

# VÍA HOTEL

La revista líder del sector hotelero

Es una publicación de GRUPO VÍA

“ ”

En Barceló Hotel Group, nuestra metodología people centric es el pilar fundamental para alcanzar nuestro principal objetivo: hacer felices a las personas

**Raúl González**

CEO EMEA en Barceló Hotel Group



NUEVA COLECCIÓN  
DE SUELOS LAMINADOS  
TARKETT FABRICADOS  
EN EUROPA.

*La mejor alternativa  
a la madera.*



Descubra más:



[www.tarkett.es](http://www.tarkett.es)  
[info.es@tarkett.com](mailto:info.es@tarkett.com)

 **Tarkett**



DIRECTOR DE LA PUBLICACIÓN  
Guillermo Jarque  
gjarque@grupovia.net

EDICIÓN  
JOSE JIMÉNEZ  
viainmobiliaria@grupovia.net

PUBLICIDAD  
EDILBERTO SERRANO  
eserrano@grupovia.net

SUSCRIPCIONES  
suscripciones@grupovia.net

WWW.VIAHOTEL.COM

## Noticias

04. La Vignette Collection de IHG alcanza el hito de 50 hoteles a nivel mundial

06. Málaga estrena los primeros hoteles de IHG y Hilton en AQ Urban Sky

08. Covivio Hotels refuerza su presencia en el sur de Europa con la compra del Iberostar Las Dalias en Tenerife por 81 M€

10. Palacio Arriluce redefine el lujo hotelero en el País Vasco

12. NH Collection desembarca en Baleares con su primer hotel en Ibiza

13. Grupo Iberostar cierra 2024 con un crecimiento récord y apuesta por la expansión en 2025

## Informe

14. Inversión Hotelera en España 2024

22-23. Restauración Hotelera El Horizonte Del Cambio

## Portada

18-20. **Raúl González**

CEO de Barceló Hotel Group para la región de EMEA

## Únicos

28. Caro Hotels

29. Inhala Hotel Garden

30. Gallery Hotels

31. Lopesan Hotel Group

32. Mare Nostrum Resort

34. Hotel Nixe Palace

36. Hotel Zenit

37. Hotel Silken Puerta Valencia

38. Wyndham Grand Algarve

39. Hotel Ercilla Bilbao

GRUPO  VÍA

EDITORA  
SILVIA PUIG

SOCIO | DIRECTOR GENERAL  
EDILBERTO SERRANO  
eserrano@grupovia.net

BARCELONA  
Calle del Figueral, 43, Esc 2 3ª  
08880-Cubelles (Barcelona)  
Tel.: 93 895 79 22  
E-mail: info@grupovia.net  
www.grupovia.net

Depósito legal: M-14214-2006

Prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos aparecidos en esta publicación sin previa autorización por escrito. Las opiniones y artículos publicados son responsabilidad exclusiva de su autor.

# SUMARIO

## Westmont Hospitality y Grupo Lar impulsan la arquitectura hotelera con una inversión de 350 M€ en España

Westmont Hospitality y Grupo Lar han sellado una alianza estratégica para desarrollar una red de hoteles "select service" en España, con un enfoque en diseño y hospitalidad sostenible. El proyecto, respaldado por una inversión inicial de 350 M€, contempla la creación de 12 hoteles con 2.500 camas, ubicados en ciudades clave del país. Ambas empresas destacan por su experiencia de más de 50 años en la gestión hotelera e inmobiliaria.

Este acuerdo no solo refuerza el segmento "select service" en España, sino que también apuesta por criterios de sostenibilidad y gobernanza (ESG), promoviendo una arquitectura innovadora y responsable. Según Miguel Ángel Peña, CEO de Grupo Lar, esta colaboración establece una sinergia perfecta entre el expertise operativo de Westmont y la capacidad de

desarrollo inmobiliario de Grupo Lar.

Además, esta alianza marca el regreso de Grupo Lar al sector hotelero tras el exitoso desarrollo del NH Abascal en Madrid, subrayando su compromiso con la inversión inmobiliaria de alta calidad en el mercado español.

Este proyecto contribuye significativamente al futuro del sector, alineándose con tendencias de urbanismo sostenible y nuevos estándares en la industria hotelera.



## La Vignette Collection de IHG alcanza el hito de 50 hoteles a nivel mundial

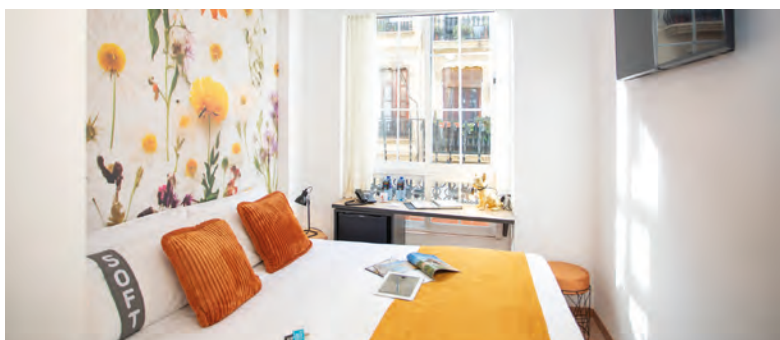


La Vignette Collection de IHG Hotels & Resorts continúa su rápida expansión, superando los 50 hoteles abiertos o en desarrollo apenas tres años después de su lanzamiento en 2021. Posicionada como una marca líder en lujo y estilo de vida, Vignette Collection combina la individualidad de cada propiedad con la experiencia global de IHG, atrayendo a hoteleros de todo el mundo. Este logro forma parte de su ambicioso objetivo de alcanzar 100 propiedades en una década. Entre los proyectos destacados se incluyen el icónico CIEL Tower en Du-

bái, que será el hotel más alto del mundo, y el Shanghai Snow World, un resort integrado con pistas de esquí. Además, el RIHGA Royal Hotel Osaka, con casi 90 años de historia, demuestra la versatilidad de la marca al unir innovación y tradición.

IHG enfatiza su apoyo a hoteleros independientes, permitiéndoles conservar su identidad mientras aprovechan la escala global y la infraestructura de la marca. Con nuevas aperturas planificadas en regiones como Japón, Vietnam y Maldivas, la Vignette Collection está redefiniendo el mercado de la hospitalidad de lujo.

## Casual Hoteles abre un nuevo establecimiento en Valencia



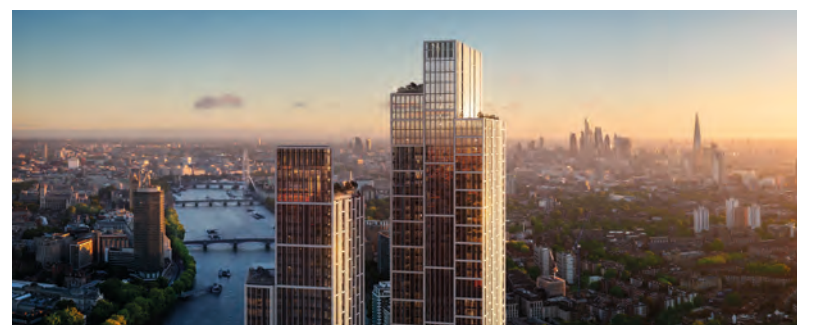
La cadena valenciana Casual Hoteles ha inaugurado el Casual Natura Valencia, un hotel temático ubicado a 15 minutos a pie de Ciutat Vella. El establecimiento cuenta con 18 habitaciones, decoradas en torno a los elementos de la naturaleza: tierra, aire, agua y fuego, distribuidas en cuatro plantas.

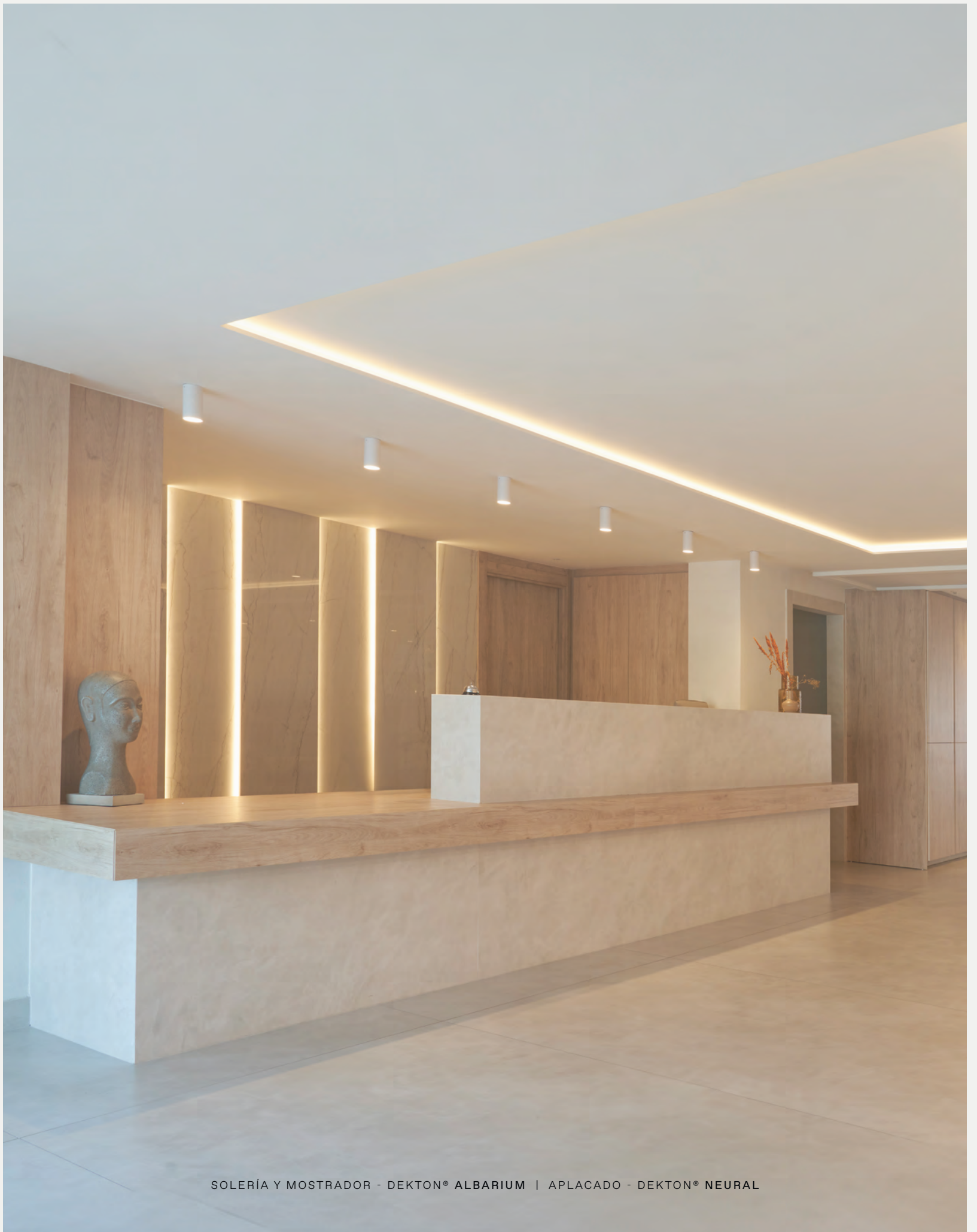
El hotel opera bajo el modelo de franquicia y está equipado con sistemas tecnológicos que permiten realizar gestiones como el check-in y check-out de forma remota. Con esta apertura, Casual Hoteles suma cinco establecimientos en Valencia y amplía su oferta a un total de 190 habitaciones en la ciudad.

