temático: sugerir más que mostrar, generar una identidad visual coherente y actual que conectara paisaje, cultura y memoria desde la sutileza.

Las duelas de madera reinterpretadas aparecen como hilo conductor en diferentes espacios. ¿Por qué decidieron darles un papel tan protagonista?

Las duelas de madera tenían un papel esencial porque condensaban muchos de los valores que buscábamos transmitir: una conexión directa con la identidad costera, pero tratada desde la elegancia y la serenidad. Evocan tanto las antiguas casetas de baño de San Sebastián como los interiores de los barcos de principios del siglo XX, y aportan ese punto clásico y atemporal y elegante que queríamos imprimir en el espacio.

Además de su carga simbólica, su disposición responde a una lógica espacial. En el lobby las utilizamos en posición vertical, mientras que en la recepción las hicimos horizontales, generando dinamismo y ritmo visual. Lacadas en blanco roto, aportan calidez y reflejan la luz natural, vinculando el interior con la costa y haciendo que el espacio respire luminosidad.

Foto: Hiru Uhinak Hotel



Conecta con viajeros de todo el mundo.

El 66 % de los clientes* busca el logo antes de pagar.¹ Más de 378 millones de tarjetas operan con nuestra red.² Muestra estos logos y abre las puertas a clientes de cualquier parte del mundo.

Para más información o para solicitar tus pegatinas gratuitas, escanea este código:



Contacta con tu proveedor de pagos para asegurarte de que puedes aceptar Discover® Network y Diners Club International®.

* Clientes con tarjetas de Discover® Network y Diners Club International® residentes en Brasil, Corea del Sur, Croacia, Ecuador, Estados Unidos, India, Israel, Japón y Singapur que hayan viajado al extranjero en los últimos 36 meses.

1. Estudio realizado por C+R Research a 1356 clientes Discover, noviembre de 2023, por encargo de DFS Services LLC.

2. El total de tarjetas incluye tarjetas activas de Discover Network, DCI y redes asociadas. Datos facilitados por los miembros de la red y publicados por RBR Data Services en 2024.





^ Foto: Hiru Uhinak Hotel

Las habitaciones evocan camarotes de yate combinando confort y naturaleza

En definitiva, las duelas no son solo un revestimiento, sino una forma de construir atmósfera: una arquitectura de textura y luz que conecta pasado y contemporaneidad.

La luz natural y la paleta cromática clara son esenciales en el proyecto. ¿Qué buscaban transmitir con esta decisión?

Desde el inicio quisimos que la luz tuviera un papel estructural, no solo estético. La propiedad deseaba un espacio luminoso, sereno y muy cuidado, y para nosotros esa petición fue una oportunidad para reinterpretar la luz del norte desde nuestra propia mirada. Venimos del sur, y esa relación con la

claridad forma parte de nuestra forma de habitar; queríamos llevar algo de esa calidez a un entorno donde la luz se percibe de manera más contenida.

La paleta cromática —blancos rotos, arenas, verdes suaves y matices azules— nació de ese diálogo entre norte y sur, entre tierra y mar. Es una luz que no desborda, sino que envuelve; que realza la textura de los materiales y genera una sensación de calma continua.

En Hiru Uhinak, la luz actúa como un hilo invisible que une los espacios: revela las texturas, aporta profundidad y transforma cada estancia en una prolongación del paisaje exterior, gracias al diálogo entre la luz natural y los matices cálidos de la iluminación artificial.

El lobby se presenta como un espacio envolvente y dinámico. ¿Cómo surgió la idea de la chimenea central y los elementos orgánicos que lo articulan?

Desde el inicio queríamos que el lobby fuese un espacio que abrazara al visitante, no solo un lugar de paso. La chimenea central surgió como un punto de reunión, un corazón alrededor del cual todo gira. Su posición coronada por un gran foseado en el techo de forma ovalada, marca la idea de refugio y genera un ambiente cálido, casi doméstico, dentro de un edificio de seis plantas frente al mar.

Los dos sofás curvos enfrentados, con jardineras integradas, que siguen la secuencia ovalada del foseado del techo, refuerzan esa sensación de fluidez y organicidad. Juntos componen una suerte de paisaje contenido: una interpretación interior de Deba, donde el monte y la playa parecen encontrarse.

Todo el mobiliario fue diseñado a medida para mantener esa coherencia narrativa. Los materiales naturales, la vegetación y la luz cálida contribuyen a que el espacio se perciba envolvente y sereno, como si el paisaje exterior continuara dentro.

En las habitaciones, se aprecia un guiño a los camarotes de yate. ¿Cómo trabajaron esa referencia sin caer en la literalidad?

Esa referencia a los camarotes de yate no se abordó desde lo formal, sino desde la sensación. Nos interesaba la idea de refugio, de espacio contenido, más que reproducir una estética náutica. Por eso trabajamos con materiales y proporciones que evocan el mar de forma sutil: laminas de madera blanca, roble natural, cerámicas de líneas ondulantes y textiles orgánicos que aportan textura y calidez.

Las habitaciones buscan transmitir confort y serenidad, como si cada una fuera un pequeño camarote abierto al paisaje. La iluminación cálida y el mobiliario integrado refuerzan

LA MADERA Y LA LUZ NATURAL CREAN CALIDEZ Y ARMONÍA

zan esa idea de cobijo, pero sin perder amplitud visual. En lugar de imitar un barco, preferimos traducir su espíritu: espacios precisos, funcionales y envolventes, pensados para habitar con calma.

El spa y la zona de bienestar parecen tener un discurso sensorial propio. ¿Cómo lo conectaron con la narrativa general del hotel?

El spa era un espacio con una energía distinta y queríamos que mantuviera esa identidad, pero sin romper la narrativa



^ Foto: Hiru Uhinak Hotel

H&T SALÓN
DE INNOVACIÓN
EN HOSTELERÍA
2/3/4 FEB ——— 2026

**ENCIENDE
EL FUTURO**

ORGANIZA



PREMIUM PARTNER



PROMOTORES INSTITUCIONALES



PROMOTORES SECTORIALES



GOLDEN PARTNERS



BRONZE PARTNERS



FYCMA

Palacio de Ferias y Congresos de Málaga



#HyT
salonhyt.com

general del hotel. Lo concebimos como un paisaje interior introspectivo, casi geológico, donde el visitante se sumerge en una atmósfera de silencio y recogimiento.

La piscina central, alimentada con agua del mar, está presidida por un mural porcelánico de gran formato que representa un bosque difuminado, en diálogo con la vegetación costera del entorno. A su alrededor, columnas curvas y placas verticales de porcelánico retroiluminadas, evocan los estratos del flysch de la costa vasca, integrando el paisaje natural desde la abstracción.

Queríamos que el spa no ilustrara la naturaleza, sino que la encarnara: que la materia, la luz y la geometría transmitieran esa misma calma orgánica que recorre todo el hotel. Así, el huésped percibe continuidad entre el exterior y el interior, entre el rumor del mar y el silencio del agua contenida.

Varios detalles del mobiliario reinterpretan elementos de la tradición vasca. ¿Cómo fue ese proceso de transformación de lo vernáculo en diseño contemporáneo?

Nos interesaba acercarnos a la tradición vasca sin reproducirla literalmente. Queríamos que esos guiños culturales se percibieran desde lo simbólico. Por eso trabajamos con re-

ferentes materiales y gestos formales que pudieran dialogar con el presente.

Un ejemplo son las mesas auxiliares inspiradas en los enborrak, los troncos cortados por aizkolaris en el deporte rural vasco. Tomamos esa imagen de fuerza y raíz, pero la reinterpretamos desde un lenguaje contemporáneo, depurado y equilibrado. De la misma manera, el dosel de madera natural teñida de negro que enmarca algunas camas actúa como estructura y refugio, otorgando presencia y ornamentación al espacio.

Todo este proceso consistió en traducir la memoria local a una estética actual, cuidando las proporciones, la materia y el gesto. No se trataba de rescatar formas antiguas, sino de comprender su espíritu y transformarlo en algo vigente y coherente con la narrativa del hotel.

Si tuvieran que definir en una frase la experiencia que el huésped vive en Hiru Uhinak, ¿cuál sería?

La experiencia en Hiru Uhinak es la de sentirse en calma, en un hogar, envuelto por una luz serena y una atmósfera que evoca, de forma sutil, el ritmo y la armonía de la leyenda de las tres olas. Cada detalle está pensado para que el huésped perciba esa conexión entre el mar, la memoria y el descanso.



EL LOBBY ENVUELVE
AL VISITANTE CON
LUZ, MATERIALES
Y DETALLES
INSPIRADOS EN EL
MAR

LOGISTEL

amenities

Creating Difference




a v a n t

Avant marca un punto de inflexión en el sector del cuidado de la piel, en el que ni el producto ni la marca están vinculados al sexo, el color de la piel o la etnia, sino simplemente a lo que la piel necesita.

REPORTAJE

EQUIPAMIENTO DE COCINAS PROFESIONALES

HACIA LA TRANSFORMACIÓN TECNOLÓGICA

En el corazón de cualquier hotel late un espacio que, aunque pocas veces aparece en las fotografías promocionales, sostiene toda la promesa de excelencia gastronómica: la cocina profesional. En estos entornos, donde el tiempo se mide en segundos y la precisión marca la diferencia, la transformación vivida en los últimos años ha sido tan profunda como silenciosa. Hoy, las cocinas industriales ya no son simples centros de producción, sino auténticos laboratorios de innovación que redefinen la eficiencia, la seguridad y la creatividad culinaria.

> Foto: Mychef





La evolución de las cocinas profesionales en hoteles ha seguido un ritmo acelerado, impulsado tanto por la irrupción de nuevas tecnologías como por un cambio de mentalidad en los modelos operativos. Si antes el objetivo era producir más en menos tiempo, ahora la meta es producir mejor, con procesos más inteligentes y sostenibles. En este sentido, la digitalización ha jugado un papel clave: sistemas de monitorización en tiempo real, equipos conectados y software de gestión permiten anticiparse a fallos, optimizar el mantenimiento y ajustar consumos energéticos.

“EL ESTILO DE TRABAJO TAMBIÉN HA VIRADO HACIA ESTRUCTURAS MÁS FLEXIBLES Y COLABORATIVAS”

✓ Foto: Mychef



De este modo, Julián Pizzi, National Corporate Chef de RATIONAL, observa que, en los últimos años, las cocinas profesionales en hoteles han evolucionado hacia espacios más inteligentes y eficientes, impulsados por la digitalización y la automatización. “Una gran cantidad de equipos conectados en un hotel permiten control remoto, trazabilidad y reducción de errores, mientras que la sostenibilidad se refleja en menor consumo energético y materiales duraderos. Operativamente, se priorizan cocinas compactas y multifuncionales, flujos basados en datos para optimizar costes y minimizar desperdicios, y una mayor flexibilidad para personalizar menús y responder con rapidez a las demandas del cliente”.

