

### Piñero impulsa una nueva estrategia de crecimiento con el lanzamiento de su nueva marca corporativa

- ***La nueva marca representa un momento de transformación profunda que se apalanca en una nueva estrategia de negocio, más centrada en la rentabilidad, el crecimiento y la ambición internacional.***
- ***La compañía cambia su denominación de “Grupo Piñero” a “Piñero”, permitiendo que el apellido vaya más allá de la familia, convirtiéndose en marca, y reflejando su evolución hacia un ecosistema empresarial focalizado en el desarrollo y gestión turística y de bienes raíces.***
- **Se presentó la nueva marca con un innovador formato: una experiencia introspectiva, que traslada el cuidado de esta nueva etapa, inspirada en ‘Raíces y horizontes’, concepto que conecta su legado con su visión de futuro**

[\*\*ENLACE A NUEVA WEB\*\*](#)

[\*\*ENLACE A VIDEO PRESENTACIÓN\*\*](#)

**Palma, 21 de enero de 2026.** Piñero ha presentado hoy en FITUR su nueva marca corporativa en un evento celebrado en su stand 3B03. La transición de “Grupo Piñero” a “Piñero” marca un punto de inflexión estratégico para la compañía, inmersa en una transformación profunda orientada a acelerar su crecimiento, reforzar su posicionamiento ante inversores y partners internacionales y proyectar una identidad más sencilla, sólida y universal.

*“Hoy es un momento histórico para Piñero. Afrontamos 2026 con una identidad renovada que consolida nuestra evolución, tras cinco décadas de trayectoria, hacia un ecosistema empresarial focalizado en el desarrollo y gestión turístico y de bienes raíces, más integrado, ágil y competitivo, diseñado para adaptarse a los desafíos del futuro y posicionarse como un referente internacional”,* ha señalado **Encarna Piñero, Global CEO de Piñero**, durante su intervención en el evento.

#### **Un evento experiencial para presentar el nuevo Piñero**

El evento de presentación se concibió como una experiencia inmersiva orientada a trasladar a la puesta en escena el cuidado que define esta nueva etapa corporativa. En un entorno marcado por el ritmo intenso de FITUR, Piñero apostó por recrear un espacio de calma y conexión, coherente con su propósito y sus valores, articulado en torno a una bienvenida y una meditación guiada. Un formato genuino y diferencial que transformó el stand en un punto de encuentro distinto, en un lugar que perseguía generar silencio y presencia en plena feria. Cada elemento estuvo concebido para transmitir la esencia de Piñero: una compañía que cuida, y honra sus raíces y proyecta un horizonte de posibilidades.

### El significado del nuevo naming

La simplificación de la denominación a Piñero se concibe como un movimiento estratégico para elevar el apellido a marca, trascendiendo sus orígenes para convertirse en la bandera de una entidad empresarial con visión de futuro. En esa evolución, Piñero se posiciona hoy como algo más que la suma de sus divisiones: representa la fuerza de una visión común y una organización con voz propia, que apuesta con convicción, responsabilidad y una voluntad firme por generar un impacto positivo. Prescindir del término “Grupo” contribuye, además, a proyectar una imagen de mayor sencillez, solidez y universalidad en el ámbito internacional, reforzando la posición de Piñero como marca matriz y referente global.

Asimismo, una de las claves de la nueva identidad visual es la eliminación del sol en el logo principal, lo cual responde a la necesidad de que la marca corporativa evolucione más allá de una representación puramente vinculada al turismo tradicional de “sol y playa”. Nuestro nuevo logotipo refleja nuestra forma de entender el mundo. La nueva “e” reinterpreta el sol asomando en el horizonte: optimismo y mirada global. Un gesto que conecta nuestro origen turístico y nuestra visión futura como ecosistema en evolución.

Piñero se define como un ecosistema empresarial focalizado en el desarrollo y gestión turística y de bienes raíces, que maximiza sinergias entre divisiones y proyecta una visión unificada de la compañía. La nueva marca también protege la cultura corporativa, guiada por los valores de excelencia, implicación, colaboración y optimismo, y potencia el valor del cuidado como rasgo diferencial. En este sentido, la evolución de marca refuerza la propuesta de valor como empleador, clave para atraer y fidelizar talento alineado con la ambición internacional de la organización.