## Hyatt proyecta más de 50 nuevas aperturas de hoteles de lujo y lifestyle hasta 2026

Hyatt Hotels Corporation ha anunciado la apertura de más de 50 hoteles de lujo y lifestyle en los próximos dos años, reforzando su posición en estos segmentos. Entre las aperturas destacan Park Hyatt Kuala Lumpur, Andaz Miami Beach y Miraval, The Red Sea, el primer hotel internacional de la marca enfocada en bienestar.

La compañía, que ya cuenta con 256 hoteles de lujo y lifestyle en 45 países, continúa su expansión en destinos clave y mercados emergentes, alineada con el crecimiento proyectado del sector en Europa y otras regiones. Estas aperturas responden a la creciente demanda de experiencias exclusivas en la industria hotelera.





SOLERÍA Y MOSTRADOR - DEKTON® ALBARIUM | APLACADO - DEKTON® NEURAL

**COSENTINO®**

Meaningful Design to Inspire People's Lives

COSENTINO HQ Ctra. Baza a Huércal-Overa, km 59 04850 Cantoria - Almería (España). Encuentra la inspiración en [cosentino.com](https://www.cosentino.com)

## Málaga estrena los primeros hoteles de IHG y Hilton en AQ Urban Sky



La Torre Norte del desarrollo AQ Urban Sky en Málaga alberga dos nuevos hoteles gestionados por Panoram Hotel Management: Staybridge Suites de IHG Hotels & Resorts y Hampton by Hilton, sumando 314 habitaciones con entradas independientes.

El Staybridge Suites, primero en España, ocupa las plantas 2 a 6 con 105 habitaciones equipadas con cocina, desayuno

incluido y Wi-Fi. El Hampton by Hilton Málaga, primero en Andalucía, ocupa las plantas 7 a 13 con 209 habitaciones, desayuno incluido, snack-bar 24/7 y otros servicios. Ambos hoteles, con certificación BREEAM "Muy Bueno", destacan por su eficiencia energética. Este proyecto, parte del AQ Urban Sky, incluye las torres residenciales más altas de Andalucía y refuerza a Málaga como un referente inmobiliario, según Sergio Gálvez, CEO de AQ Acentor.

## El Renacimiento de la Palma: reabre el exclusivo Meliá la Palma en Puerto Naos

El Meliá La Palma reabre en Puerto Naos tras una ambiciosa renovación, que transforma el antiguo Sol La Palma en un exclusivo destino turístico con una inversión de casi 4 M€.

Este emblemático hotel cuenta con 308 habitaciones y suites, complementadas por el servicio premium The Level, que garantiza confort, privacidad y atención personalizada. Entre sus instalaciones destacan una piscina infinita, un observatorio astronómico y una variada oferta gastronómica que incluye los restau-

rantes Mosaico, Cape Nao y La Hacienda. Como parte de su compromiso con la comunidad local, el hotel colabora con la artista canaria Erika Castilla, quien ha creado obras exclusivas para el Discovery Center, así como productos de edición limitada. Este proyecto refuerza el papel de Meliá Hotels & Resorts y ATOM en la revitalización turística de La Palma, especialmente tras los desafíos derivados de la erupción volcánica de 2021. Con su renovada propuesta, el Meliá La Palma se posiciona como un referente de calidad, sostenibilidad y lujo en un entorno natural único.



## Grupo Fagra refuerza su apuesta por el sector hotelero en España con la compra del Hotel León Camino Affiliated by Meliá



El Grupo Fagra ha adquirido el Hotel León Camino Affiliated by Meliá, consolidando su presencia en el mercado hotelero español.

Este emblemático inmueble, con 127 habitaciones y una superficie de 10.000 m<sup>2</sup>, destaca como uno de los más grandes de León, equipado con gimnasio y diversas salas de reuniones. La operación, asesorada por Cattella, marca la entrada de Fagra en la ciudad y complementa su reciente adquisición del Hotel Occidental Castellana Norte de Madrid, reafirmando su estrategia de diversificación. Propietario de la marca Zentral Hoteles, con

cinco activos en España, Fagra refuerza su compromiso con el sector hotelero, también respaldado por su grupo matriz, gestor de la cadena chilena Diego de Almagro, que cuenta con 38 hoteles. Según Javier Bravo, de Cattella, esta operación refleja la fortaleza del mercado hotelero en destinos secundarios y su capacidad de atraer inversión sostenible. Este movimiento no solo amplía el portafolio del grupo, sino que también resalta su enfoque en urbanismo sostenible y viviendas de alta calidad, alineándose con la tendencia creciente de valorar el sector hotelero como un activo inmobiliario seguro y de alto rendimiento.

# ASSA ABLOY

## Puertas automáticas para hoteles



Mantenimiento

### Puertas automáticas y mantenimiento, la mejor opción para su hotel

Ofrecemos puertas automáticas de alta calidad con un servicio de mantenimiento excepcional. Más de 70 años de experiencia garantizando soluciones eficientes y seguras para todo tipo de hoteles.

Contacte con nosotros para más información:  
[info.es.aes@assaabloy.com](mailto:info.es.aes@assaabloy.com)  
[www.assaabloyentrance.com/es/es](http://www.assaabloyentrance.com/es/es)

**ASSA ABLOY**  
Entrance Systems

Experience a safer  
and more open world

## ***OD International Hotels asegura la gestión del hotel OD Talamanca tras su venta***

El grupo OD International Hotels ha concretado la venta del prestigioso hotel OD Talamanca, situado en la bahía de Tamanca, Ibiza.

Aunque el inmueble, de categoría cinco estrellas y con 117 habitaciones, será adquirido por un consorcio de inversores privados, la gestión seguirá a cargo de OD International Hotels bajo su reconocida marca Ocean Drive durante los próximos 25 años.

Esta transacción, asesorada por CBRE, subraya el continuo interés de los inversores en el segmento de hoteles de lujo en destinos turísticos clave como Ibiza. Según Jorge Ruiz, director de CBRE Iberia Hoteles, el sector lujo muestra una sólida resiliencia frente a fluctuaciones de mercado,

posicionándose como una inversión estratégica para los próximos años. El mercado hotelero español, líder en inversión inmobiliaria desde 2017, ha movilizado 24.000 M€ hasta 2024, destacándose como una fuerza motriz en Europa. Para este año, se estima que la inversión hotelera represente entre el 20% y el 25% del total nacional.



## ***Grupo Rosales Inmobiliario vende el Hotel Vincci Bit en Barcelona por cerca de 60 M€***



El Grupo Rosales Inmobiliario ha concretado la venta del Hotel Vincci Bit, situado en Diagonal Mar, Barcelona, por cerca de 60 M€.

La operación, asesorada por Colliers, se posiciona como la segunda mayor transacción hotelera en la ciudad en 2024.

Este hotel de cuatro estrellas, inaugurado hace 12 años, cuenta con 177 habitaciones, un rooftop, espacios MICE y gimnasio, destacando por

su diseño contemporáneo y funcionalidad. Actualmente, el establecimiento es operado por Vincci Hoteles bajo un contrato de arrendamiento.

Barcelona, que ya acumula más de 500 M€ de inversión hotelera en 2024, consolida su posición como uno de los destinos urbanos más dinámicos de Europa. Según Colliers, esta transacción refleja el interés creciente por activos ubicados en zonas clave como el distrito 22@, epicentro de innovación y desarrollo urbano.

El Hotel Vincci Bit, parte del panorama hotelero moderno de la ciudad, continúa atrayendo la atención de inversores nacionales e internacionales, fortaleciendo la posición de Barcelona en el mercado hotelero europeo.

## ***Covivio Hotels refuerza su presencia en el sur de Europa con la compra del Iberostar Las Dalias en Tenerife por 81 M€***

Covivio Hotels, filial del grupo Covivio, ha adquirido el hotel Iberostar Las Dalias, situado en la costa de Adeje, Tenerife, por 81 M€.

Este hotel de cuatro estrellas, construido en 1985 y renovado en 2021, cuenta con 429 habitaciones, amplias instalaciones como tres piscinas, restaurante, gimnasio, pistas deportivas y dos salas de reuniones

con capacidad para 140 personas. La operación, alineada con los objetivos de sostenibilidad del CRREM, subraya la apuesta de Covivio por activos hoteleros con sólidas credenciales medioambientales. El hotel, estratégicamente ubicado a 16 km del aeropuerto Reina Sofía, se encuentra en el principal núcleo turístico de Tenerife, que registró casi 11 millones de pernoctaciones en 2023.

Arrendado a Iberostar bajo un contrato triple neto hasta 2041, este activo ofrece una rentabilidad estabilizada del 6,75%, consolidando la estrategia de Covivio de fortalecer su presencia en el sector hotelero del sur de Europa. Con esta adquisición, Covivio reafirma su compromiso con la expansión en destinos clave, capitalizando la creciente demanda turística en las Islas Canarias.



## ***El Turismo de lujo en España representa solo el 4,85% de las reservas en 2024***



El turismo de lujo en España sigue siendo un nicho en el mercado hotelero, representando solo el 4,85% del total de reservas en 2024.

A pesar de mantenerse estable respecto a 2022 (4,7%), el precio medio por noche en los alojamientos de alta gama ha experimentado un fuerte incremento

del 23,5%, alcanzando los 500€. Entre los principales clientes de estos alojamientos destacan los españoles (57,1%), seguidos por los franceses (9,3%), italianos (4,4%), ingleses (3,3%) y suizos (3,1%). En cuanto a los hoteles más solicitados, el Hotel W en Barcelona, el Asia Gardens en Alicante y el Hard Rock Ibiza lideran el ranking, seguidos por el Lopesan Costa Meloneras

(Las Palmas), el Valentin Sancti Petri (Cádiz) y el Alfonso XIII (Sevilla).

Los turistas de alto poder adquisitivo priorizan alojamientos en ubicaciones céntricas con servicios exclusivos como spas y experiencias personalizadas, consolidando a España como un destino clave en el mercado de hospitalidad de lujo.

## Nuevo VRV 5: El futuro de la climatización de edificios

### 1 Sostenible

La solución para reducir la huella de CO<sub>2</sub> de tu edificio

R-32

### 2 Adaptable

Tecnología flexible que puede adaptarse a cualquier edificio en cualquier lugar

### 3 Inteligente

Tecnología de vanguardia para gestión inteligente de la energía y control preciso del confort



### 4 Soporte

Amplia red de expertos para ofrecerte asesoramiento especializado **BREEAM**<sup>®</sup>

### 5 Tecnología Shirudo

Sondeo de fugas refrigerantes en unidades interiores



BLUEEVOLUTION



R-32

Descubre todo lo que  
el VRV5 puede cambiar  
en los edificios



## Palacio Arriluce redefine el lujo hotelero en el País Vasco

Droom Boutique amplía su prestigiosa cartera de clientes con la incorporación del Palacio Arriluce, un exclusivo hotel boutique 5 estrellas y miembro de The Leading Hotels of the World. Situado en el barrio de Neguri, Getxo (Bizkaia), este icónico edificio neogótico de 1912 combina tradición, diseño contemporáneo y una oferta gastronómica excepcional para redefinir la hospitalidad de lujo en la región. Con 49 habitaciones, incluidas la Gran Suite y la Suite Arriluce, muchas de ellas con vistas al Cantábrico, el hotel emplea un diseño inspirado en los colores de la herencia vasca: azul Bilbao, verde sinople y rojo gules. Su interior también destaca por la presencia de obras de artistas como Sonia Delaunay y Diego Canogar, que se mezclan con mobiliario

original y detalles contemporáneos. En gastronomía, sobresale el restaurante Delaunay, liderado por el chef Beñat Ormaetxea, y el Bar Inglés, con propuestas casuales. Además, el hotel ofrece un spa, gimnasio y un campo de croquet, reflejando una experiencia integral de bienestar y tradición.