De igual manera, el director general de Hosteleria10.com, Gregorio Sanz Salvador, detalla que, últimamente las cocinas profesionales en hoteles han evolucionado hacia espacios más tecnológicos, compactos y eficientes, con equipos multifunción e inteligentes, sistemas de cocción programables y digitalización de procesos. “Operativamente, han pasado de un modelo puramente artesanal a uno más estandarizado y controlado por datos, sin perder creatividad culinaria. Estos cambios simultáneos han dado como resultado un crecimiento en la rentabilidad de los negocios”.

Desde la perspectiva de Mychef, Ana Espuña, su responsable de contenidos, observa que la evolución de las cocinas profesionales en hoteles ha estado marcada por la digitalización y la automatización. “Estas transformaciones han permitido optimizar procesos, mejorar la precisión en las elaboraciones y aumentar la eficiencia operativa, facilitando el trabajo diario de los profesionales de la cocina”.

En este sentido, y como hemos visto, a nivel operativo, el estilo de trabajo también ha virado hacia estructuras más flexibles y colaborativas. Las cocinas se diseñan pensando en el flujo, el confort térmico y la ergonomía del equipo. La sostenibilidad, por su parte, deja de ser un valor añadido para convertirse en un estándar exigido, tanto en maquinaria como en procesos. El resultado: espacios más eficientes, seguros y preparados para una gastronomía hotelera en constante reinención.

Además, en este contexto de cocinas más inteligentes y modelos operativos renovados, los hoteles se encuentran en un punto de inflexión que va más allá del equipamiento y del diseño del espacio. La transformación tecnológica y organizativa ha abierto la puerta a nuevas prioridades y exigencias que marcarán el rumbo de la gastronomía hotelera en los próximos años. Así, mientras la eficiencia, la ergonomía y la sostenibilidad se consolidan como pilares fundamentales del día a día en cocina, emergen también desafíos estratégicos que afectan a toda la cadena de valor gastronómica. Porque modernizar una cocina no solo implica invertir en tecnología, sino también replantear procesos, anticiparse a las demandas del mercado y reforzar el papel del capital humano. Y es precisamente en esa intersección donde se dibujan los principales retos, y oportunidades, que afronta hoy la hostelería.

autodecco

El programa de diseño de interiores



Imagen generada con Autodecco 26

Diseña cocinas industriales con IA

Genera el proyecto técnico de manera automática, con planos acotados, instalaciones, leyendas, listados...

Compatible con
AutoCAD® y
SketchUp®.

Catálogos de las
principales marcas de
equipamiento industrial.

Comparte renders,
panoramas 360 y
modelos virtuales.

Con opción para
crear y mantener
tu propio catálogo.

Visítanos en www.autodecco.com
y lleva tus proyectos al siguiente nivel



/microcadsoftware

Autodecco, con la garantía de Microcad Software, especialistas en desarrollo de aplicaciones para el diseño de interiores desde 1987.

Powered by

**MICROCAD
SOFTWARE**



^ Foto: Rational

De este modo, desde Mychef detallan que los principales retos de la hotelería en el ámbito gastronómico se centran en la eficiencia energética, la sostenibilidad y la cualificación del personal. “Pero también hay grandes oportunidades en la integración de equipos conectados y eficientes que mejoran la operativa diaria y la gestión, reducen errores y que mantienen la excelencia del servicio”. Igualmente, desde Rational observan que los retos a los que se enfrenta la hotelería son el aumento de costes energéticos, la necesidad de reducir desperdicios y cumplir con estrictas normativas de seguridad alimentaria, además de la escasez de personal cualificado. Sin embargo, “surgen oportunidades clave: la digitalización y automatización permiten optimizar procesos, mejorar la trazabilidad y garantizar calidad constante, la sostenibilidad se convierte en ventaja competitiva mediante equipos eficientes y prácticas responsables y la demanda de experiencias gastronómicas personalizadas impulsa la innovación en menús y equipamiento multifuncional. Estas tendencias posicionan la cocina como un motor estratégico para diferenciación y rentabilidad”.

De este modo, desde Hosteleria10.com determinan que “los principales retos son el continuo aumento en costes de producción sin reducir la calidad del producto, la falta de personal cualificado y las continuas modificaciones de exigencias normativas y de sostenibilidad”.

Y, considera que las oportunidades vienen en la digitalización y el uso de la tecnología actual, la diferenciación gastronómica como elemento clave del negocio y la adaptación en torno a la sostenibilidad y eficiencia energética.

Experiencia del huésped

Aunque el huésped rara vez accede a su interior, la cocina profesional influye de manera decisiva en cómo vive y valora su estancia. Es el epicentro donde se orquestan tiempos, técnicas y procesos que determinan la calidad, la coherencia y la personalidad gastronómica del hotel. La puntualidad del

“La digitalización y automatización abren oportunidades para optimizar procesos”

ONNERA

Contract

Equipamiento



Calidad



Estética



Proyectos
Cocinas
Buffets
F&B

Soluciones
integrales



Eficiencia



Optimización

Funcionalidad



Innovación



Somos tu
solución
integral



Precisión



Diseño

All in One

 Onnera Contract

 @onneracontract

 www.onneracontract.com





^ Foto: Freepik



^ Foto: Freepik

room service, la frescura del buffet matutino o la capacidad de atender alergias y preferencias dietéticas no son casualidad: son el resultado de una estructura operativa sólida, una planificación milimétrica y un equipo que trabaja en perfecta sincronía. La cocina se convierte, así, en el lugar donde la promesa culinaria del establecimiento toma forma antes de llegar al plato. “No se trata solo del plato final, sino de todo el proceso que hay detrás: la agilidad del servicio, la consistencia del resultado y la capacidad de ofrecer calidad en cada momento. En este sentido, la tecnología juega un papel esencial”, define Ana Espuña.

Pero su papel va mucho más allá del servicio. Hoy, la cocina profesional también proyecta valores que los huéspedes reconocen y aprecian: sostenibilidad, innovación, cercanía y autenticidad. Desde la trazabilidad de los productos hasta la eficiencia energética de los equipos o la incorporación de propuestas gastronómicas locales, cada decisión tomada en este espacio impacta en la percepción global del cliente. La cocina se consolida como un elemento estratégico de la experiencia hotelera, capaz de generar emoción, diferenciación y fidelidad, incluso sin ser vista, pero siempre siendo esencial.

De este modo, Julián Pizzi considera que la cocina en hoteles es un elemento clave en la experiencia. “Define la percepción de calidad y autenticidad, refuerza la identidad del hotel a través de propuestas gastronómicas únicas y contribuye a la personalización, adaptándose a preferencias y dietas especiales. Además, influye en la sostenibilidad y transparencia, valores cada vez más apreciados por los clientes, y se convierte en un espacio de innovación que genera momentos memorables, como showcookings o experiencias inmersivas”.



^ Foto: Freepik

iCombi Pro. iVario Pro.

Rapidez, flexibilidad y máxima potencia para revolucionar tu cocina.



Descúbrelos aquí.
rational-online.com



“LA SOSTENIBILIDAD DEJA DE SER UN VALOR AÑADIDO PARA CONVERTIRSE EN UN ESTÁNDAR EXIGIDO”

En definitiva, “la cocina profesional es hoy un pilar de la experiencia global del huésped: influye en la percepción de marca, en la reputación online y en la fidelización. Más allá del plato, aporta transparencia (cocinas abiertas), storytelling del producto, experiencias en vivo y coherencia con el posicionamiento del hotel”, analiza Gregorio Sanz Salvador.

Equipamiento moderno y eficiente

Renovar una cocina profesional no es solo una cuestión de estética o de tecnología: es un ejercicio constante de equilibrio entre innovación, eficiencia y restricciones prácticas. Los hoteles se enfrentan al desafío de incorporar equipos modernos que optimicen procesos, reduzcan costes energéticos y garanticen estándares de seguridad, sin sobrepasar los límites de presupuesto o sacrificar espacio en un entorno ya de por sí complejo.

Cada inversión debe evaluarse estratégicamente, buscando un retorno que vaya más allá de lo económico y que impacte en la operativa, la sostenibilidad y la experiencia del huésped. Analizar cómo logran este balance revela no solo la planificación financiera detrás de la gastronomía hotelera, sino también la creatividad y visión de quienes diseñan cocinas pensadas para el presente y el futuro.

Así, se logra una inversión eficaz, “mediante una planificación estratégica que prioriza versatilidad y retorno de inversión. Los hoteles apuestan por equipos multifunción que reducen la cantidad de equipos y utensilios y optimizan el espacio, además de tecnologías que mejoran la eficiencia energética para disminuir costes operativos a largo plazo. Se realizan análisis de coste-beneficio considerando durabilidad, mantenimiento y ahorro en recursos, la digitalización también juega un papel importante a la hora de medir y estar al tanto de las pérdidas y gasto energético o de agua que se pueda evitar”, analiza el National Corporate Chef de RATIONAL.



^ Foto: Freepik

Por otro lado, el director general de Hosteleria10.com, confirma que los hoteles equilibran ambas características apostando por equipos versátiles, de bajo consumo y larga vida útil, priorizando aquellas soluciones que tienen retorno claro en eficiencia y calidad. “Se trabaja con proyectos bien planificados, fases de renovación escalonadas y diseños que expresen al máximo cada metro cuadrado”.

En este sentido, cabe tener presente que nos encontramos en un escenario donde cada metro cuadrado cuenta y las inversiones deben justificarse por su eficiencia y retorno, los hoteles han encontrado en la versatilidad de los equipos un aliado clave. Los espacios limitados no solo exigen orden y planificación, sino soluciones que permitan adaptar la cocina a distintos tipos de servicio sin comprometer la operativa. Es aquí donde los equipos multifuncionales y modulares cobran protagonismo: no se trata solo de ahorrar espacio, sino de generar flexibilidad, agilidad y eficiencia, garantizando que cada estación de trabajo pueda cumplir múltiples funciones

y responder a las necesidades cambiantes del día a día en un hotel moderno. La combinación de diseño inteligente, tecnología avanzada y funcionalidad se traduce en cocinas más compactas, productivas y capaces de mantener los estándares de calidad que los huéspedes esperan.

En este sentido, desde RATIONAL especifican que los equipos multifunción son clave para optimizar espacios reducidos en cocinas hoteleras, ya que permiten realizar múltiples procesos en un solo equipamiento, reduciendo la necesidad de varias máquinas y liberando superficie de trabajo. Además, “su diseño escalable ofrece gran flexibilidad”.

Asimismo, desde Hosteleria10.com explican que estos equipos permiten aprovechar mejor el espacio en cocinas hoteleras al sustituir varios aparatos por uno solo y adaptarse fácilmente a distintos tipos de servicio según la demanda, optimizando cada metro disponible. Como se ha visto, “aportan flexibilidad operativa, flujos de trabajo más ágiles, menor consumo energético y limpieza y mantenimiento simplificados, fundamentales en cocinas hoteleras compactas”.

Mientras tanto, desde Mychef son plenamente conscientes de que el espacio es uno de los recursos más valiosos en la cocina profesional, especialmente en el sector hotelero. Por ello, “diseñamos equipos multifuncionales que permiten realizar numerosos procesos de cocción en un solo dispositivo, reduciendo la necesidad de contar con múltiples máquinas y simplificando la operativa diaria”.