### Un nuevo marco para crecer

Esta evolución responde a objetivos estratégicos orientados a maximizar el rendimiento y sostener el crecimiento futuro, formalizando la optimización del modelo de gestión y propiedad y apoyándose en la solidez de sus activos. En este contexto, Piñero impulsa una estrategia de rentabilidad y escalabilidad basada en alianzas de alto nivel, con especial protagonismo de la joint venture con Hyatt, que aporta agilidad y competitividad a su división de Hospitality. La nueva etapa incorpora, asimismo, el refuerzo del área de Development & Expansion para acelerar oportunidades de crecimiento y colaboración con socios estratégicos, fortaleciendo un posicionamiento B2B más moderno y coherente con la envergadura del ecosistema Piñero.

En paralelo, Piñero impulsa proyectos propios que refuerzan su diversificación y su capacidad de innovación, como El Terreno Barrio Hotel, una propuesta de 40 habitaciones cuya apertura está prevista para la primavera de 2026. Concebido como un homenaje a la esencia del barrio de El Terreno en su época dorada y a la cultura local de Mallorca, el proyecto estará gestionado por Piñero consolidando un modelo de hospitalidad responsable y regenerativa, integrado en la comunidad.

Asimismo, Soltour refuerza su papel como palanca comercial y relacional del ecosistema Piñero, consolidando su posicionamiento como turoperador y socio B2B para agencias y partners. En esta nueva etapa, la compañía pone el foco en una propuesta de valor más robusta y escalable, apoyada en la calidad del producto, la mejora continua de la experiencia de viaje y el desarrollo de alianzas estratégicas que contribuyan a la proyección internacional del grupo.

Por último, la compañía aumenta el protagonismo de su unidad de Real Estate & Golf como motor clave de diversificación y creación de valor, integrando de forma natural los códigos del turismo y del real estate para competir en sectores cada vez más maduros y sofisticados.

*“Crecemos y evolucionamos sin perder la conexión con nuestra esencia: todo lo que crece de verdad necesita raíces firmes, y todo lo que quiere proyectarse al futuro necesita un horizonte con una visión clara e ilusionante. Hoy tenemos una nueva imagen, pero seguimos siendo profundamente Piñero”*, ha añadido **Encarna Piñero**.

### Mucho por venir

Como parte de esta evolución, la compañía reafirma su tagline histórico, “Mucho por venir”, que da continuidad a una historia sólida y transmite una mirada hacia el futuro compartido, en línea con el eje de sostenibilidad humana, relacional y empresarial que define el modelo del grupo.

Bajo la promesa “Cuidamos cada momento”, Piñero refuerza su esencia de servicio y su propósito: crear un legado transformador que inspire a personas, comunidades y entornos a prosperar juntos, consolidando un enfoque regenerativo —más allá de la sostenibilidad— orientado a generar un impacto positivo y duradero allí donde opera.

### Sobre Piñero

Piñero es un ecosistema empresarial focalizado en el desarrollo y gestión turística y de bienes raíces que persigue convertirse en un referente internacional a través de un modelo de negocio que maximiza sinergias y cuida de cada momento. Fundado en 1975 por Pablo Piñero, actualmente está presidido por Isabel García Lorca y liderado desde 2017 por Encarna Piñero, como Global CEO. Con más de 50 años de historia, la compañía busca, a través de un enfoque regenerativo, un impacto positivo y duradero en los entornos y comunidades donde opera.

Cuenta con cuatro divisiones de negocio. Hospitality, con 25 hoteles en propiedad en España, México, República Dominicana y Jamaica, gestionados bajo diferentes modelos; Real Estate & Golf, que desarrolla comunidades residenciales de alto nivel y opera campos de golf acreditados por la PGA of America en México y República Dominicana; Travel, liderada por Soltour como turoperador independiente referente en España y Portugal ; y Mobility, que ofrece soluciones de transporte terrestre y marítimo innovadoras y sostenibles que complementan la oferta.

### Para más información:

LLYC

[grupopinero@llyc.global](mailto:grupopinero@llyc.global)

Carlos Esteban

[cesteban@llyc.global](mailto:cesteban@llyc.global)

Belén Rodríguez

[belen.rodriquez@llyc.global](mailto:belen.rodriquez@llyc.global)

91 563 77 22