Con esta incorporación, Palacio Arriluce se posiciona como un referente de la arquitectura hotelera, fusionando diseño y hospitalidad en un entorno único.



## B&B HOTELS abre su primer hotel en Carabanchel y alcanza los 15 en Madrid

B&B HOTELS, el grupo especializado en alojamientos funcionales y accesibles, inaugura el B&B HOTEL Madrid Carabanchel, ubicado en la Calle del Aguacate, 43.

Este nuevo establecimiento, de 121 habitaciones dobles y triples, refuerza la presencia de la cadena en Madrid, que ya cuenta con 15 hoteles en la región, consolidándose como su principal mercado en España.

El hotel ofrece Wi-Fi de alta velocidad gratuito, desayuno buffet, bebidas calientes sin coste adicional y servicios como televisión con Chromecast, aire acondicionado y una atractiva relación calidad-precio. Además, los clientes del programa de fidelización B&Bme podrán disfrutar de promociones exclusivas. Con esta apertura, B&B HOTELS suma



56 hoteles en España y 17 en Portugal, gestionando más de 5.000 habitaciones bajo un modelo de negocio asset light. Este enfoque ha permitido duplicar su facturación en 2023 respecto a 2019 y proyectar alcanzar 200 hoteles en Iberia para 2030.

Comprometidos con la sostenibilidad, la cadena destaca su certificación B Corp, promoviendo viajes responsables y sostenibles. Su campaña publicitaria "Hoteles Donde Bien Estar" refuerza su apuesta por la funcionalidad, simplicidad y servicios de alta calidad para los viajeros modernos.

## Accor abrirá más de 500 nuevas habitaciones ibis en Madrid este 2025

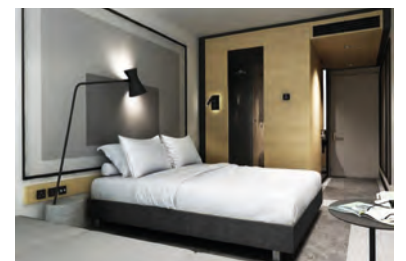
La cadena hotelera Accor anuncia la apertura de tres nuevos hoteles ibis en Madrid durante 2025, sumando un total de 509 habitaciones en áreas estratégicas como Valdebebas, Las Tablas y Albasanz, impulsando su liderazgo en el segmento económico.

En el primer trimestre, se inaugurará el ibis Styles Madrid Airport

Valdebebas, el mayor de la familia ibis en Iberia, con 260 habitaciones, restaurante, rooftop con piscina y sistemas avanzados de eficiencia energética. Este hotel será gestionado en franquicia por AGP Hotels. El tercer trimestre verá la apertura del ibis Madrid Norte Las Tablas, con 148 habitaciones, 79 plazas de aparcamiento y servicios adaptados al megaproyecto de desarrollo inmo-

biliario Madrid Norte. Será operado junto a Continuum Hotel Services. En el cuarto trimestre, el ibis budget Madrid Albasanz abrirá sus 101 habitaciones en el parque empresarial Julián Camarillo, dentro del proyecto MADBIT, gestionado por Engage Management Hospitality. Con estas aperturas, Accor refuerza su presencia en Madrid, donde ya cuenta con 25 hoteles y 3.605 habitaciones, y

consolida su liderazgo en el segmento económico, que representa 76 establecimientos y 7.846 habitaciones en toda España.



## Magic Costa Blanca y Grupo Fuertes invierten 80 M€ en turismo en la Comunidad Valenciana



Magic Costa Blanca y Grupo Fuertes, tras reabrir Marina d'Or como Magic World Resort en 2024, anuncian una inversión de 80 M€ en tres proyectos estratégicos en la Comunidad Valenciana este 2025: dos hoteles temáticos y un innovador centro Thalasso.

El primero, Magic Pirates Island, será un resort de temática pira-

ta con 270 cabañas temáticas y grandes zonas acuáticas, ubicado en Benidorm junto a Terra Natura.

El segundo proyecto transformará el Hotel Balneario de Oropesa del Mar en Pontiana Mediterranean Thalasso, el mayor Thalasso de Europa, combinando el estilo de vida mediterráneo con avanzadas terapias de bienestar.

Por último, el Villa España Hotel (antiguo Hotel Fenicia) abrirá en Benidorm con un diseño que celebra el patrimonio español y contará con la primera piscina suspendida de la ciudad.

Estas iniciativas posicionan a Castellón y Benidorm como destinos clave en turismo wellness y temático, y refuerzan la apuesta por experiencias exclusivas y sostenibles en la región.

# APOYOS PARA PAVIMENTO FLOTANTE

MATERIAL RECICLABLE



Visite nuestro catálogo técnico  
PRESTO [www.lizabar.com](http://www.lizabar.com)

MODELOS  
PATENTADOS



EJECUTAMOS EL MONTAJE  
A NIVEL NACIONAL

PARA USO EN:

- TERRAZAS ACCESIBLES
- FALSOS SUELOS TRANSITABLES
- CUBIERTAS PEATONALES
- AZOTEAS
- REHABILITACIONES, ETC.



SECTOR CONSTRUCCIÓN



SECTOR ENTARIMADOS

Columnas gran altura regulables

Resistencia 1.000 kg

Alturas ilimitadas

GRAPAS  
OCULTAS PARA  
ENSAMBLAJE  
DE TARIMAS  
NATURALES Y  
SINTETICAS



Separación entre lamas: sólo 3mm.  
Cabeza de tornillo: no visible



NUEVO

**LIZABAR**  
PLASTICS s.l.



C/ Binefar, 37 | Local 26-28  
08020 Barcelona  
Tfno. / Fax: 93 305 63 61  
e-mail: [lizabar@lizabar.com](mailto:lizabar@lizabar.com)

[www.lizabar.com](http://www.lizabar.com)

## *Palladium Hotel Group apuesta por el lujo en Ibiza con The Unexpected Hotels*

Palladium Hotel Group continúa su expansión en el segmento del lujo lifestyle experiencial con la llegada de su nueva marca, The Unexpected Hotels, a Ibiza. La compañía ha anunciado la transformación de The Ushuaia Tower en The Unexpected Ibiza Hotel, con una renovación completa que elevará los estándares de exclusividad y diseño en la isla.

El nuevo establecimiento, ubicado en Playa d'en Bossa, contará con 181 habitaciones y suites completamente renovadas. Ushuaia Ibiza Beach Hotel, por su parte, seguirá operando con 234 habitaciones y suites, combinando gastronomía de alto nivel y entretenimiento.

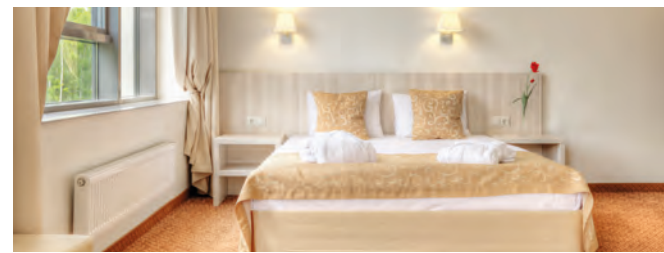
Palladium presentó The Unexpected Hotels en abril del año pasado con un proyecto en

Emiratos Árabes Unidos: The Unexpected Al Marjan Island Hotel & Residences, en colaboración con Al Marjan y Almal Real Estate Development. Este proyecto, con una inversión superior a los 100 M\$, incluirá 422 habitaciones de hotel y unidades residenciales y estará operativo en 2026 en la Isla de Al Marjan, cerca del futuro Wynn Resort Island.

Con este movimiento estratégico, Palladium refuerza su presencia en el mercado del lujo y la hospitalidad en destinos clave, consolidándose como una de las cadenas hoteleras más innovadoras en la industria.



## *Alexandre Hotels compra Grand Teguisse Playa en Canarias*



La cadena Alexandre Hotels ha adquirido el Grand Teguisse Playa, un hotel de cuatro estrellas ubicado en Costa Teguisse, Lanzarote. Con 300 habitaciones en primera línea de playa, asesorada por CBRE reforzando la presencia de Alexandre en las Islas Canarias, operando en Tenerife.

La operación refleja el dinamismo del sector hotelero en

inversión y operaciones. Según CBRE, la inversión hotelera en España alcanzó más de 3.200M€ en 2024, consolidándose como un segmento clave en el mercado inmobiliario.

Con esta adquisición, Alexandre Hotels continúa su expansión y fortalece su apuesta por el turismo de alta calidad y urbanismo sostenible en destinos estratégicos.

## *RH Hoteles transforma el icónico Hotel Principal de Gandía con una inversión de 9M€*

El Hotel Principal de Gandía, adquirido por RH Hoteles en 2023, se encuentra en plena fase de renovación con una reapertura prevista para junio de 2025.



Este ambicioso proyecto tiene como objetivo mejorar la experiencia turística mediante la ampliación de espacios exteriores, la modernización de sus instalaciones y una mejora en eficiencia energética.

La transformación incluirá la demolición parcial del edificio para dar lugar a nuevas zonas comunes y una oferta de servicios ampliada. Entre las mejoras destacan la incorporación de una nueva piscina exterior con toboganes acuáticos, la renovación de habitaciones y baños, y la actualización de suelos, ascensores y equipamiento gastronómico. La arquitecta Ainhoa

Hernández Ubiria ha diseñado un concepto inspirado en los tonos naturales de la playa de Gandía.

Además, el hotel adoptará un enfoque Family Hotel & Todo Incluido, ofreciendo áreas dedicadas a niños y jóvenes, así como una nueva modalidad de hospedaje sin preocupaciones. Con 176 habitaciones, dos piscinas, gimnasio y sauna, el Hotel RH Principal fortalecerá la presencia de la cadena en Gandía, consolidándose como una referencia en el turismo familiar de la Comunidad Valenciana.

## *NH Collection desembarca en Baleares con su primer hotel en Ibiza*

El icónico Hotel Sir Joan de Ibiza, recientemente adquirido por AX Partners, será completamente renovado para formar parte de la prestigiosa marca NH Collection Hotels & Resorts, bajo la gestión de Minor Hotels Europe & Americas.

Con su reapertura programada para abril de 2025, el establecimiento de cinco estrellas elevará sus estándares de lujo y hospitalidad, respetando su esencia original mientras mejora la calidad de sus instalaciones y servicios. Situado en una ubicación privilegiada,

con vistas al puerto de Ibiza y al casco antiguo, el hotel ha sido un punto de referencia para el turismo premium en la isla. La transformación incluirá una actualización completa de su oferta gastronómica y de coctelería, además de optimizar la experiencia de los huéspedes con nuevos espacios de relajación y entretenimiento.