Cocinas inteligentes y conectadas

Como estamos viendo, la transformación digital también ha llegado al corazón de la hotelería: la cocina. Hoy, los hoteles apuestan por cocinas inteligentes y conectadas, donde hornos, frigoríficos y sistemas de gestión de inventario pueden ser controlados y monitorizados en tiempo real. Esta integración tecnológica no solo optimiza la eficiencia operativa, sino que permite anticiparse a problemas, reducir desperdicios y garantizar la calidad constante de los productos servidos. Más allá de simplificar tareas, estas soluciones conectadas ofrecen a los equipos una visión completa del flujo de trabajo, facilitando la planificación, el ahorro energético y la toma de decisiones estratégicas. Así, la cocina se convierte en un espacio proactivo, donde la tecnología potencia tanto la productividad como la experiencia del huésped.

En este sentido, Julián Pizzi considera que las cocinas inteligentes están transformando la eficiencia operativa al permitir un control remoto como es el caso de los equipos de cocción, optimizando tiempos y reduciendo errores.

Idea a la que se suma Gregorio Sanz Salvador quien asegura que las cocinas inteligentes están mejorando notablemente la eficiencia y la consistencia del producto gracias a la monitorización de equipos en tiempo real, centralización de re-

INTARCON

SOLUCIONES DE BAJO IMPACTO AMBIENTAL

NUEVA GAMA DE CONDENSADORAS Y CENTRALES DE A2L INVERTER



Serie DF-PN
Sigilus A2L
Rotativo INVERTER



Serie DV-YN
intarCUBE A2L
Scroll INVERTER



Soluciones para instalaciones frigoríficas de hasta 40 kW



Compresores de alta eficiencia



Mantenimiento seguro y fiable



www.intarcon.com

Materiales innovadores

La evolución de las cocinas hoteleras no solo depende de la tecnología, sino también de los materiales utilizados. Aunque el acero inoxidable sigue siendo el estándar, cada vez se incorporan superficies y recubrimientos que combinan higiene, durabilidad y un diseño más moderno, adaptados a las exigencias de un entorno profesional.

En este sentido, Gregorio Sanz Salvador, director general de Hostelería10.com, detalla que se incorporan superficies compuestas, encimeras antibacterianas, recubrimientos especiales y materiales más ligeros y resistentes a la corrosión. Estos materiales mejoran la higiene, facilitan la limpieza, aportan diseño más actual y mantienen la durabilidad exigida en un entorno profesional. A lo que Ana Espuña, responsable de contenidos Mychef añade que, aunque el acero inoxidable sigue siendo el material principal por su durabilidad, resistencia y facilidad de limpieza, cada vez se incorporan más acabados y recubrimientos avanzados, como superficies antihuellas o tratamientos antibacterianos que mejoran la higiene y reducen el mantenimiento.

Como vemos, a lo largo de los años, el acero inoxidable sigue siendo el número 1 gracias a su resistencia y facilidad de limpieza. No obstante, la industria hotelera está explorando nuevos materiales que aportan ventajas adicionales en higiene, durabilidad y estética. Uno de los más destacados es el acero inoxidable recubierto con nanotecnología antimicrobiana, que

inhibe el crecimiento de bacterias y facilita la limpieza profunda, especialmente en zonas de alto contacto como encimeras y fregaderos.

Otro material en auge es el polímero reforzado con fibra de vidrio (FRP), ligero, extremadamente resistente a golpes y caídas, y capaz de soportar temperaturas altas sin deformarse. Es ideal para superficies de trabajo, estanterías o carritos de servicio, combinando durabilidad con bajo mantenimiento.

Mientras tanto, el solid surface, un compuesto de resinas y minerales naturales, se utiliza cada vez más en barras, encimeras y zonas de presentación. Su principal ventaja es que es sin juntas, lo que elimina posibles grietas donde se acumule suciedad, además de ofrecer acabados estéticos y personalizables en colores y texturas.

Finalmente, materiales como el aluminio anodizado y el vidrio templado se incorporan en ciertos equipos de cocción y almacenamiento, combinando ligereza, resistencia a la corrosión y facilidad de limpieza, a la vez que aportan un toque moderno y elegante a la cocina profesional.

Estas alternativas permiten a los hoteles crear entornos más higiénicos y duraderos, al mismo tiempo que ofrecen una estética contemporánea que refuerza la imagen de modernidad y profesionalidad del establecimiento.

cetas, estandarización de cocciones, análisis datos de uso y reducción de errores. “El IoT ayuda a controlar temperaturas, consumos y mantenimientos, lo que se traduce en menos paradas, mayor seguridad alimentaria y una operación más rentable y trazable”.

De este modo, desde RATIONAL continúan indicando que esta conectividad no solo mejora la consistencia y la seguridad alimentaria, sino que también aporta datos clave para reducir desperdicios y planificar de forma más precisa, convirtiendo la cocina en un centro digital que impulsa productividad y sostenibilidad. “Esto se traduce en una gestión más ágil, menos errores y una reducción de costes operativos. Además, el acceso a datos en tiempo real permite aplicar mantenimiento predictivo, evitando paradas imprevistas”, añade Ana Espuña.

Y, desde Hostelería10.com considera que esta conectividad permite automatizar tareas repetitivas y de alta precisión, por lo que liberan al chef para labores creativas, de control

✓ Foto: Mychef



y presentación. “Esto genera mayor consistencia en los resultados, reducción de tiempos y mejor aprovechamiento del personal, sin sustituir el rol estratégico del equipo de cocina”.

Mantenimiento predictivo

El espacio cocina se trata de un entorno donde la continuidad del servicio y la eficiencia operativa son fundamentales, por ello, el mantenimiento predictivo y la monitorización remota de equipos se han convertido en aliados estratégicos para los hoteles. Estas tecnologías que hemos ido viendo a lo largo del reportaje, permiten anticipar fallos antes de que se produzcan, optimizar los tiempos de intervención y reducir costes de reparación, transformando la manera en que se gestiona la infraestructura de la cocina.

Así, cuando los hoteles las implementan no solo aseguran un funcionamiento más fiable de hornos, frigoríficos y otros equipos críticos, sino que también liberan recursos del personal para centrarse en la excelencia del servicio, garantizando que cada operación se desarrolle sin interrupciones y con el máximo rendimiento.

En este aspecto, desde RATIONAL corroboran que la monitorización remota aporta beneficios significativos en la ope-



^ Foto: Hostelería10



CORECO

40 aniversario 1985 - 2025

www.coreco.es

YouTube



LinkedIn



Instagram



facebook



www.coreco.es



Fabricantes especialistas en
refrigeración comercial HORECA





Fotos: Rational



“SE PRIORIZAN
COCINAS
COMPACTAS Y
MULTIFUNCIONALES”

ración hotelera. “Permiten anticipar fallos antes de que ocurran, evitando paradas inesperadas y costosas. Optimizan la vida útil de los equipos mediante ajustes basados en datos reales, reducen gastos en reparaciones urgentes y mejoran la planificación del servicio técnico. Además, la monitorización remota con soluciones ofrece control centralizado, alertas en tiempo real y análisis de consumo. Ya son muchos los hoteles que han adoptado estas soluciones sin problema y están encantados con el cambio y la facilidad”.

Del mismo modo, desde Hosteleria10.com detallan que el mantenimiento predictivo y la monitorización remota permiten detectar anomalías antes de que se produzca la avería. “Reduce paradas imprevistas y permite planificar intervenciones. Los hoteles que los implementan están viendo menos imprevistos, mayor vida útil del equipamiento y un control más fino de los costes de mantenimiento”. “El mantenimiento predictivo permite detectar desviaciones en parámetros como temperatura, consumo o ciclos de uso antes de que se produzca una avería, reduciendo paradas imprevistas, optimizando las revisiones y prolongando la vida útil de los equipos”, confirman desde Mychef.

En definitiva, la incorporación del mantenimiento predictivo y la monitorización remota está redefiniendo el concepto de eficiencia en las cocinas hoteleras. Estas soluciones no solo aseguran la continuidad del servicio y prolongan la vida útil de los equipos, sino que también permiten a los hoteles gestionar recursos, costes y personal de manera más inteligente. Al combinar control en tiempo real, análisis de consumo y alertas anticipadas, los establecimientos logran operar con mayor seguridad y precisión, transformando la cocina en un entorno proactivo y fiable. La experiencia de quienes ya han adoptado estas tecnologías demuestra que la modernización de la infraestructura no es un gasto adicional, sino una inversión estratégica que repercute directamente en la calidad del servicio y en la sostenibilidad operativa del hotel.

Eficiencia y equipos sostenibles

La sostenibilidad se ha convertido en un criterio clave en la planificación y renovación de cocinas hoteleras. En cocinas de alto volumen, donde el consumo de energía y agua puede ser considerable, los hoteles están implementando tecnologías que reducen el gasto sin comprometer el rendimiento ni la calidad de los platos.

Así, el National Corporate Chef de RATIONAL asegura que la eficiencia energética se logra principalmente con equipos

que combinan tecnología avanzada y sostenibilidad. “Se han desarrollado equipos de cocción inteligentes que ajustan automáticamente temperatura, humedad y tiempo para minimizar el consumo, además de funciones de apagado automático y recuperación de calor”.

Además, “tecnologías como inducción, hornos eficientes, iluminación LED, campanas inteligentes, refrigeración optimizada y controles electrónicos de consumo ayudan a reducir consumo sin perder rendimiento”, enumera el director general de Hosteleria10.com.

Asimismo, “los equipos se están adaptando a la sostenibilidad mediante tecnologías que favorecen prácticas ecológicas sin comprometer la calidad”, especifica Julián Pizzi.

De este modo, se puede confirmar que “los equipos se están adaptando con modos eco, control preciso de agua y energía, sistemas de cocción más eficientes, gestión de residuos y compatibilidad con envases reutilizables o reciclables. Esto ayuda a reducir huella ambiental, cumplir con normativas y responder a un huésped cada vez más sensible a la sostenibilidad”, continúa analizando Gregorio Sanz Salvador.

Además, “la gestión automatizada de recetas y ciclos de cocción permite evitar desperdicios de alimentos y minimizar mermas, optimizando recursos y favoreciendo prácticas eco-responsables sin comprometer la calidad ni la productividad en la cocina”, determina el responsable de contenidos Mychef.

En conjunto, estas soluciones permiten a los hoteles avanzar hacia cocinas más sostenibles, donde cada inversión tecnológica genera un retorno tangible no solo en términos de eficiencia y costes, sino también de responsabilidad ambiental, algo que hoy los huéspedes valoran cada vez más como parte integral de su experiencia.

“PRODUCIR MEJOR,
CON PROCESOS
MÁS INTELIGENTES Y
SOSTENIBLES.”