Esta apertura supone un hito para NH Collection, al convertirse en el primer hotel de la marca en Baleares, consolidando su presencia en España y reforzando su apuesta por los destinos turísticos más exclusivos.

Coincidiendo con el décimo aniversario de la marca, esta expansión se enmarca dentro del crecimiento global de Minor Hotels, que opera más de 550 establecimientos en 57 países. Con esta incorporación, NH Collection

reafirma su compromiso con la excelencia y la innovación en la hospitalidad de lujo, posicionando Ibiza como un destino clave para viajeros exigentes que buscan experiencias exclusivas en el Mediterráneo.



# Interiorismo en hospitality.



**Desarrollo integral.**

Te acompañamos desde la fase de  
diseño hasta la ejecución.

**+ 55**  
años

**+ 2.200**  
proyectos

**+ 300**  
clientes

[www.moinsa.es](http://www.moinsa.es)



# Inversión Hotelera en España 2024

## Crecimiento, Tendencias y Proyecciones

Informe realizado por Colliers



### EXPANSIÓN DEL MERCADO Y RÉCORD DE INVERSIÓN HOTELERA

El sector hotelero en España ha registrado un año de fuerte crecimiento y transformación en 2024, con un volumen de inversión que alcanzó los 3.330 M€, superando en un 14% la media de los últimos cinco años y consolidándose como uno de los mercados inmobiliarios más dinámicos del país. Este incremento se ha visto impulsado por una combinación de factores, entre los que destacan la recuperación del turismo internacional, la consolidación del sector urbano como destino de inversión y la creciente participación de los inversores nacionales, quienes han marcado un récord en la serie histórica con un volumen total de 1.938 M€, lo que representa el 58% del total invertido.

El turismo en España ha sido un motor clave para este dinamismo. Con 94 millones de turistas internacionales

en 2024, el país ha logrado cifras récord que superan las de 2019, posicionándolo como el segundo destino turístico mundial tanto en número de llegadas como en gasto turístico. Esta fortaleza ha generado un impacto directo en el sector hotelero, que ha mantenido su atractivo para los inversores, con una notable estabilidad en los precios de compra por habitación, que se han situado en una media de 165.000 €/hab., un 9% por encima de la media de los últimos cinco años. A pesar de un leve ajuste respecto al pico de 2023, este indicador refleja la consolidación del sector y la creciente preferencia por destinos turísticos premium y urbanos.

Por primera vez desde 2016, la inversión en el segmento urbano ha superado a la del segmento vacacional, con un 52% del total dirigido a capitales españolas como

Madrid y Barcelona. Este cambio responde a un incremento del número de transacciones en ciudades, donde se han registrado 113 operaciones, frente a las 66 del segmento vacacional. La creciente demanda de activos en el centro de las ciudades, la escasez de nuevas oportunidades y el interés por proyectos de reconversión han llevado a que los inversores apuesten cada vez más por destinos urbanos. Sin embargo, los destinos vacacionales continúan teniendo un peso significativo, con una inversión de 1.586 M€ y operaciones destacadas en Baleares y Canarias.

En términos de tipología de inversión, las transacciones de activos hoteleros individuales han batido un récord histórico, alcanzando un volumen de 2.452 M€, lo que representa el 74% del total de inversión. En contraposición,

**73% de las transacciones protagonizadas por inversores nacionales. El segmento urbano supera por primera vez al vacacional, captando el 52% de la inversión. Precio medio por habitación: 165.000 €, un 9% por encima de la media de los últimos cinco años.**

TE PRESENTAMOS

# KÖNNECT

Todo el poder  
**en tus manos**

---

Descúbrelo del 5 al 8 noviembre en Veteco  
**Stand 9D01**

---

Entra y consigue  
sin coste tu pase  
para Veteco



  
**Kömmerling®**



la actividad en operaciones de cartera ha perdido peso, representando solo el 26% del total, el nivel más bajo de la última década. Este cambio evidencia una mayor madurez del mercado, donde la liquidez y la rentabilidad de los activos individuales han captado un mayor interés por parte de los inversores. Además, el segmento midscale o economy ha ganado relevancia, con un crecimiento del 41% respecto a 2023, impulsado por la venta de carteras y la estrategia de reposicionamiento de numerosos establecimientos.

A nivel geográfico, Madrid y Canarias han liderado la inversión en sus respectivos segmentos, con 611 M€ y 664 M€ respectivamente. Madrid se consolida como el destino urbano preferido para la inversión, con transacciones destacadas como la compra del Hotel Miguel Ángel por la cadena Lopesan por 200 M€. Barcelona, por su parte, ha registrado 572 M€ en inversión, con operaciones clave como la adquisición del AC Barcelona Forum por Fattal y la venta del Vincci Bit, asesorada por Colliers. En el segmento vacacional, Baleares ha mantenido su atractivo con 553 M€ en transacciones, destacando la compra del Six Senses Ibiza por cerca de 200 M€, mientras que la Costa del Sol ha experimentado una caída del 53% en comparación con 2023, situándose en 263 M€.

El comportamiento de los precios refleja una estabilización del mercado tras el crecimiento exponencial de los últimos años. La media de 165.000 €/hab. se sitúa en un punto de equilibrio que, si bien supone una ligera contracción frente a 2023, sigue marcando un nivel superior a la media de los últimos cinco años. Esta tendencia responde a un mayor enfoque en la inversión en hoteles de gama media

y a una reconfiguración del mercado en términos de producto y rentabilidad. Las perspectivas para 2025 apuntan a un

### Perspectivas para 2025

Colliers anticipa que la inversión en 2025 se mantendrá en torno a los 3.000 M€, con:

Mayor protagonismo de las reconversiones y nuevos desarrollos en zonas urbanas.

Un repunte de los fondos institucionales y de private equity, atraídos por la estabilidad del mercado español.

Inversión continua en el segmento vacacional, con especial foco en destinos consolidados como Baleares y Canarias.

año de continuidad en la inversión hotelera, con volúmenes que se mantendrán en torno a los 3.000 M€. Se prevé que la inversión en destinos vacacionales retome protagonismo, mientras que el segmento urbano seguirá evolucionando hacia nuevas oportunidades de reconversión y desarrollo en zonas menos céntricas. La entrada de inversores institucionales y fondos soberanos también jugará un papel clave en la evolución del mercado, junto con la consolidación del papel de los grupos hoteleros y los family offices, que

seguirán siendo actores relevantes en la compra y reposicionamiento de activos. Con un entorno financiero que se espera más estable y un sector turístico en plena expansión, el mercado hotelero español se mantiene como un referente a nivel internacional y un destino prioritario para la inversión inmobiliaria.

El mercado de inversión hotelera en España sigue mostrando una notable solidez, impulsado por la recuperación del turismo, el atractivo del país como destino de inversión y una mayor diversificación en los perfiles inversores. 2024 ha sido un año clave en la evolución del sector, con cambios estructurales que marcarán el rumbo del mercado en los próximos años.





## La alternativa sostenible y competitiva para la reforma de hoteles

En un sector en el que la renovación constante es clave para mantener la competitividad, Recovergrup ha emergido como una solución innovadora y sostenible para la modernización de hoteles sin necesidad de obras invasivas. Fundada en 2018 por Albert Gràcia, la empresa apuesta por una filosofía clara: dar una segunda vida al mobiliario y a los revestimientos sin necesidad de demoliciones innecesarias.

En julio de 2018, Albert Gràcia fundó Recovergrup, una empresa especializada en ofrecer soluciones sostenibles, eficientes y competitivas para la reforma de mobiliario y paredes en hoteles. Desde sus inicios, la compañía experimentó un crecimiento significativo, alcanzando cifras de doble dígito, especialmente tras la pandemia. Su propuesta se basa en extender la vida útil del mobiliario y las superficies, evitando el modelo de “derribar, desechar y comprar nuevo”.

Al principio, Recovergrup enfrentó la desconfianza del mercado, especialmente en lo que respecta a la durabilidad de los revestimientos. Sin embargo, con el tiempo, las tendencias en sostenibilidad y restauración han impulsado una demanda creciente de sus servicios. Su enfoque permite renovar espacios sin generar residuos innecesarios, reutilizando estructuras existentes con materiales de alta calidad.

### Ventajas para el sector hotelero

Albert Gràcia destaca que uno de los principales beneficios de su sistema es la posibilidad de realizar reformas sin necesidad de cerrar el hotel. “La ausencia de ruidos, olores y suciedad permite que el hotel siga operativo sin afectar la experiencia de los huéspedes. Incluso podemos trabajar por fases, planta por planta”, explica.

El ahorro económico también es clave, ya que renovar mobiliario existente reduce la necesidad de nuevas adquisiciones. Los materiales utilizados por Recovergrup son resistentes, ignífugos y fáciles de



limpiar, disminuyendo los costos de mantenimiento. Además, ofrecen una amplia variedad de acabados que permiten a los interioristas diseñar espacios únicos sin comprometer calidad ni funcionalidad.

### Una solución estética y competitiva

La empresa opera bajo la premisa de que revestir un mueble debe ser más económico que sustituirlo. En casos donde la sustitución resulte más viable, se asesora al cliente en consecuencia. Este enfoque ha llevado a muchas cadenas hoteleras a optar por revestimientos autoadhesivos, logrando una actualización estética sin los elevados costos de una reforma tradicional. “La diferencia de costes entre cambiar 200 puertas o revestirlas con sus marcos es enorme”, destaca Gràcia.

El aspecto visual es un factor crucial en la filosofía de Recovergrup. La firma transforma mobiliario desactualizado en piezas contemporáneas sin alterar su estructura. Un ejemplo es la conversión de muebles de color wengué, típico de los años 70, en acabados en roble claro mediante vinilos de alta gama. También se aplican revestimientos hiperrealistas en columnas de mármol, muebles de vidrio o plástico golpeados, logrando acabados renovados y modernos.

### Catálogo de productos y expansión

Recovergrup ofrece más de 600 acabados hiperrealistas, que imitan con precisión materiales como madera, mármol, piedra, metal y textiles. Sus productos son autoadhesivos y termoformables, adaptándose a superficies curvas y eliminando juntas visibles en comparación con melaminas y otros materiales rígidos.

A nivel técnico, pocas empresas en España cuentan con el personal especializado que posee Recovergrup, lo que les permite abordar proyectos de gran escala con personal propio. Actualmente, la compañía cuenta con once técnicos especializados y sigue en expansión, capacitando a nuevos profesionales para responder a la creciente demanda.

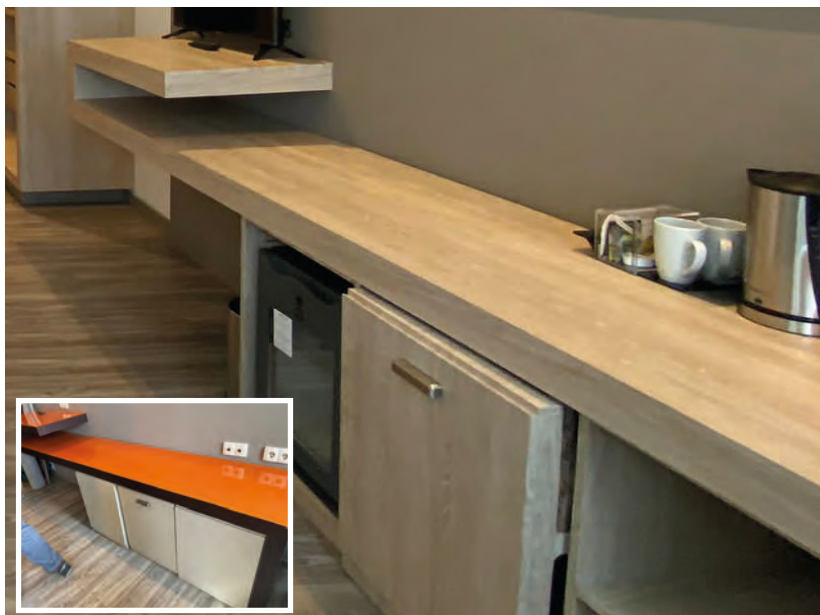
### Proyectos destacados y futuro

En seis años, Recovergrup ha trabajado con grupos hoteleros como Minor Hotel Group (NH Hoteles), Hotusa, Eurostars, Grupo ABAC y Princess Hotels. Además, ha llevado a cabo proyectos para Tiffany's en Passeig de Gràcia (Barcelona) y las tiendas del FC Barcelona en aeropuertos y ciudades clave de España.

A futuro, la compañía busca expandir su alcance, enfocándose en hoteles que desean mejorar su categoría sin afrontar elevados costos de reforma. También prevé consolidarse como líder en formación de técnicos especializados en revestimientos, convencida de que esta tendencia se convertirá en un estándar en el sector.

Albert Gràcia concluye: “Queremos demostrar que es posible renovar sin desperdiciar, ofreciendo soluciones que combinan estética, sostenibilidad y eficiencia”.

Encuétranos y descubre los revestimientos vinílicos en [www.recovergrup.com](http://www.recovergrup.com) o llámanos al 937 959 050



# Raúl González

CEO EMEA en Barceló Hotel Group



Su carrera en Grupo Barceló comienza en 1998 como director general de hoteles urbanos en Europa y, posteriormente, como secretario general del Grupo. En 2006 es nombrado Chief Executive Officer (CEO) de Barceló Hotel Group para la región EMEA, cargo que ostenta en la actualidad.

Más de 25 años después de su llegada a la compañía y siendo testigo del crecimiento imparable del grupo hotelero en todo este tiempo, su afán de superación sigue rigiéndose por los mismos valores que definen la marca: dedicación, innovación y liderazgo.

Licenciado en Económicas y Administración de Empresas por la Universidad de Deusto y MBA por el IESE Business School de la Universidad de Navarra, antes de formar parte de Grupo Barceló desarrolla su primera etapa profesional en consultoría en áreas de estrategia y organización.

Raúl González es también profesor invitado en la Universidad de Deusto y en la Universidad de Navarra; y ponente en instituciones tanto nacionales como internacionales como Instituto de Empresa, IESE, London Business School, Universidad Internacional Menéndez Pelayo y Cornell University. Además, es miembro tanto de la Junta Directiva del Foro de Marcas Renombradas de España como de su patronato y del Consejo Asesor de la Escuela de Hostelería de Lausanne.



**Barceló es una empresa con una historia de casi un siglo. ¿Cuáles considera que han sido los hitos clave en la evolución de la compañía desde sus inicios?**

La apertura en 1962 del primer hotel en Mallorca supone el nacimiento de la división hotelera Barceló Hotel Group. En 1985 inauguramos Barceló Bávaro Grand Resort en Punta Cana, convirtiéndonos en la primera cadena hotelera española que se instala en esta privilegiada zona del Caribe dominicano. Es el primer paso de una expansión internacional que seguirá en Costa Rica, México, República Checa o Turquía. Ese mismo año, en España, la compañía se abre a un nuevo segmento de hoteles urbanos con el icónico Barceló Sants en Barcelona.

El año 1992 supone nuestra entrada en EEUU, con un hotel en Washington y otro en Orlando siendo la primera hotelera española en implantarse en Estados Unidos. Diez años después, con la adquisición de Crestline Capital en 2002, nos convertimos en la primera compañía hotelera española en número de habitaciones en Estados Unidos.

Dieciocho años después de la apertura del primer hotel en Casablanca, somos la cadena española con mayor presencia en Marruecos. Actualmente, Barceló Hotel Group gestiona 9 hoteles en 6 ciudades del país -Agadir, Casablanca, Fez, Marrakech, Rabat y Tánger.

En el año 2017 ponemos en marcha nuestra estrategia multimarca con el nacimiento de las cuatro marcas actuales de Barceló Hotel Group: Royal Hideaway Luxury Hotels & Resorts, Barceló Hotels & Resorts, Occidental Hotels & Resorts y Allegro Hotels.

En 2023 abrimos Canfranc Estación, a Royal Hideaway Hotel 5\* GL, tras un proyecto de rehabilitación y recuperación de la histórica estación ferroviaria de Canfranc (Huesca), que ha permitido conservar el valioso patrimonio cultural de un edificio emblemático con más de 90 años de historia. También este año alcanzamos los 300 hoteles en nuestro portfolio.

En 2024 hemos abierto un nuevo hotel de 5 estrellas en Capadocia, en Turquía, un país estratégico para la compañía donde actualmente gestionamos dos hoteles en Estambul y uno en Ankara. Y hemos inaugurado nuestro primer hotel en Cabo Verde, un hotel urbano en la isla de Santiago.

Además, este año, Barceló Hotel Group se ha convertido en la primera cadena hotelera de España en ofrecer una experiencia de realidad virtual para disfrutar en familia, Magic Room, que nos posiciona como líderes del sector en innovación experiencial.

Recientemente, la gala de las Estrellas MICHELIN 2025 ha galardonado a los restaurantes Il Bocconcino, ubicado en Royal Hideaway Corales 5\* GL, en Tenerife, y MuXgo, en Santa Catalina, a Royal Hideaway, en Las Palmas de Gran Canaria. Con estos nuevos reconocimientos, sumamos 9 estrellas en 7 restaurantes, fruto de nuestro compromiso con la alta gastronomía y consolidando nuestro liderazgo

como la cadena hotelera española con más restaurantes con estrellas Michelin en nuestro país.

Adicionalmente, nos hemos alzado este año, por cuarta vez, con el premio a 'Mejor compañía gestora de hoteles del mundo' en los World Travel Awards y la marca Barceló Hotels & Resorts es la primera marca del sector turístico presente en el top 10 de las marcas más fuertes de España, según el último informe de valoración mundial de marcas Brand Finance.

*Barceló Hotel Group se ha convertido en la primera cadena hotelera de España en ofrecer una experiencia de realidad virtual*

**¿Cómo ha logrado Barceló mantenerse relevante y competitivo en un sector tan cambiante desde sus comienzos hasta hoy?**

Durante más de 90 años de experiencia en el sector hospitality hemos sido pioneros en innovación experiencial ofreciendo al cliente propuestas y actividades diferenciales y únicas, pensadas por y para ellos. Algunas de las acciones de las que nos sentimos orgullosos las hemos desarrollado en el terreno de la gastronomía, la cultura o el bienestar y el entretenimiento.

La alta gastronomía es uno de los grandes distintivos de los hoteles de la marca Luxury Royal Hideaway Luxury Hotels & Resorts. Nuestros restaurantes no solo despiertan emociones, sino que también celebran la gastronomía local de cada destino, combinando sabores auténticos con productos de calidad y proximidad. Actualmente, Barceló Hotel Group cuenta con 9 estrellas MICHELIN y 9

Soles Repsol, lo que nos convierte en la cadena hotelera española con más restaurantes reconocidos en el país. Nuestro firme objetivo es salvaguardar, difundir y promover el patrimonio cultural y gastronómico de las comunidades donde operamos.

Otro valor diferencial es Happy Minds, el programa de animación infantil único de Barceló Hotel Group inspirado en la Teoría de las Inteligencias Múltiples, del psicólogo estadounidense Howard Gardner, que subraya que no existe una inteligencia única, sino que cada persona es capaz de desarrollar diferentes tipos.

Dirigido tanto a huéspedes como a las personas que forman parte de Barceló Hotel Group, WeBalance es un programa holístico de bienestar 100% online con el que encontrar el equilibrio antes, durante y después del viaje. Dirigido por Isidoro de la Cruz, holístico coach de Barceló Hotel Group, WeBalance consta de videotutoriales para practicar en el hotel fomentando un estilo de vida más activo, sano y equilibrado.

También la oferta cultural de Barceló Hotel Group marca la diferencia. Es el caso de eventos culturales como el icónico festival de música -que alcanza ya su cuarta edición- Santa Catalina Classics en Santa Catalina, a Royal Hideaway Hotel (Las Palmas de Gran Canaria) o la IV edición del Imagine Music Fest en el hotel Barceló Imagine de Madrid; las exposiciones de arte como el Art Hub en Barceló Sevilla Renacimiento o las colaboraciones con diseñadores y artistas de diferentes disciplinas son algunas de las iniciativas mediante las que ofrecemos a nuestros clientes un valor añadido y diferenciador, dando a conocer cada uno de los destinos en los que estamos presentes y su riqueza cultural.

En un mundo en constante cambio, en Barceló Hotel Group siempre miramos hacia adelante, desarrollando, progresando y mejorando continuamente. Un ejemplo de ello es la reciente puesta en marcha de Magic Room, una innovadora experiencia virtual e inmersiva para toda la familia que el hotel Barceló Punta Umbría Beach Resort ofrece a sus huéspedes. Este hotel se convierte así en el primero en Europa en contar con una experiencia exclusiva de realidad virtual. Se trata de una habitación mágica que transporta a los huéspedes y visitantes, guiados por Barcy, la mascota de Barceló Hotel Group, a un viaje por un multiverso interactivo, con el objetivo de enseñar a los más pequeños a cuidar el medioambiente y el planeta.

**¿Cuál considera que es el principal reto que enfrenta actualmente el sector hotelero en España?**

Uno de los mayores retos a los que nos enfrentamos es la masificación turística, puesto que es un problema que nos afecta a todos, aunque especialmente a los habitantes de las ciudades que, en muchos casos, son empujados a desplazarse a otras zonas de la ciudad por la escasez de vivienda y la inflación de precios.





El verdadero inconveniente de este tipo de turismo no radica en los turistas en sí, sino en un sistema que está colapsando las infraestructuras de muchas ciudades. En particular, los alquileres vacacionales no controlados son una gran preocupación. Mientras que desde los hoteles nos esforzamos por contribuir positivamente a los destinos a través de diversas iniciativas medioambientales y socioculturales, la oferta de alquiler turístico se encuentra fuera del control de las administraciones. Es urgente legislar en este ámbito, estableciendo una normativa y una hoja de ruta que ayuden a mitigar esta situación.

Si bien en los últimos años otro de los principales desafíos a los que se ha enfrentado el sector turístico ha sido encontrar la manera de retener el talento, en la actualidad es, sobre todo, la falta de personal y un menor interés por trabajar en el sector servicios lo que nos ocupa, aun cuando las condiciones laborales son atractivas. Esto es un problema si tenemos en cuenta que somos un país cuyo principal motor económico es el turismo.