BOLD

Compacto R290

La opción ideal para
la refrigeración sostenible de
cámaras frigoríficas exteriores



INTEMPERIE



CÁMARAS
FRIGORÍFICAS

GREEN SOLUTIONS



REFRIGERANTE
NATURAL



AHORRO
ENERGÉTICO

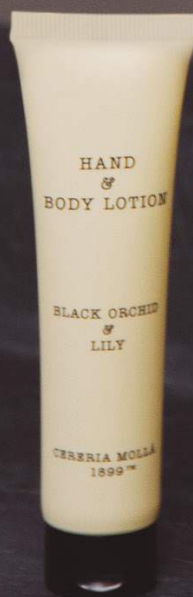


SILENCIOSOS

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



EXPERIENCIA SENSORIAL EN EL HOTEL

LA EXPERIENCIA QUE
TRANSFORMA LA ESTANCIA

El huésped de hoy no busca solo comodidad: quiere sentirse inspirado, acogido y sorprendido a través de estímulos que conecten con sus emociones más profundas. Aromas, texturas, luces y sonidos se integran como parte esencial de la propuesta de valor, creando experiencias memorables y auténticas desde el primer instante.

En un momento en que la hospitalidad evoluciona al ritmo de las nuevas expectativas del viajero, el bienestar sensorial emerge como uno de los pilares más influyentes en la experiencia hotelera contemporánea. El huésped de hoy no se conforma con una estancia confortable: desea sentirse inspirado, acogido y sorprendido a través de estímulos que conecten con sus emociones más profundas. Esta búsqueda de sensaciones, sutiles, memorables y multisensoriales, está transformando la forma en que los hoteles diseñan sus espacios, servicios y atmósferas. Aromas que transmiten calma, texturas que envuelven, luces que guían el estado de ánimo y paisajes sonoros que invitan al descanso se integran ahora como parte esencial de la propuesta de valor. En este contexto, la industria se enfrenta al desafío de convertir cada interacción en una vivencia significativa, capaz de resonar con el viajero incluso después de su partida.

De este modo, Juan Luis Requena, Socio Fundador de REQUENA Y PLAZA, analiza que el diseño de un hotel no puede limitarse a ofrecer confort físico: debe despertar emociones y generar vínculos memorables para el huésped. Así, entienden el bienestar sensorial como un equilibrio entre lo funcional y lo emocional. “Desde la selección de materiales hasta la iluminación, pasando por la acústica, los colores, las texturas... todo debe estar pensado para que el huésped no solo ‘use’ el espacio, sino que lo sienta como propio, lo recuerde y lo comparta. La estancia en un hotel debe ser una experiencia completa”.

A lo que Natalia Mezquida, responsable de Producto y Marca Privada de Aromas de Ibiza, añade que el bienestar sensorial

“LOS AMENITIES REFLEJAN LA RESPONSABILIDAD AMBIENTAL Y ÉTICA DEL HOTEL”

va más allá del confort físico: se trata de emocionar. “A través del marketing olfativo, los hoteles pueden crear atmósferas que transmiten calma, lujo o vitalidad, haciendo que el huésped asocie el espacio con una sensación única y memorable”. Asimismo, António de Albuquerque, director de Marketing de Groupe GM Amenities Exclusivos, también considera que el bienestar sensorial se traduce hoy en una experiencia integral donde se combinan confort físico, armonía estética y responsabilidad ambiental. En su opinión, el huésped actual valora espacios que transmitan serenidad y autenticidad; ambientes funcionales pero acogedores, donde cada detalle,

✓ Foto: Requena y Plaza. Meliá La Palma



desde la iluminación hasta la fragancia, contribuye a una sensación de equilibrio emocional. “El bienestar ha dejado de ser solo comodidad: es coherencia entre lo que se siente, lo que se ve y lo que se cree. Y esa coherencia también pasa por la sostenibilidad”.

Está claro que “el huésped tiene que sentirse cómodo en todas las etapas de su estancia en el alojamiento y sentirse como en casa. Cualquier detalle puede hacer que el huésped se sienta conectado emocionalmente y que está viviendo una experiencia única”, comparte Pol García-Marmer Acedo, director general de LittleBox Welcome Packs.

Así, por ejemplo, desde ADA Cosmetics añaden que, en el ámbito de la cosmética hotelera, tres factores desempeñan un papel fundamental: una fórmula de cuidado de alta calidad para una compatibilidad óptima, una textura agradable para una sensación positiva en la piel y una fragancia armoniosa que completa la experiencia de bienestar de lujo.

“Con respecto a los dos primeros puntos: los productos de cuidado deben estar cuidadosamente formulados y probados para ser especialmente suaves y bien tolerados. Solo cuando son desarrollados con un pH neutro para la piel y sin aditivos irritantes pueden ofrecer verdaderos momentos de cuidado placentero a cada huésped”.

Con respecto al tercer punto, detalla que las fragancias elevan la experiencia del huésped en su conjunto y dejan una impresión duradera. Existen composiciones aromáticas que apelan a sentidos muy específicos y actúan de forma especialmente armoniosa sobre ellos.

Y, por último, además de la calidad de los ingredientes, el diseño y los materiales de los dispensadores de cosméticos también son de gran importancia. “Los productos con ingredientes naturales y envases ecológicos y reciclables apelan a los sentidos y valores de los huéspedes y les dejan una sensación positiva. Por ello, desarrollamos dispensadores ecológicos, higiénicos y a la vez estéticos para nuestra cosmética hotelera, ayudando a nuestros socios hoteleros a crear una experiencia excepcional para sus huéspedes”.

Amenities, el pequeño indispensable

En la nueva era del bienestar sensorial, cada elemento del hotel se convierte en una oportunidad para conectar emocionalmente con el huésped, y los amenities están viviendo una auténtica revolución. Lejos de ser simples accesorios de cortesía, ahora son una extensión del estilo, los valores y la identidad del establecimiento. Fórmulas más sostenibles, fragancias creadas a medida, texturas pensadas para despertar sensaciones agradables y envases que reducen el impacto ambiental redefinen su papel en la experiencia global. El viajero busca productos que cuenten una historia, que reflejen coherencia y que aporten un momento íntimo y memorable.



^ Foto: ADA Cosmetics

En este sentido, los amenities ya no se perciben como un complemento, sino como parte de la experiencia sensorial del huésped. “Hoy se busca que transmitan bienestar, coherencia con los valores de sostenibilidad y un toque personalizado. Las brumas de almohada, por ejemplo, invitan a la calma y aportan una dimensión emocional que conecta con el huésped de forma sutil y memorable”, describe la responsable de Producto y Marca Privada de Aromas de Ibiza. Del mismo modo, el director de Marketing de Groupe GM Amenities Exclusivos detalla que hace tiempo que dejaron de ser un producto puramente funcional. Hoy son un vehículo de posicionamiento y de valores. “Los amenities reflejan la responsabilidad ambiental y ética del hotel; en sus fórmulas naturales, en los envases reciclables y en los sistemas recargables. La personalización pasa también por la elección de las marcas adecuadas”.

“A TRAVÉS DEL MARKETING OLFATIVO, LOS HOTELES PUEDEN CREAR ATMÓSFERAS QUE TRANSMITEN CALMA, LUJO O VITALIDAD”

“Precisamente porque los productos de cuidado en hoteles han dejado de ser simples artículos de uso para convertirse en una parte esencial de la experiencia de marca, hoy en día la sostenibilidad, la calidad, el diseño y el impacto emocional se sitúan en el centro de las expectativas de los huéspedes”, determinan desde ADA Cosmetics. De este modo, destacan que los ingredientes naturales y los envases ecológicos y reciclables apelan a los sentidos de los huéspedes y reflejan sus valores, dejando una sensación positiva.

En este punto, el director general de LittleBox Welcome Packs observa cómo sus clientes buscan en los amenities una oportunidad para sorprender y con una tendencia clara hacia una sostenibilidad, naturalidad y ecológicos. Por ello, indica que se están encontrando con muchos kits personalizados con el logo de la empresa y con mucha demanda de amenities ecológicos.

Definitivamente, los amenities van mucho más allá de la funcionalidad: se han convertido en herramientas estratégicas para ofrecer bienestar sensorial y conectar emocionalmente con el huésped. Así, entre las características más valoradas podemos destacar:

Sostenibilidad y respeto ambiental: Los viajeros buscan productos que reflejen un compromiso real con el planeta. Esto se traduce en envases reciclables, recargables o biodegradables, así como en ingredientes naturales, veganos y certificados, libres de químicos agresivos. La procedencia local y ética de los materiales también añade valor, reduciendo la huella de carbono y apoyando a productores locales.

Personalización y exclusividad: Cada huésped desea sentirse único. Por ello, los hoteles apuestan por fragancias, texturas o kits adaptados a perfiles específicos, presentaciones personalizadas e incluso colaboraciones con marcas premium. La exclusividad no solo genera un vínculo emocional, sino que transforma un simple producto en un recuerdo memorable.

Conexión emocional y sensorial: Los amenities modernos buscan estimular los sentidos y las emociones: aromas relajantes o energizantes, texturas envolventes y combinaciones multisensoriales crean rituales de bienestar que prolongan la experiencia más allá del confort físico.

Diseño estético y storytelling: El diseño importa tanto como el contenido. Packaging elegante, coherente con la identidad

✓ Foto: LittleBox Welcome Packs



del hotel, que cuente una historia o evoque cultura local, convierte los amenities en pequeños objetos de deseo que refuerzan la imagen de marca y dejan huella en la memoria del huésped.

Funcionalidad y practicidad: Finalmente, la utilidad sigue siendo clave: productos de alta calidad, cómodos para viajar, combinaciones prácticas en kits de bienestar o descanso nocturno, que integran estética y sensorialidad sin perder su función principal.

Una herramienta de marketing

Estos productos de bienvenida se han convertido en un vehículo de bienestar sensorial y una extensión de la identidad del hotel, representan el primer instante en que esa experiencia cobra vida. Ese pequeño gesto, aparentemente simple, es mucho más que cortesía: marca el inicio de la relación del huésped con la marca, genera emociones inmediatas y puede convertirse en un elemento diferenciador clave.

En este sentido, desde Groupe GM Amenities Exclusivos consideran que el detalle de bienvenida es el primer punto de conexión emocional. “Cuando se diseña con coherencia, sostenible, estéticamente cuidado y con propósito, se convierte

“LA ESTANCIA EN UN HOTEL DEBE SER UNA EXPERIENCIA COMPLETA”

en una extensión de la identidad del hotel. “Pequeños gestos, como amenities sólidos, un mensaje personalizado o un accesorio de material ecológico, comunican atención y autenticidad. Es a este nivel micro donde se construye la percepción de calidad y hospitalidad genuina”.

Asimismo, desde Aromas de Ibiza destacan que un detalle de bienvenida es mucho más que una cortesía: es la prime-



UNA GRAN EMPRESA
QUE RESPONDE A SUS NECESIDADES

SERVICIO INTEGRAL DE PRODUCTOS Y SISTEMAS
DE LIMPIEZA E HIGIENE PROFESIONAL

info@grupopheleo.com
www.grupopheleo.com

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

ra oportunidad de emocionar al huésped. “Cuando ese gesto refleja la esencia de la marca, por ejemplo, a través de su aroma o un producto diseñado a medida, se convierte en una herramienta de hospitalidad y diferenciación que comunica cuidado, identidad y atención genuina”.