A esto se suma otro gran inconveniente para las empresas: el cada vez más creciente absentismo laboral. Actualmente estamos asistiendo a un claro incremento del número de bajas laborales, con un trabajador enfermo una media de 22 días al año. Dato que se agrava en las Islas Canarias, subiendo hasta los 32 días.

**En un sector cada vez más consciente de la sostenibilidad, ¿qué iniciativas está tomando Barceló para ser más sostenible y respetuoso con el medio ambiente?**

Sostenibilidad de Impacto es uno de los proyectos clave de la estrategia de sostenibilidad de Barceló Hotel Group, Barceló ReGen. Se trata de una innovadora herramienta que permite realizar un seguimiento y medición precisos del impacto económico, social y medioambiental de la actividad de los hoteles en los destinos, en aras de aportar soluciones y mejoras en los diferentes procesos y fases de su actividad.

Algunos indicadores relevantes del impacto de Barceló Hotel Group en España en el anterior ejercicio son, por ejemplo, que el consumo de energía por habitación ocupada en los hoteles de Barceló Hotel Group es un 57,5% inferior a la media del sector y que el 94,7% de los proveedores de los hoteles de Barceló Hotel Group son nacionales y el 72,4% km0.

Además, somos la primera cadena hotelera española y una de las pocas del mundo en obtener unos estándares de sostenibilidad reconocidos por el GSTC (Consejo Global de Turismo Sostenible).

**¿Cuáles son las prioridades de inversión de Barceló en el futuro próximo y qué proyectos de expansión están en marcha actualmente?**

Nuestras previsiones son seguir creciendo tanto en España como en el extranjero. En España, cabe destacar la apertura, prevista para marzo de 2025, del hotel Royal Hideaway Corales Villas, en Costa Adeje (Tenerife), con categoría 5\* GL y que contará con 139 exclusivas suites y villas que destacan por su diseño sostenible en armonía con el entorno.

En el ámbito internacional, tenemos prevista la apertura de nuevos hoteles en Asia, concretamente en Baréin y Maldivas. En el continente africano abriremos dos hoteles de 5 estrellas en Marruecos, concretamente en Casablanca y Rabat, y pondremos en marcha un nuevo establecimiento en la isla de Boa Vista en Cabo Verde, donde también llevaremos a cabo la construcción de un nuevo proyecto hotelero en Isla de Sal.

**¿Qué métodos o herramientas utilizan para medir la satisfacción del cliente, y cómo estos datos afectan sus estrategias de negocio?**

Para medir la experiencia del cliente en nuestros hoteles utilizamos la herramienta de analítica Reviewpro Shiji, líder mundial en Guest Intelligence para el sector hotelero con presencia en 150 países. Esta herramienta nos permite gestionar de manera eficaz la reputación y presencia de nuestros hoteles en los principales sitios de reseñas online, pues es capaz de procesar más de 500 millones de reseñas al día en más de 140 fuentes de opinión y en más de 45 idiomas. Además, llevamos a cabo encuestas a nuestros clientes, tanto durante como después de su estancia, para conocer con el mayor detalle posible cómo ha sido su experiencia con nosotros.

Barceló Hotel Group lidera la implantación y adopción de CRM en los hoteles para promover el uso de datos de cliente en la personalización de su experiencia. Hace unos años, desarrollamos el proyecto BEA (Barceló Experience Assistant), en base a



*Es fundamental cuidar de nuestros equipos de trabajo*

tecnología Salesforce, que nos aporta un gran conocimiento de cliente, mejorando la adquisición de datos, en cantidad y calidad. El disponer de este conocimiento digitalizado y compartido entre los diferentes equipos de la compañía, nos permite seguir mejorando en la personalización de la estancia de nuestros clientes. Todo ello con la finalidad de ofrecer la mejor experiencia de cliente, aumentar la tasa de repetición, la fidelidad a la marca, y predisposición a recomendarnos, apoyando así al crecimiento del negocio.

En Barceló Hotel Group, nuestra metodología people centric es el pilar fundamental para alcanzar nuestro principal objetivo: hacer felices a las personas. Velamos por la satisfacción de nuestros huéspedes y empleados contribuyendo a su bienestar, una de las máximas prioridades de la compañía desde nuestros orígenes.

**¿Ha notado cambios en la demanda entre turismo de negocios y de placer? ¿Cómo Barceló está ajustando su oferta para atender estas demandas?**

Desde hace ya varios años, en Barceló Hotel Group avanzamos las tendencias que caracterizarán los viajes del año próximo basadas en los resultados del informe Travel Trends, que ponemos en marcha mediante una encuesta realizada a través de nuestros canales sociales.

Precisamente, una de las tendencias de 2025 será

que los viajes de trabajo avancen un paso más en una nueva forma de vivir el turismo. Se trata de la tendencia blended travel, que invita a combinar los viajes de negocio con escapadas cortas de ocio con compañeros de trabajo que también son amigos. Según el 48% de los encuestados, el final de un viaje de trabajo ya no supone la obligación de volver inmediatamente a casa, y optan por alargar la estancia para disfrutar del destino.

Sabemos que el turista es cada vez más exigente, está más preocupado por los hábitos saludables y por la calidad de experiencias que vive en el destino. Por ello, como líderes en innovación experiencial y en línea con nuestra estrategia people centric, nos esforzamos por conocer mejor a nuestros clientes para ofrecerles las experiencias que mejor se adapten a ellos y sus alrededores del mejor modo posible. Con un objetivo claro, cuidar y hacer felices a las personas.

Gracias al Big data, la recopilación y el análisis de datos nos permiten comprender mejor las preferencias de los viajeros, ayudando a adaptar las ofertas de destinos y servicios y a personalizar su experiencia en nuestros hoteles.

A través de nuestra plataforma digital Barceló Experiences ofrecemos más de 1.800 experiencias en destino en categorías como gastronomía, naturaleza o wellness ofertadas por más de 200 pymes y proveedores locales. Barceló Experiences cuenta con un doble objetivo: por un lado, conectar a sus huéspedes con los destinos de un modo auténtico y sostenible a través de un extenso catálogo de experiencias; y por otro, participar en el desarrollo económico y sociocultural de los lugares mediante la puesta en marcha de un modelo económico justo y potenciando el acceso a los proveedores locales.

**Finalmente, ¿cómo ve el sector hotelero en los próximos cinco a diez años, y qué papel espera que juegue Barceló en ese futuro?**

Más allá de la capacidad que ha demostrado el sector para adaptarse a un panorama cambiante, el turismo cumple un rol fundamental como elemento transformador, tanto de la vida de las personas como del planeta. El cuidado de la salud ambiental supone velar por el futuro, para que podamos seguir viajando y conociendo nuevos destinos.

La inversión de impacto debe centrarse en la conservación de los destinos, que nos permita seguir creciendo, de una manera más consciente, tanto fuera de España como en nuestro país, el cual aumenta, cada vez más, el valor de sus activos hoteleros.

Además, es fundamental cuidar de nuestros equipos de trabajo, porque es un factor cada vez más demandado por las nuevas generaciones. Esto podemos hacerlo prestando especial atención a la formación de nuestros empleados. En Barceló Hotel Group invertimos un 23% más en gasto en formación por empleado en comparación con la media de gasto de las empresas españolas, permitiendo el crecimiento de las personas dentro de la compañía y ofreciendo oportunidades de primer empleo mediante programas de prácticas.



Nuevo sistema Schüco AS FD 75 / 90

# El interior nunca había sido tan exterior.

Máxima apertura y perfiles esbeltos.  
Las nuevas correderas replegables de Schüco.



**SCHÜCO**

# RESTAURACIÓN HOTELERA EL HORIZONTE DEL CAMBIO

“ ”

En 2025, la personalización y la tecnología inmersiva definirán el éxito de la restauración hotelera



El sector de la restauración hotelera ha vivido un 2024 marcado por un renacer sostenido. Tras los desafíos planteados en años recientes, este periodo ha sido testigo de una recuperación consolidada, impulsada por un enfoque renovado en sostenibilidad y en la creación de experiencias personalizadas. El crecimiento interanual del 10% refleja la capacidad del sector para adaptarse a nuevas tendencias, posicionándose como un referente en innovación y servicio.

La sostenibilidad ha sido uno de los ejes centrales de esta transformación. Los hoteles han adoptado prácticas que incluyen el uso de menús locales y de temporada, logrando una reducción significativa en

el desperdicio alimentario gracias a la implementación de tecnologías avanzadas de gestión. Este compromiso no solo responde a las demandas del mercado, sino también a la necesidad de alinearse con las regulaciones ambientales, que cada vez son más estrictas. Además, la experiencia del cliente ha evolucionado hacia un nivel de personalización sin precedentes, ofreciendo desde talleres culinarios hasta catas exclusivas, lo que ha permitido a los establecimientos diferenciarse en un mercado cada vez más competitivo. La digitalización también ha jugado un papel fundamental, revolucionando la operativa interna y optimizando la gestión de reservas y menús mediante herramientas de inteligencia artificial.

Sin embargo, no todo ha sido sencillo. El sector ha enfrentado retos como la escasez de personal cualificado, el impacto de la inflación en los costes operativos y la necesidad de ajustarse a nuevas normativas de sostenibilidad. Pese a ello, la resiliencia demostrada por los hoteleros ha permitido superar estos desafíos, convirtiéndolos en oportunidades para reinventar sus propuestas de valor. La colaboración entre actores del sector ha sido clave para mitigar algunos de estos problemas, desde alianzas con escuelas de hostelería para formar nuevos talentos hasta acuerdos con proveedores locales para controlar los costes y mantener la calidad del servicio.





La influencia de las nuevas generaciones, especialmente los millennials y la generación Z, ha sido un motor importante en la redefinición de la oferta gastronómica hotelera. Estos segmentos de mercado exigen no solo calidad y autenticidad, sino también un compromiso claro con valores como la sostenibilidad y la responsabilidad social. La presión por adaptarse a estas expectativas ha llevado a los hoteles a explorar conceptos innovadores, como la agricultura urbana en sus instalaciones o la promoción de “menús con propósito” que contribuyen a causas sociales o ambientales.

Mirando hacia 2025, las previsiones son optimistas pero retadoras. Se proyecta un crecimiento del 12%, con un mercado que demandará mayor transparencia, personalización y sostenibilidad en todos los servicios ofrecidos. Los clientes no solo buscarán disfrutar de una buena comida, sino también conocer la historia detrás de cada plato, desde el origen de los ingredientes hasta las prácticas utilizadas en su elaboración. La innovación tecnológica seguirá siendo un factor diferencial, destacando la implementación de soluciones inmersivas como la realidad aumentada para enriquecer la experiencia culinaria. Imáginese a un cliente explorando virtualmente los viñedos de donde proviene el vino que está disfrutando, o descubriendo en una pantalla interactiva la procedencia de los ingredientes de su plato.

Los hábitos de consumo también evolucionarán, con un aumento significativo en la demanda de opciones dietéticas adaptadas y personalizadas. Según estudios recientes, cerca del 40% de los viaje-

ros priorizarán menús que se alineen con sus preferencias alimentarias, ya sea por motivos de salud, éticos o culturales. Este cambio obligará a los hoteles a ser más flexibles y creativos, incorporando nuevas técnicas culinarias y ampliando su oferta de menús especiales.

## CERRÓ 2024 CON UN CRECIMIENTO DEL 10% GRACIAS A LA DIGITALIZACIÓN Y SOSTENIBILIDAD COMO MOTORES PRINCIPALES

Otro punto clave para el próximo año será la colaboración entre hoteles y productores locales, así como con chefs reconocidos, consolidando así la autenticidad de las experiencias gastronómicas. Estas alianzas no solo aportan valor a los clientes, sino que también fortalecen las economías locales y fomentan el desarrollo sostenible. Además, la apertura de restaurantes de autor en hoteles boutique y la proliferación de “pop-ups” culinarios en temporadas altas representan oportunidades clave para atraer nuevos segmentos

de mercado, especialmente a viajeros que buscan experiencias únicas y exclusivas. La inclusión y la diversidad también serán temas destacados en 2025. Los hoteles que logren integrar conceptos culinarios que reflejen la multiculturalidad y las influencias globales estarán mejor posicionados para captar la atención de un público internacional. Esto incluye desde la incorporación de técnicas tradicionales de diferentes culturas hasta la celebración de festivales gastronómicos temáticos que atraigan tanto a huéspedes como a visitantes locales.

Al mismo tiempo, la inversión en formación y retención de talento seguirá siendo crucial para garantizar un servicio de alta calidad. En un entorno laboral cada vez más competitivo, los hoteles deberán enfocarse en ofrecer beneficios atractivos, programas de desarrollo profesional y entornos de trabajo inclusivos y motivadores. La falta de personal cualificado continuará siendo un reto, pero las iniciativas para promover carreras en la gastronomía y la hospitalidad pueden marcar la diferencia a largo plazo.

En resumen, 2024 ha sido un año de impulso para la restauración hotelera, con avances significativos en sostenibilidad, personalización y tecnología. De cara a 2025, el sector se encuentra en una posición privilegiada para capitalizar las tendencias emergentes y liderar el cambio en un entorno competitivo y en constante transformación. Las oportunidades son inmensas para aquellos que estén dispuestos a innovar, colaborar y adaptarse a las demandas de un mercado en evolución.

# Transformación de la Restauración Hotelera 2025

## Innovación, Sostenibilidad y Personalización



### TRANSFORMACIÓN DE LA RESTAURACIÓN HOTELERA EN 2025

#### Innovación, Sostenibilidad y Personalización

En 2025, la restauración hotelera se encuentra inmersa en una transformación profunda, impulsada por la adopción de tecnologías avanzadas, un compromiso reforzado con la sostenibilidad y una atención meticulosa a la personalización de la experiencia del huésped.

#### Innovaciones Tecnológicas y Digitalización

La digitalización se ha consolidado como un pilar esencial en la gestión hotelera. La implementación de sistemas de gestión integrados (PMS, CRM, TPV inteligentes) y soluciones basadas en inteligencia artificial permite prever la demanda, optimizar recursos y personalizar servicios, mejorando tanto la operativa interna como la experiencia del cliente. La automatización de procesos operativos simplifica tareas repetitivas, reduce tiempos y optimiza recursos humanos, permitiendo al personal

enfocarse en ofrecer un servicio más personalizado y de calidad.

Además, la realidad aumentada y virtual están redefiniendo la interacción con los huéspedes. Los clientes pueden visualizar platos en 3D desde el menú, explorando ingredientes y presentaciones antes de realizar su pedido, lo que enriquece la experiencia gastronómica y facilita decisiones informadas. Esta tecnología también se utiliza para ofrecer recorridos virtuales por las instalaciones del hotel, permitiendo a los potenciales huéspedes explorar las habitaciones y áreas comunes antes de su llegada.

La inteligencia artificial (IA) está revolucionando la industria hotelera al ofrecer experiencias personalizadas y optimizar procesos operativos. La IA permite analizar grandes volúmenes de datos para anticipar las necesidades y preferencias de los huéspedes, ofreciendo recomendaciones personalizadas y mejorando la satisfacción del cliente. Además, los chatbots y asistentes

virtuales basados en IA proporcionan atención al cliente las 24 horas, respondiendo consultas y gestionando reservas de manera eficiente.

#### Compromiso con la Sostenibilidad

La sostenibilidad ha dejado de ser una opción para convertirse en una necesidad imperativa en la industria hotelera. Los viajeros actuales prefieren establecimientos que minimicen su impacto ambiental mediante prácticas como el uso de energías renovables, la eliminación de plásticos de un solo uso y la colaboración con comunidades locales. Adaptarse a estas expectativas no solo mejora la reputación del hotel, sino que también atrae a un segmento de huéspedes cada vez más consciente y comprometido con el medio ambiente.

La gestión eficiente de recursos, como el agua y la energía, se ha convertido en una prioridad. Los hoteles están implementando sistemas inteligentes que monitorizan y optimizan el consumo, reduciendo costos

## HIPERPERSONALIZACIÓN Y TENDENCIAS EN LA INDUSTRIA HOTELERA

operativos y el impacto ambiental. Además, se promueve el uso de materiales sostenibles en la construcción y renovación de instalaciones, creando espacios más ecológicos y saludables para los huéspedes.

### Personalización de la Experiencia del Huésped

La hiperpersonalización se ha convertido en una expectativa estándar. Los consumidores buscan experiencias a medida en cada interacción con la marca. Esto implica conocer y anticiparse a los deseos del cliente, ofreciendo servicios y opciones gastronómicas que se ajusten a sus preferencias individuales, elevando así la satisfacción y fidelización.

La recopilación y análisis de datos juegan un papel crucial en este aspecto. A través de la información proporcionada por los huéspedes y el seguimiento de sus interacciones, los hoteles pueden crear perfiles detallados que permiten ofrecer servicios personalizados, desde la selección de almohadas hasta recomendaciones de actividades locales. Esta atención al detalle crea una experiencia única y memorable para cada huésped.

### Casos Destacados en España

En el panorama español, varios proyectos reflejan estas tendencias. El Fairmont La Hacienda, en Sotogrande, es un nuevo resort de lujo que destaca por su diseño inspirado en los pueblos blancos andaluces y una oferta gastronómica liderada por el chef con dos estrellas

Michelin, Benito Gómez. Este establecimiento combina la tradición arquitectónica local con servicios de alta gama, ofreciendo una experiencia auténtica y lujosa a sus huéspedes. Por otro lado, la cadena hotelera

**En 2025, la restauración hotelera se encuentra inmersa en una transformación profunda, impulsada por la adopción de tecnologías avanzadas, un compromiso reforzado con la sostenibilidad y una atención meticulosa a la personalización de la experiencia del huésped.**

Vibra en Ibiza está invirtiendo en la modernización de sus instalaciones, incluyendo la apertura de nuevos hoteles de cuatro estrellas y la transformación de aparthoteles, con una inversión total cercana a los 30 millones de euros, respondiendo a la demanda de servicios de mayor calidad. Estas mejoras buscan atraer a un público más exigente, ofreciendo instalaciones modernas y servicios personalizados que se adaptan a las tendencias actuales del mercado.



### Perspectivas Futuras

La industria hotelera en España anticipa un crecimiento continuo, impulsado por cifras récord en el turismo internacional. Se prevé un incremento del 6% en 2024 y la creación de aproximadamente 60.000 nuevos empleos, consolidando al sector como un motor económico clave. Este crecimiento refleja la recuperación y fortalecimiento del sector tras los desafíos enfrentados en años anteriores, posicionando a España como un destino turístico líder a nivel mundial.

En resumen, la restauración hotelera en 2025 se caracteriza por una integración profunda de la tecnología, un compromiso sólido con la sostenibilidad y una dedicación a ofrecer experiencias personalizadas, adaptándose a las demandas de un mercado en constante evolución y a un consumidor cada vez más informado y exigente. Los hoteles que adopten estas tendencias y enfoquen sus esfuerzos en innovar y satisfacer las expectativas de los huéspedes estarán mejor posicionados para prosperar en el competitivo panorama de la industria hotelera actual.

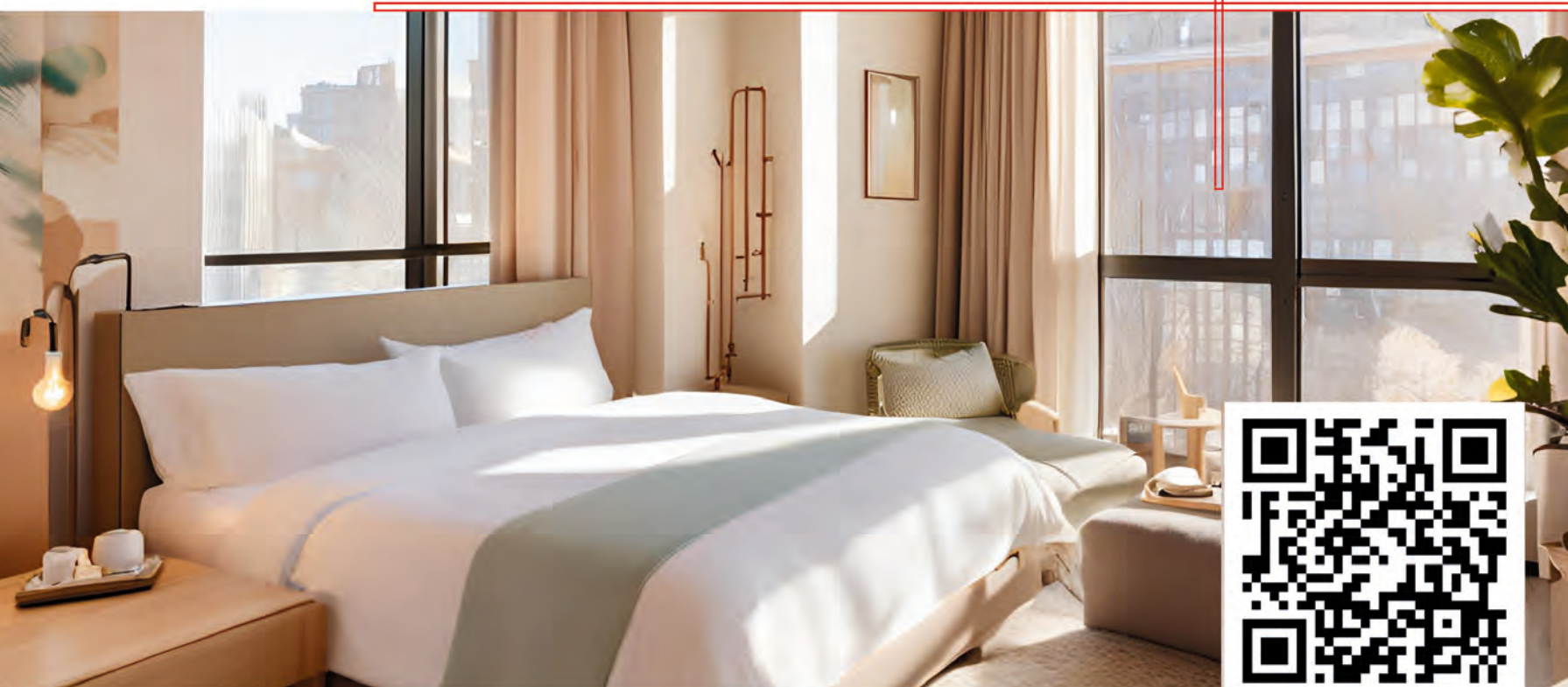


EL CLIMA

DE TU  
VIDA

PRODUCTOS  
**TOSHIBA**

**Tu hotel,**  
con Toshiba,  
es más eficiente



[toshiba-aire.es](https://toshiba-aire.es)

# ÚNICOS

LOS HOTELES Y RESTAURANTES MÁS EXCLUSIVOS



## CARO HOTEL



**CARO HOTEL**

26 habitaciones

Climatización individual

Internet wifi gratuito

Smart TV

Carta de almohadas

Caja fuerte

Teléfono

Minibar de cortesía

Amenities de baño Lalique

Restaurante

Lobby-bar

Piscina

Espacios para celebración de eventos

Caro Hotel  
Calle Almirante, 14  
46003 Valencia  
España  
96 305 90 00

[www.carohotel.com](http://www.carohotel.com)  
[info@carohotel.com](mailto:info@carohotel.com)

**CARO**  
hotel  
Palacio Marqués de Caro

Ubicado en pleno corazón de la ciudad de Valencia, a escasos 200 metros de la Catedral y de la Basílica, Caro Hotel es un hotel de 5\* y solo 26 habitaciones, todas ellas distintas entre sí. Es, además, el primer y único hotel-monumento de la ciudad y, probablemente, su establecimiento hotelero más especial.