Además, desde LittleBox Welcome Packs se encuentran cada vez más con clientes que quieren personalizar sus kits, con su logo, mensaje personalizado, tarjeta... para diferenciar y que el huésped lo note y se sienta personalizado y les crea una emoción. Para los establecimientos es una manera de diferenciarse de un mercado muy amplio y homogéneo.

La elección de un obsequio, su presentación, aroma o mensaje personalizado no solo sorprende, sino que transmite valores, estilo y atención al detalle, creando un recuerdo memorable desde el primer momento.

El secreto está en la intención: un gesto bien pensado comunica valores, coherencia y atención al detalle, reforzando la percepción de calidad y exclusividad. Además, los detalles de bienvenida son una oportunidad para sorprender y generar recuerdo, apelando a los sentidos: el aroma de un delicado perfume de ambiente, la textura de un packaging elegante o la combinación de colores y materiales pueden despertar emociones y sensaciones positivas desde el primer instante.

Ser sostenibles

Si antes la sostenibilidad podía ser un valor añadido, hoy se ha convertido en una exigencia tanto para huéspedes como para la industria hotelera. En el ámbito del bienestar sensorial, esto implica repensar cada detalle: desde los amenities y fragancias hasta el packaging, los textiles o incluso los rituales de bienvenida. Los hoteles se enfrentan al reto de ofrecer experiencias memorables y sensorialmente ricas, sin comprometer su compromiso con el planeta.

En este sentido, António de Albuquerque define que la hotelería está redefiniendo el concepto de lujo a través de la sostenibilidad. “El nuevo lujo es discreto, natural y responsable. Los hoteles sustituyen plásticos por bambú, aluminio o papel reciclado; priorizan envases de materiales reciclables y reciclados y productos de origen vegetal; y apuestan por marcas con certificaciones reconocidas. La estética no se pierde: al contrario, el diseño sostenible es ahora sinónimo de sofisticación. El equilibrio se logra cuando la experiencia sensorial es más bella, ética y coherente con la sostenibilidad”, especifica.

De este modo, Natalia Mezquida considera que la sostenibilidad y el lujo ya no son opuestos, sino complementarios; habiéndose convertido así la sostenibilidad en una extensión natural del lujo. “Muchos hoteles están optando por fragan-

“EL HUÉSPED ACTUAL
VALORA ESPACIOS
QUE TRANSMITAN
SERENIDAD Y
AUTENTICIDAD”

Foto: Aromas de Ibiza





La primera impresión no se ve. Se siente.

Aromas que elevan la experiencia de tus huéspedes desde el primer instante.

En **Aromas de Ibiza** creamos **fragancias personalizadas** y soluciones aromáticas para hoteles que desean ofrecer más que una estancia: una **sensación**.

Los aromas tienen la capacidad de transformar espacios, transmitir calma y bienestar, **reforzar la identidad del hotel** y convertir cada visita en un **recuerdo inolvidable**.



Transforma tu hotel en un recuerdo inolvidable.

Solicita tu propuesta personalizada.

Dirección: C/ Des Mayans 32, P.I. Montecristo, 07816 San Rafael, Ibiza, Islas Baleares (España)

Teléfono: +34 971 93 11 12

Email: info@aromasdeibiza.es

Web: www.aromasdeibiza.com



cias y amenities responsables, elaborados con ingredientes seguros y envases reutilizables o recargables. Las brumas, velas o mikados con aroma corporativo permiten mantener la coherencia sensorial del espacio, reduciendo el impacto ambiental y ofreciendo al huésped una experiencia auténtica y consciente”.

Así, Pol García-Marmer Acedo está notando que los clientes valoran que se ofrezcan alternativas sostenibles sin perder diseño ni calidad. “Se trata de demostrar que se puede cuidar el planeta sin renunciar al detalle o al buen gusto. Proponemos embalajes sostenibles, ecológicos y también productos completamente ecológicos y sostenibles”.

Resumiendo, cada vez más los huéspedes esperan una oferta sostenible. Pero el lujo y la sostenibilidad no se excluyen mu-

tuamente: al contrario, pueden complementarse de manera ideal. “En el ámbito de la cosmética hotelera, todo comienza con la cuidadosa selección del proveedor: transparente, sostenible y con los más altos estándares de calidad. Al mismo tiempo, los hoteles deben replantear sus procesos internos para implementar soluciones verdaderamente sostenibles”, analizan desde ADA Cosmetics.

Además, explica que con certificaciones de confianza como EcoVadis, Cradle-to-Cradle y Green Key, los hoteles pueden demostrar a sus huéspedes de manera fiable que la sostenibilidad y la transparencia son prioridades absolutas y que colaboran con socios y proveedores que aplican estos valores de forma consistente.

En este punto, Juan Luis Requena comenta que se puede ser sostenible sin perder belleza, detalle ni sofisticación. De hecho, el lujo hoy se percibe en el respeto por el entorno, en lo bien hecho y en lo duradero. “Esto se traduce en el uso de artesanía, materiales de producción responsable y procesos de diseño que reducen el impacto ambiental, y conciencia de eficiencia energética y de recursos naturales. Hoy día, el cliente valora esa coherencia ética en la experiencia que vive en un hotel”.

Como vemos, incluso los pequeños gestos se convierten en poderosos aliados de la sostenibilidad y la diferenciación de marca. Los hoteles más innovadores no solo apuestan por envases recargables o biodegradables, sino que buscan sorprender con propuestas que enriquecen la experiencia sensorial.

Por ejemplo, kits de amenities reutilizables permiten que los huéspedes se lleven a casa una parte de la experiencia, reduciendo residuos y reforzando la conexión emocional. Las

“CADA ESTANCIA SE
CONVIERTE EN UN
RITUAL ÚNICO”

Línea Black



Descúbrela

Tel. +34 634 224 019 | info@pgscleaning.com · proderpharmacare.com

Registro Desinfectantes Hospitalarios: 6181DS
Registro Productos Sanitarios: 6128-PS
ROESP - B-0102-E

Tu piel es nuestra pasión

 **PRODERPHARMACARE**

PGS
Cleaning

“LA TECNOLOGÍA HA DE SER AL SERVICIO DE LA EXPERIENCIA DEL USUARIO...”

fragancias, elaboradas con ingredientes naturales o locales, no solo cuidan el medio ambiente, sino que evocan recuerdos del destino y refuerzan la identidad del hotel. Los textiles sostenibles, fabricados con fibras orgánicas certificadas, combinan confort, tacto lujoso y responsabilidad ecológica, transformando la estancia en un verdadero ritual de bienestar consciente. Incluso elementos como tarjetas de bienvenida, notas personalizadas o mini-bars con productos eco-friendly se convierten en pequeños detalles que comunican de manera tangible el compromiso del hotel con la sostenibilidad, sin sacrificar estilo ni sofisticación.

En conjunto, estas estrategias demuestran que la responsabilidad ambiental puede integrarse de manera natural y elegante en cada punto de contacto sensorial con el huésped.

Tecnología y personalización

Si los amenities, los detalles de bienvenida y la sostenibilidad se han convertido en piezas clave para ofrecer experiencias sensoriales memorables, la tecnología emerge ahora como el siguiente nivel de personalización. En un huésped que busca sentirse único, los hoteles no solo deben cuidar los aromas, texturas y diseños, sino también adaptar el ambiente a cada perfil de manera precisa y dinámica. Luces, música, fragancias o incluso la temperatura pueden configurarse para crear atmósferas a medida, transformando cada estancia en un ritual sensorial individualizado. Este enfoque permite que cada interacción con el espacio sea coherente con la identidad del hotel, pero también profundamente personal, intensificando la conexión emocional y elevando la experiencia de bienestar a nuevas cotas.

En este sentido, LittleBox Welcome Packs detallan que la tecnología está ayudando mucho de manera que los clientes pueden configurar ellos mismos su kit teniendo en cuenta su tipo de huésped, donde están situados, estilo de establecimiento. A lo que desde Aromas de Ibiza añaden que la tecnología permite crear experiencias sensoriales totalmente personalizadas, ajustando aromas, luces y música al perfil de cada huésped. Esto se complementa con productos como cartas de brumas para la almohada, que permiten elegir fra-

gancias según gustos y necesidades. Así, “cada estancia se convierte en un ritual único, donde bienestar e identidad de marca se viven de forma memorable”.

Asimismo, desde REQUENA Y PLAZA comparten la idea de que la tecnología es una herramienta extraordinaria para personalizar entornos. “En muchos de nuestros proyectos ya se



Foto: Groupe GM Amenities Exclusivos



ADA
COSMETICS

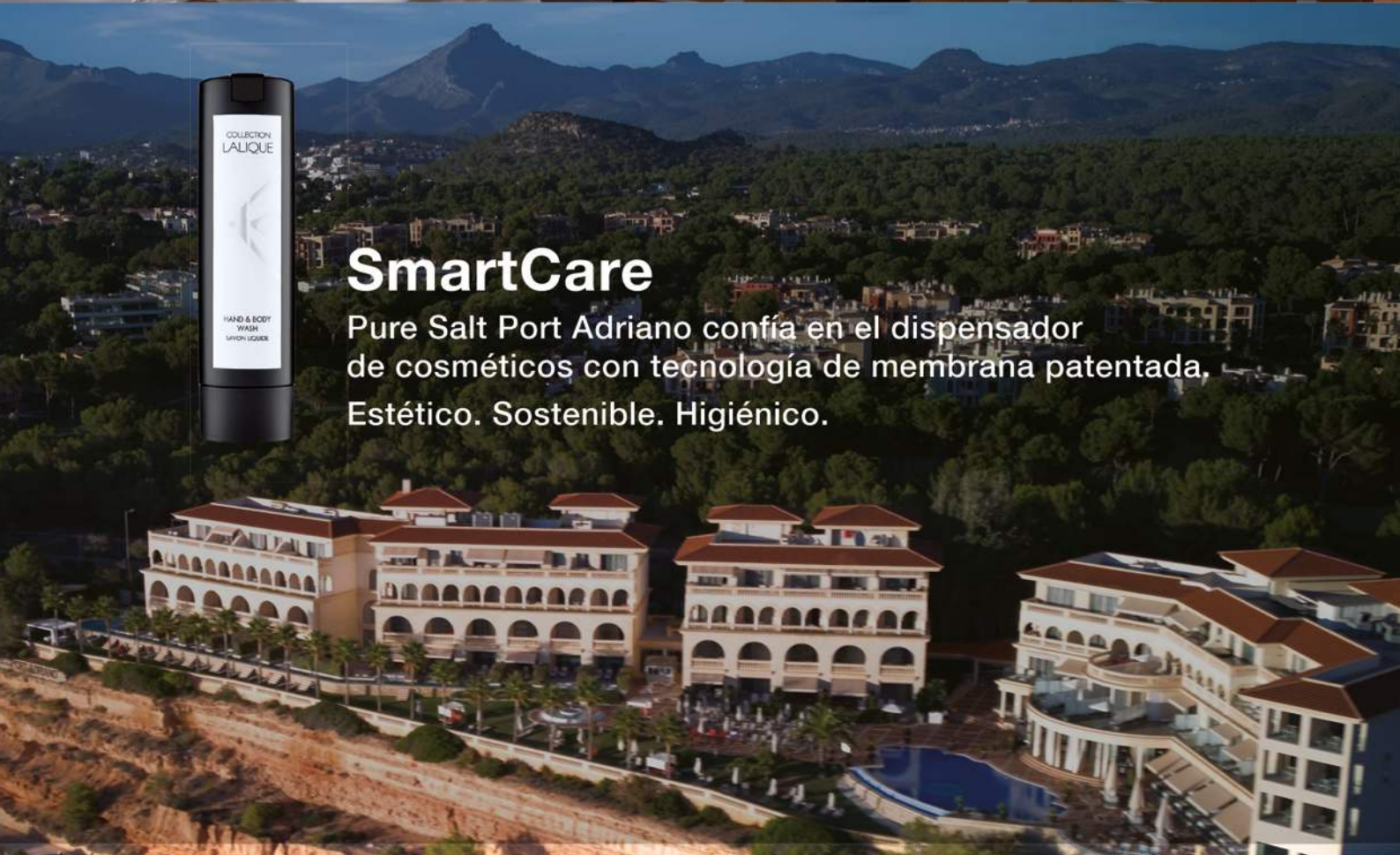
“Ya hemos trabajado con ADA Cosmetics durante mucho tiempo y valoramos su conocimiento. Estamos muy contentos de trabajar con ellos, y nuestros huéspedes también lo están con sus productos.”

Loes Rutjes,
Gerente General de Pure Salt Port Adriano



SmartCare

Pure Salt Port Adriano confía en el dispensador de cosméticos con tecnología de membrana patentada, Estético. Sostenible. Higiénico.



Putting beauty into travel.
Surprising, sustainable & safe.

Solicite ahora una muestra gratuita:
ada-cosmetics.com/es



integran sistemas de control inteligente donde el huésped puede ajustar temperatura, luz, música e incluso aroma con un solo gesto. Pero para nosotros, lo más importante es que esa tecnología sea amigable para el usuario, intuitiva y no impositiva. Queremos que el huésped tenga el control si lo desea, pero que también pueda disfrutar del espacio sin tener que aprender a usar algo tecnológicamente complicado. Ha de ser la tecnología al servicio de la experiencia del usuario... y no al revés, como sucede en algunas ocasiones”.

Así pues, desde Groupe GM Amenities Exclusivos determinan que es inevitable que la tecnología se integre en el diseño sensorial de los hoteles. En su opinión, “el desafío será combinar innovación tecnológica con autenticidad humana: crear entornos más personalizados sin perder la esencia de la hospitalidad”.

El aroma de un hotel

El olfato, capaz de despertar recuerdos con una intensidad única, se ha convertido en una herramienta estratégica para construir identidad y emocionar al huésped desde el primer paso en el lobby. En este sentido, el aroma es una firma invisible que define la identidad sensorial de un hotel. “A través de su perfume ambiental, el huésped reconoce y recuerda la marca, incluso tiempo después de su estancia. Es una forma



“EL DISEÑO
SOSTENIBLE ES
AHORA SINÓNIMO DE
SOFISTICACIÓN”

sutil pero poderosa de generar conexión emocional y diferenciación. Además, el aroma corporativo permite ofrecer productos personalizados con esa misma fragancia corporativa, como velas, brumas o mikados, es una forma de prolongar la experiencia más allá de la estancia. Llevarse el aroma a casa convierte un recuerdo en algo tangible y refuerza el vínculo emocional con la marca”, describe Natalia Mezquida.

CERERIA MOLLÁ

1899™



CARE
ABOUT
EARTH

alu botella

8g
BOLSA
RECICLABLE

COSMÉTICA
TRAZABLE

TUBO
DE ORIGEN
VEGETAL

TAPA DE
PLÁSTICO
RECICLADO

VEGAN

GROUPE GM
AMENITIES EXCLUSIVOS

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



Del mismo modo, desde ADA Cosmetics añaden que las fragancias funcionan como un logotipo olfativo: hacen que una marca sea reconocible y la diferencian de sus competidores. Por ello, “los conceptos hoteleros modernos apuestan cada vez más por una interacción de todos los sentidos: visual, acústico, táctil y olfativo. El aroma se convierte así en un componente esencial de una experiencia integral para el huésped. Una cosmética hotelera adecuada contribuye de manera significativa a ello”.

En este sentido, “las fragancias de marca tienen un papel determinante en la construcción de la memoria emocional de una estancia. Un estudio de la Universidad Rockefeller demostró que recordamos el 35 % de lo que olemos, frente al 5 % de lo que vemos. Las fragancias de los amenities, especialmente cuando junto a una marca reconocida, prolongan ese recuerdo y refuerzan la identidad del hotel. Un buen perfume es la firma invisible del espacio: discreta, pero inolvidable”, analiza António de Albuquerque.

Además, destaca que el perfume ideal de un hotel del futuro debe transmitir autenticidad, serenidad y responsabilidad ambiental. “Debe reforzar la sensación de bienestar, reflejar la coherencia del hotel y comunicar valores como sostenibilidad, cuidado del entorno y confort emocional del huésped”. Al mismo tiempo, explica que debe tener alma, pero sin exceso. Ser limpio, natural, confortable y reconocible, sin resultar intrusivo; algo que se perciba antes de identificarse. Un perfume que evoque bienestar, coherencia y respeto por la naturaleza. “Más que una fragancia, será una sensación que acompañe al huésped incluso después de haber abandonado el hotel”, determina.

A lo que Pol García-Marmer Acedo determina que tendría que ser un perfume que transmita transparencia, sostenibilidad y conexión. “Con un aire fresco y transmite cercanía haciendo vivir una experiencia única y que crea una vivencia y recuerdo al huésped durante y después de la estancia”.

Así, algunas de las características que definen un aroma de un hotel son:

“EL NUEVO LUJO ES
DISCRETO, NATURAL Y
RESPONSABLE...”



Coherencia con la identidad del establecimiento: El aroma debe funcionar como un “logotipo invisible”, expresando la personalidad del hotel sin necesidad de palabras. Por ejemplo, un cinco estrellas de estética minimalista puede elegir notas limpias, minerales o cítricas; un hotel heritage preferirá fragancias más cálidas, con recuerdos a madera, cuero o especias; mientras que un alojamiento costero buscará acordes salinos, vegetales o florales que evoquen la brisa marina. El perfume no es un complemento: es parte del concepto de marca.

Intencionalidad emocional: Los aromas no se seleccionan al azar. Cada familia olfativa provoca sensaciones concretas:

- Las notas cítricas aportan energía y dinamismo.
- Las florales suaves transmiten calma y armonía.
- Las amaderadas infunden sofisticación y solidez.
- Los acordes verdes o herbales conectan con la naturaleza y el bienestar.

El hotel decide qué quiere que sienta el huésped desde el primer paso... y diseña su aroma en consecuencia.

Sutiliza bien calibrada: Un buen aroma de hotel nunca invade; acompaña. La intensidad se ajusta cuidadosamente para que sea reconocible sin resultar pesado. Esta sutileza requiere tecnología -difusores profesionales, sistemas inteligentes, microdosificación...- y un enfoque artístico. La clave está en que el huésped “lo note sin darse cuenta”.

Adaptación por zonas y usos: La identidad olfativa no es homogénea, dependiendo de la estancia se elegirá uno u otro:

- En lobbies se emplean fragancias más identitarias, pensadas para recordar.
- En pasillos y ascensores, notas más ligeras y neutras.
- En habitaciones, fragancias suaves diseñadas para relajar.
- En spas y wellness, aceites esenciales que acompañan rituales.

Esta microsegmentación convierte el recorrido por el hotel en un viaje olfativo coherente y envolvente.

Durabilidad y consistencia en el tiempo: Un aroma de marca debe mantenerse estable desde la mañana hasta la noche, y desde una temporada a otra. Tecnología, formulación y control del entorno garantizan que la experiencia sea reconocible incluso en futuras visitas. Esta consistencia es clave para la fidelización sensorial.

Capacidad de trasladarse más allá del hotel: Muchos establecimientos venden su fragancia en formatos como velas, mikados o sprays. Esto no solo genera ingresos adicionales, sino que extiende la experiencia a la vida cotidiana del huésped: el aroma del hotel se convierte en un recuerdo vivo que vuelve una y otra vez.



REPORTAJE

CARTELERÍA Y SEÑALÉTICA

GUÍA, ESTÉTICA Y EXPERIENCIA

En los hoteles hay detalles que pasan desapercibidos, pero marcan la diferencia en la experiencia del huésped. La cartelería, silenciosa y discreta, ha dejado de ser un simple recurso funcional: hoy orienta, comunica identidad y transmite valores.

> Foto: Freepik





En un hotel, hay elementos que pasan desapercibidos pero que definen la experiencia del huésped. La cartelería es uno de ellos: silenciosa, discreta, pero imprescindible. Tradicionalmente se concebía como un recurso funcional para orientar y cumplir normativa. Hoy, sin embargo, ha evolucionado hacia un lenguaje propio, capaz de transmitir identidad, valores y emociones.

En este sentido, la señalización hotelera no solo debe ser estética; debe cumplir rigurosas normas nacionales y europeas. Según Sergio Calatayud, CEO de Ficxa, “en el ámbito hotelero, la señalización debe cumplir una serie de normativas que garantizan la seguridad, la accesibilidad y la correcta orientación de los usuarios. Entre las más relevantes destacan el Real Decreto 485/1997 sobre señalización de seguridad y salud en el trabajo, la norma UNE 170002 de accesibilidad universal y la ISO 7010, que regula los símbolos de evacuación y emergencia a nivel europeo”.

Pero cumplir la normativa es solo el inicio. Hoy, un diseño responsable pasa también por la sostenibilidad y la narrativa del hotel. De este modo, Calatayud explica que “el uso de materiales reciclables, tintas ecológicas y procesos de producción responsables se está convirtiendo en una práctica habitual en el sector. En Ficxa seguimos esa línea, incorporando progresivamente soluciones más sostenibles y adaptadas a las nuevas exigencias medioambientales”.

Por otro lado, la señalización también puede incluso ser un vehículo de storytelling, tal y como explica el CEO de Ficxa,

“LA SEÑALIZACIÓN ES UNA OPORTUNIDAD DE CONTAR UNA HISTORIA SIN PALABRAS”

“la señalización es una oportunidad de contar una historia sin palabras”. En este aspecto, desde la empresa entienden cada proyecto como una extensión de la identidad visual y emocional del hotel: desde el primer cartel de bienvenida hasta los directorios o los elementos de orientación. “Cuando la señalética respira el mismo lenguaje gráfico, cromático y sensorial que el espacio, se convierte en parte de la experiencia del huésped”. Así, destaca que su papel es lograr que cada pieza comunique sin interrumpir, guiando de forma natural y coherente con el relato del hotel.

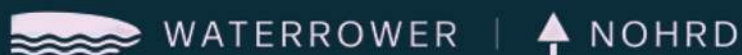


De este modo, un cartel o directorio no solo cumple su función orientativa: transmite identidad y refuerza la marca, haciendo que la experiencia del huésped sea más coherente y memorable. Por ejemplo, un hotel boutique puede integrar motivos culturales o detalles naturales en sus carteles, conectando la señalética con la narrativa del espacio y generando un impacto sensorial sutil pero efectivo.

Accesibilidad y percepción

La accesibilidad es un pilar del diseño responsable, no solo un requisito legal. Sergio Calatayud enfatiza cómo la accesibilidad no debe verse como un requisito, sino como una forma de respeto. Por ello, diseñan desde la empatía, utilizando contrastes adecuados, tipografías legibles, iconografía universal y elementos táctiles o en braille integrados con elegancia. “Buscamos que la inclusión sea invisible en el sentido estético, pero muy visible en la experiencia del usuario. El reto es lograr que cualquier persona, independientemente de sus capacidades, se sienta autónoma dentro del espacio”.

A esto se suma el efecto que la señalización tiene en la percepción general del huésped. “Una buena señalización no grita, pero se nota. Cuando está bien pensada, se integra en la arquitectura y el interiorismo, y contribuye a reforzar la



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



^ Foto: Freepik

sensación de orden, confort y profesionalidad. En el fondo, es una extensión silenciosa de la marca: transmite valores como la precisión, la hospitalidad o la sostenibilidad. La señalética influye directamente en la percepción del huésped, aunque no siempre sea consciente de ello.”

De este modo, la combinación de accesibilidad y diseño pensado con empatía permite que todos los huéspedes se sientan autónomos y cómodos dentro del hotel, mientras la señalética refuerza la percepción de profesionalidad y orden del establecimiento.

Señalización digital y física

Como en todos los sectores, la tecnología ha abierto nuevas posibilidades en la comunicación hotelera, pero no sustituye la señalización física; la complementa. En relación a esto, Sergio Calatayud comenta cómo la tecnología está transformando la forma en que los hoteles se comunican con sus huéspedes. Cada vez se ven más soluciones digitales -desde códigos QR hasta pantallas informativas o directorios interactivos- que facilitan la actualización de contenidos y aportan una experiencia más dinámica. Aun así, “la señalización tradicional sigue siendo esencial para mantener la coherencia estética y funcional del espacio. Lo ideal es encontrar un equilibrio entre ambos mundos: el valor tangible y atemporal de la señalética física, y la flexibilidad que ofrece la tecnología”.

En este sentido, actualmente hay muchos hoteles que combinan directorios digitales que muestran mapas en tiempo real y horarios de servicios, códigos QR que permiten acceder a menús, eventos o información sobre el hotel, y pantallas interactivas que facilitan la orientación en tiempo real. Sin embargo, “la señalización física sigue siendo clave, ya que proporciona un referente constante y confiable para todos los huéspedes, incluso cuando la tecnología falla o no está disponible. Esta combinación permite ofrecer una experiencia más completa y personalizada, integrando lo tangible con lo digital”.

Materiales sostenibles e innovadores

La sostenibilidad y la innovación material se han convertido en piezas centrales del diseño de cartelería. “La sostenibilidad ya no es una opción, es una dirección hacia la que todo el sector está avanzando. Cada vez se utilizan más materiales reciclables, madera certificada o tintas ecológicas con bajo impacto ambiental”, analiza el CEO de Ficxa. Por ello, están incorporando progresivamente materiales y técnicas más sostenibles, adaptándonos a las nuevas exigencias de los clientes y del mercado. “El objetivo es claro: lograr soluciones duraderas, estéticamente cuidadas y respetuosas con el entorno”.

Entre los materiales más utilizados hoy destacan los bioplásticos biodegradables, la madera certificada FSC, la impresión 3D para piezas personalizadas y las tintas ecológicas a base de agua.

“LA ACCESIBILIDAD NO DEBE VERSE COMO UN REQUISITO, SINO COMO UNA FORMA DE RESPETO”



Estos materiales no solo cumplen funciones estéticas y de durabilidad, sino que también refuerzan la coherencia con la filosofía sostenible del hotel. Por ejemplo, un cartel de madera natural en un resort ecológico aporta calidez y autenticidad, mientras que el uso de bioplásticos reciclados en un hotel urbano transmite modernidad y responsabilidad ambiental.

En este punto, Sergio Calatayud añade que el equilibrio entre diseño y durabilidad se consigue desde la elección adecuada de materiales y acabados. Así, por ejemplo, en espacios como los hoteles, donde el tránsito es constante, es fundamental que la señalización mantenga su aspecto y funcionalidad con el paso del tiempo. “Por eso se priorizan materiales resistentes, fáciles de limpiar y con buena respuesta ante la humedad o la luz solar”.

Señalización que refleja valores y cultura

Más allá de guiar, la señalización comunica los valores y la identidad cultural del hotel. En este sentido, para Sergio Calatayud, “la señalización puede ser una herramienta muy eficaz para comunicar los valores del establecimiento. A través de los materiales, los mensajes o incluso el diseño, es posible reflejar el compromiso del hotel con el entorno o con su identidad cultural. Cada vez es más habitual ver proyectos que integran referencias locales, materiales naturales o mensajes de concienciación ambiental”.

Esto significa que cada cartel, directorio o señal no es únicamente funcional, sino que puede narrar la historia del lugar y reforzar la filosofía del hotel. Por ejemplo, un establecimiento ubicado en una región con tradición artesanal puede incorporar patrones, texturas o materiales autóctonos en su señalética, creando un vínculo directo con la cultura local. De manera similar, un hotel comprometido con la sostenibilidad puede utilizar madera certificada, bioplásticos reciclables o

tintas ecológicas en sus carteles, transmitiendo valores ambientales de forma tangible y elegante.

La señalización también puede apoyar iniciativas educativas o de concienciación. Por ejemplo, mensajes discretos que inviten a los huéspedes a reducir el consumo de agua o energía, o a valorar la fauna y flora locales, pueden integrarse de manera estética en los elementos gráficos del hotel, reforzando la narrativa de sostenibilidad sin interrumpir la experiencia visual.





^ Foto: Freepik

Gracias a todas estas iniciativas, la cartelería deja de ser un mero recurso funcional y se convierte en un embajador de la filosofía y el carácter del hotel, integrándose con la arquitectura, complementando la decoración y reforzando la experiencia sensorial del huésped.

El futuro

Mirando hacia adelante, Sergio Calatayud imagina una señalética más intuitiva, emocional y respetuosa con el entorno. “La señalización del futuro será, probablemente, una combinación de todo ello. Más integrada en el espacio, más intuitiva y más respetuosa con el entorno. La tecnología jugará un papel importante, pero sin restar protagonismo al diseño ni a la experiencia humana. Cada vez veremos más proyectos que apuestan por sostenibilidad, la personalización y la conexión emocional con el huésped”. Así, desde Ficxa creen que el futuro pasa por una señalética que oriente con elegancia, emociones sin imponerse y forme parte natural del ambiente del hotel.

En este aspecto, la señalización del futuro combinará elementos físicos y digitales, materiales sostenibles y diseño inclusivo, integrándose de forma natural en la narrativa del hotel y ofreciendo al huésped una experiencia fluida y coherente.

Está claro que la señalización hotelera ha evolucionado de un recurso funcional a un instrumento estratégico de comunicación y experiencia. Combina normativa, accesibilidad, sostenibilidad, tecnología, estética y valores del hotel, generando un impacto sutil pero decisivo en la percepción del huésped.

nibilidad, tecnología, estética y valores del hotel, generando un impacto sutil pero decisivo en la percepción del huésped.

Como resume Sergio Calatayud, “la señalética no solo orienta, también puede conectar emocionalmente con el huésped y reforzar la filosofía del lugar de forma sutil y coherente”.

Hoy, un buen cartel no solo indica el camino: cuenta una historia, transmite valores y se integra en la experiencia del huésped, haciendo que cada paso dentro del hotel sea intuitivo, agradable y memorable.

“LA SEÑALÉTICA
NO SOLO ORIENTA,
TAMBIÉN PUEDE
CONECTAR
EMOCIONALMENTE
CON EL HUÉSPED”



NEXT LEVEL UNLOCKED

16-18.02.2026 | IFEMA MADRID

HIP, LA GRAN CITA EUROPEA DE
INNOVACIÓN Y TENDENCIAS HORECA



+60.000

Empresarios y directivos



79%

Decisores de compra



+900

Firmas expositoras



10

Auditorios



+700

Expertos

CON 11 ÁREAS DE
INNOVACIÓN:

**DIGITAL
WORLD**

**DESIGN
& EXPERIENCE**

**SMART
KITCHENS
& EQUIPMENT**

**DEPENDENCIA
Y SANIDAD**

**AUTOMATED
FOODSERVICE**

**Coffee, Bakery
& Gelato**

**Foodservice
Solutions**

**HORECA WINE
& SPIRITS**

**HEALTH &
SAFETY**

**NEW CONCEPTS
& FRANCHISES**

**DELIVERY & FOOD
AS A SERVICE**

CORECO, 40 años fabricando refrigeración profesional para la hostelería

El pasado 04-12-2025, CORECO cumplió 40 años como fabricante de equipos de refrigeración profesional para el canal HORECA.

Cuatro décadas desde Lucena (Córdoba) en las que han crecido junto a instaladores, distribuidores, chefs y hoteleros que han confiado en sus equipos para hacer de sus cocinas espacios más eficientes, seguros y fiables.

Desde el primer momento han tenido un objetivo: fabricar soluciones sólidas que respondan a las necesidades reales del mercado profesional, que sean fáciles de instalar y sencillas de mantener.

Esa visión sigue siendo la misma, pero hoy se apoya en tecnologías y procesos que les permiten ofrecer equipos más eficientes, sostenibles y preparados para un sector que evoluciona con rapidez.

A lo largo de estos 40 años han ampliado su gama para cubrir las necesidades del sector HORECA: mesas refrigeradas, armarios, vitrinas, botelleros, abatidores, secaderos y maduradores de carne, recintos frigoríficos modulares, armarios para el sector médico, soluciones específicas para gastronomía profesional. Esta gama les permite ser reconocidos como un proveedor sólido en refrigeración, un socio con soluciones solventes a las necesidades.

Exportan a más de 70 países por lo que adaptan sus productos a diferentes mercados y son un referente europeo en cumplimiento normativo, eficiencia energética y uso de refrigerantes naturales.



Este aniversario es también un reconocimiento a quienes trabajan con ellos día a día. Los instaladores que montan y revisan nuestros equipos, los distribuidores que nos acompañan desde hace años, los profesionales que buscan fiabilidad en cada servicio y los negocios que necesitan proveedores estables, capaces y con visión de futuro. CORECO es lo que es gracias a vosotros.

Miran adelante con la misma actitud que les ha definido siempre: escuchar al cliente, adaptarse al mercado y ofrecer soluciones completas. Los próximos años traerán cambios importantes para el sector: nuevas normativas europeas, mayor exigencia en eficiencia energética, digitalización de instalaciones y estándares más estrictos en sostenibilidad. CORECO está preparado. Llevan tiempo trabajando en estos retos, participando en grupos de trabajo europeos y adaptando su producción a las nuevas exigencias técnicas y medioambientales.

De este modo, su compromiso para los próximos 40 años es claro: seguir desarrollando equipos robustos, eficientes y fáciles de mantener; reforzar el servicio técnico y la atención al instalador; mejorar la conectividad y el control inteligente de sus productos; y continuar ofreciendo soluciones que permitan a hoteles, restaurantes, bares y colectividades trabajar con seguridad, fiabilidad y eficiencia.

Por ello no dudan en dar las gracias a todos los que habéis confiado en CORECO durante estas cuatro décadas.

“Seguimos construyendo el futuro de la refrigeración profesional con la misma vocación de servicio y una visión cada vez más global, tecnológica y sostenible”.

BROILYGRILL, la revolución del grill profesional llega a España con GrupoHoreca



GrupoHoreca anuncia su acuerdo oficial con el fabricante italiano de BroilyGrill, convirtiéndose en Distribuidor Oficial en España de uno de los sistemas de cocción profesional más innovadores del mercado. La incorporación de este equipo supone un avance estratégico para cocinas de restaurantes, hoteles, steakhouses, gastrobares y negocios de alta rotación que buscan reducir tiempos, mejorar consistencia y aumentar rentabilidad.

BroilyGrill introduce en España el concepto evolucionado del broiler de alta temperatura, alcanzando 850 °C reales mediante quemadores superiores e irradiación infrarroja directa. Esta potencia permite un sellado inmediato, una reacción de Maillard perfecta y una retención de jugos que reduce la merma y maximiza el rendimiento por pieza.

A diferencia de la parrilla tradicional —donde la grasa cae sobre la fuente de calor generando humo, llamas y variaciones térmicas— BroilyGrill emplea un sistema “invertido”: el calor impacta desde arriba y la grasa se deposita en bandejas inferiores con agua. Este diseño reduce hasta un 80% los humos y olores y facilita el trabajo en cocinas abiertas y espacios con limitación extractora.

El sistema combina radiación, conducción y convección natural, generando un efecto horno que estabiliza el punto de cocción incluso en picos de servicio. Además, el equipo puede encenderse bajo demanda, alcanzando su temperatura máxima en apenas unos minutos y permitiendo apagado entre comandas (modelo eléctrico) o uso en modo piloto (gas), lo que se traduce en un ahorro energético significativo.



“El sector está demandando soluciones que reduzcan la dependencia de personal extremadamente especializado sin renunciar a la excelencia del producto final. BroilyGrill responde exactamente a ese reto”, afirma GrupoHoreca. “Es una herramienta diseñada para mejorar KPIs de cocina: rapidez, estabilidad térmica, rentabilidad y consistencia.”

BroilyGrill está disponible en varias configuraciones eléctricas y de gas, adaptándose a cocinas de alto volumen, restaurantes con cocina vista y hoteles 4–5★ que requieren producción continua con precisión de punto. Su facilidad de uso permite que cualquier miembro del equipo pueda operar el grill sin necesidad de un parrillero experto.

Como parte del lanzamiento, GrupoHoreca ha creado Aula-Chef Madrid, un espacio permanente donde chefs, jefes de cocina y responsables de compras pueden realizar pruebas reales con sus propios productos, asistir a demostraciones técnicas y evaluar tiempos, rendimiento y operativa con total transparencia.



2TEC2 presenta sus colecciones Palma y Alhambra

2tec2[®]
high tech flooring

La firma belga 2TEC2, referente internacional en pavimentos vinílicos tejidos, presenta Palma y Alhambra, dos colecciones de suelos de base biológica que combinan colores cautivadores y patrones dinámicos.

Gracias a su diseño atractivo y alto rendimiento, estos revestimientos llenos de vida son la opción ideal para el sector hotelero. Ambas colecciones incorporan una capa superior tejida de base biológica, que sustituye los carbonos fósiles finitos por materiales renovables de origen vegetal.

Diseños únicos inspirados en la naturaleza y en la arquitectura histórica

Ambas colecciones tienen la capacidad de transformar visualmente los espacios, aportando sofisticación y carácter.

La colección Palma captura la esencia de la elegancia tropical, aportando serenidad, frescura y un encanto natural a cualquier ambiente. Por su parte, Alhambra se inspira en la iconografía y expresión artística del histórico palacio nazarí, reinterpretando mosaicos intrincados y motivos vegetales en un patrón contemporáneo que juega con la luz y la geometría.

10 colores, 20 productos combinables entre sí

Con Palma y Alhambra, 2TEC2 amplía su gama de pavimentos coloridos. Interioristas, diseñadores y arquitectos hoteleros pueden escoger entre 10 tonos impresionantes, inspirados en minerales fascinantes y tintes naturales descubiertos en todo el mundo.



A partir de esta misma paleta cromática, 2TEC2 ofrece 20 diseños de pavimento diferentes, que pueden combinarse entre sí dentro de un mismo proyecto, facilitando composiciones dinámicas, contrastes o transiciones de color para crear espacios diferenciados y visualmente estimulantes.

Pavimento responsable de origen biológico

Tanto Palma como Alhambra han sido desarrolladas con una capa textil tejida que contiene casi un 40 % de contenido de base biológica, lo que reduce significativamente las emisiones de CO₂, los residuos tóxicos y el consumo energético a lo largo del proceso de producción, desde los componentes hasta el acabado.

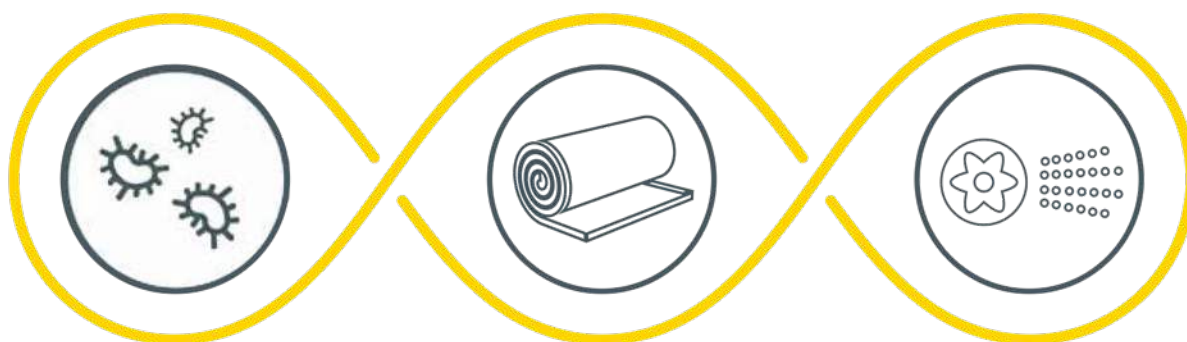
Gracias a este avance, 2TEC2 ha obtenido el prestigioso certificado TÜV OK Biobased, uno de los primeros revestimientos de suelos en obtener este prestigioso certificado que concede TÜV Austria.





> Experiencias inolvidables para tus clientes

Gracias a nuestras soluciones, tus clientes disfrutarán al **máximo de su estancia** en tus instalaciones. **Más de 3.900** centros hoteleros como el tuyo ya lo hacen.



Sanidad Ambiental

Servicios de Prevención y Control de Plagas y de Legionella, así como Auditorías de Calidad del aire según normativa.

Gama de Alfombras

Para suelos impecables con tu imagen de marca, cuidar el bienestar de tu personal y como solución de prevención de riesgos.

Nebulizadores

Tan versátiles que permiten perfumar ó eliminar los olores indeseados en todo tipo de estancias, según tu necesidad.

Te obsequiamos con una asesoría gratuita

marketing@serkonten.com | 900 351 397 | www.phsserkonten.com

AGENDA

ENERO 2026

FITUR

FERIA INTERNACIONAL DE TURISMO

DEL 21 AL 25 DE FEBRERO

EN MADRID

www.ifema.es

FEBRERO 2026

SICUR

25ª EDICIÓN DEL SALÓN INTERNACIONAL
DE LA SEGURIDAD

DEL 24 AL 27 DE FEBRERO

EN MADRID

www.ifema.es

HIP

HORECA PROFESSIONAL EXPO

DEL 16 AL 18 DE FEBRERO

EN MADRID

www.ifema.es

MARZO 2026

HOSTELCO

FOODSERVICE SOLUTIONS TRADE SHOW

DEL 23 AL 26 DE MARZO

EN BARCELONA

www.hostelco.com

MAYO 2026

ARCHITECT@WORK MADRID

DEL 06 AL 07 DE MAYO

EN MADRID

www.architectatwork.com

HOTEL DESIGN EMEA

EL FORO ANUAL DE REUNIONES DEL

INTERIORISMO HOTELERO

DEL 26 AL 29 DE MAYO

EN MELIA VILLAITANA, COSTA BLANCA

www.hoteldesign.ltd/es

SEPTIEMBRE 2026

FERIA HÁBITAT VALÈNCIA

DEL 28 DE SEP. AL 01 DE OCTUBRE

EN VALÈNCIA

www.feriahabitatvalencia.com

OCTUBRE 2026

GUEXT

SALÓN DE PROVEEDORES Y SERVICIOS

PARA EL SECTOR HOSPITALITY

DEL 15 AL 17 DE OCTUBRE

EN MADRID

www.ifema.com

Revistas Profesionales.

PROARQUITECTURA



Último número

Precio: 15€
(IVA Incluido)

Suscripción anual (9 ejemplares)

Precio: 120€
(IVA Incluido)

PROTIENDAS



Último número

Precio: 15€
(IVA Incluido)

HOSTELPRO



Último número

Precio: 15€
(IVA Incluido)

Suscripción anual (5 ejemplares)

Precio: 60€
(IVA Incluido)



Ediciones especiales (Guía de Estudio de Arquitectura y Anuario de Materiales de Construcción)

Precio: 120€ ejemplar.
(IVA Incluido)



Suscripción anual (5 ejemplares)

Precio: 60€ (IVA Incluido)



Ediciones especiales (Guía de Interioristas)

Precio: 120€ (IVA Incluido)





Emotions & People es la empresa de **Marketing Olfativo** que mejor evaluará todos los elementos relevantes de su empresa y le ayudará a decidir y crear el mejor perfume para ofrecer a sus clientes una experiencia emocionante.

Nuestros pilares fundamentales:

Única empresa con tecnología fabricada en España



Producción y diseño de perfumes con ingredientes sostenibles
cruelty free y cumplimiento de normativa IFRA.

Proveedores de perfume de máxima calidad mundial:
GIVAUDAN, Expressions Perfumee y SOZIO,
con ingredientes exclusivos y patentados.

Completa gama de productos personalizados con su perfume.

AMBIAZZA

OUTDOOR LIVING ATELIER



Explora el nuevo catálogo