Caro Hotel posee un marcado carácter urbano y singular. El ejercicio de diseño desarrollado por Francesc Rifé ha sido cuidado hasta el mínimo detalle, aportando al hotel un aire de líneas pulcras y geométricas que literalmente se funden con los elementos arquitectónicos originales del antiguo Palacio del Marqués de Caro, edificio catalogado cuya ecléctica fachada remite al siglo XIX. Sus paredes, sin embargo, guardan una incomparable herencia de más de 2.000 años producto de las huellas de todas las civilizaciones que habitaron la ciudad desde su misma fundación. Así, el hotel cuenta, entre otros elementos históricos de interés, con un mosaico fundacional de la Valentia Edetanorum de la época romana (s. II a.C.), con el lienzo de muralla árabe más grande de Valencia (siglo XII), con diversos arcos góticos o con detalles constructivos decimonónicos que han sido respetados, rehabilitados e integrados en sus espacios comunes y habitaciones. El resultado de este trabajo es una singular colección de 26 estancias cálidas y confortables en las que proporcionalidad, formas depuradas y uso de maderas, materiales continuos y tonos crudos se abren paso otorgando coherencia visual al conjunto.

Caro Hotel fue inaugurado en 2012 y actualmente desarrolla una ampliación que para la primavera de 2026 le proporcionará 18 habitaciones más, servicios adicionales en las áreas de Eventos o bienestar y que también le permitirá acreditarse como el único hotel 5\* GL del centro de la ciudad.



# INHALA HOTEL GARDEN



## INHALA HOTEL GARDEN

202 habitaciones

Piscina exterior de agua salada en azotea

1.200m<sup>2</sup> salas de reunión

Terraza (sky bar & restaurante con vistas panorámicas de la capital)

**Jardín Colgante: 1.000m<sup>2</sup> de superficie con más de 260 especies vegetales, una cascada de 20 metros de altura**

Récord Guinness al mayor jardín vertical del mundo en 2011

## INHALA HOTEL GARDEN

Calle San Bernardo, 1 28013 Madrid

+ 91 547 98 00

[www.inhalahotel.com](http://www.inhalahotel.com)

[reserva@inhalahotel.com](mailto:reserva@inhalahotel.com)



HOTEL GARDEN

**C**on más de 30 años de historia, el icónico Hotel Santo Domingo da paso a una nueva etapa bajo el nuevo nombre de Inhala Hotel Garden, una transformación que combina naturaleza, sostenibilidad y hospitalidad en pleno centro de Madrid. Un cambio que significa una declaración de intenciones de posicionar al hotel como un referente de turismo responsable y bienestar.

Ubicado estratégicamente en el corazón de la capital española, Inhala Hotel Garden permite a sus huéspedes explorar la amplia oferta cultural y gastronómica de Madrid. Su elemento más distintivo, un jardín colgante con 1.000 metros cuadrados de vegetación, actúa como pulmón verde en el centro de la ciudad, ofreciendo un ambiente único que promueve el bienestar y la conexión con la naturaleza.

El hotel ha implementado una estrategia sostenible propia, denominada "Greenwall Strategy", con iniciativas clave, como la descarbonización, eliminación de plásticos de un solo uso y el uso de uniformes inteligentes y ecológicos. Además, para amenizar y generar una experiencia sensorial se ha contado con la colaboración de expertos en fragancias para identificar olores que se caractericen con el nuevo estilo del hotel.

Cada espacio incluido en el proyecto de renovación del Inhala Hotel Garden, desde el lobby hasta las habitaciones, ha sido rediseñado bajo un concepto de naturaleza urbana. La Inhala Terraza, anteriormente conocida como Terraza del Santo Domingo, sigue siendo un espacio muy especial que ofrece una experiencia gastronómica excepcional con vistas panorámicas de Madrid.

Por supuesto, el hotel sigue ofreciendo una amplia gama de espacios diseñados para eventos corporativos y celebraciones personales, con instalaciones perfectamente equipadas para satisfacer las necesidades específicas de cada cliente.

Inhala Hotel Garden redefine el concepto de hospitalidad sostenible en la capital.



# GALLERY HOTEL BARCELONA



★★★★S

## GALLERY HOTEL BARCELONA

110 habitaciones

Número de suites: 5 suites

Gallery Rooftop con piscina en la azotea

Gimnasio y sauna

Restaurante Sintonia

7 salas, 4 de ellas con luz natural

Terraza privatizable

MICE: parking, servicios de AAVV, business corner, oferta A&B

### GALLERY HOTEL BARCELONA

Carrer del Rosselló, 249, Eixample, 08008

Barcelona

934 15 99 11

eventos@galleryhoteles.com

www.galleryhotel.com

# Gallery

BARCELONA

★★★★S

**E**l hotel Gallery ha transformado tecnológicamente sus salas para dar respuesta a las nuevas necesidades del público corporativo y empresarial. Desde su situación privilegiada en Barcelona -entre Paseo de Gracia y Rambla Catalunya, en pleno eje comercial, urbano y de negocios- el hotel da un paso adelante con la máxima excelencia tech en sus espacios.

La tecnología es el nexo entre equipos, empresas y personas- explica Lourdes Grau, directora de Gallery Hotel- "aportamos soluciones que permitan minimizar las distancias para que el mensaje llegue a cualquier parte. El mundo está más intercomunicado que nunca y debemos estar a la altura", concluye.

En total dispone de 7 salas, cuatro de ellas con luz natural, desde 35 hasta 200m2 equipadas con la tecnología más innovadora. Se pueden realizar desde conferencias en streaming con público en la sala, hasta presentaciones de producto con conectividad simultánea en cualquier parte del mundo, así como pantallas XL y diferentes tipos de escenografía para dar respuesta a los proyectos más creativos. Además de las salas de reunión, disponen de 2 terrazas con posibilidad de cubrirlas donde también se pueden hacer todo tipo de montajes según las necesidades del evento, como por ejemplo, exposiciones, networkings, team buildings, así como reuniones de todo tipo.

Gallery Hotel es el marco ideal para la celebración de tus eventos corporativos.

Promoción especial hasta el 31 de marzo:

- Habitaciones desde 180€
- Salas con un 25% de descuento
- Terraza privada sin coste de privatización
- Pack audiovisuales (pantalla y proyector) 140€

Empezamos a organizarlo? Haz tu reserva ahora y garantiza el éxito de tu evento!



# LOPESAN COSTA MELONERAS RESORT & SPA



## LOPESAN COSTA MELONERAS RESORT & SPA

Centro de Costa Meloneras Om Spa  
de 3.500 m2, inspirado en la naturaleza  
volcánica

14 salas y más de 40 tratamientos de  
belleza y relajación

4 piscinas diferentes, incluida una Infinity  
Pool de 8.000 m2

Gimnasio equipado con máquinas

Hammer Strength Fitness

Salas para eventos

Acceso a la zona comercial Boulevard  
El Faro

Lopesan Costa Meloneras  
Resort & Spa

Carrer Mar Mediterráneo, 1.CP  
35100, Meloneras, Gran Canaria,

España

928128100

[www.lopesan.com/es](http://www.lopesan.com/es)

[costameloneras@lopesan.com](mailto:costameloneras@lopesan.com)



**LOPESAN**  
HOTEL GROUP

**D**escanso con vistas infinitas. En la exclusiva zona de Meloneras, al sur de Gran Canaria, el relax y el confort se unen para crear un escenario singular. El Lopesan Costa Meloneras Resort & Spa está inspirado en un palacio de estilo colonial, en el que la exuberancia de sus jardines tropicales se mezcla, de forma natural, con una original colección de piscinas. Nadar en su icónica Infinity Pool, mientras contemplas como el sol se esconde en el horizonte, es solo uno de los placeres que los huéspedes pueden disfrutar en este hotel, junto con una propuesta gastronómica de primer nivel y una amplia selección de servicios personalizados, diseñados para transformar cualquier estancia en una experiencia única.

Además de su privilegiada ubicación, en primera línea de mar y a poca distancia de la Reserva Natural Especial de las Dunas de Maspalomas, el Lopesan Costa Meloneras presenta el concepto Unique Club by Lopesan, que ofrece servicios exclusivos y áreas reservadas para un tipo de clientes que busca un plus de exclusividad, privacidad y personalización durante sus vacaciones. Los miembros de Unique Club disponen de nuevas categorías de habitaciones, zonas de acceso limitado, servicios exclusivos e increíbles sorpresas que garantizarán la posibilidad de vivir una estancia Premium y diferenciada desde el primer momento de la estancia.

El hotel ofrece a sus huéspedes un concepto gastronómico revolucionario, protagonizado por un gastro market que sirve como eje central de los servicios de F&B. De igual forma, los restaurantes La Toscana y NIHAO cuentan con una suculenta propuesta a la carta, en la que, al igual que en el gastro market, predominan los alimentos de proximidad. Para los amantes de la coctelería de autor, en el lobby del hotel, el Café Central, presenta una variada carta de originales, en la que se fusionan los productos KM 0 con las elaboraciones clásicas más populares.

El descanso y el relax son innegociables para el Grupo Lopesan, por este motivo, pone a su disposición de sus clientes el Costa Meloneras Om Spa, un espacio icónico que hará las delicias de todas las personas que deseen darse un capricho y cuidar tanto su cuerpo como su mente durante sus vacaciones.



## MARE NOSTRUM RESORT



## MARE NOSTRUM RESORT

Más de 1.100 habitaciones entre los tres hoteles

Piscinas al aire libre con vistas al océano

Restaurantes y bares temáticos

Gimnasio y spa con tratamientos exclusivos

Beach Club Palapa

Ubicación frente a la playa de El Camisón

Actividades para todas las edades

Kids Club y Spalshpark para niños

Mare Nostrum Resort  
Avenida de las Américas, s/n, Playa  
de las Américas, 38660, Tenerife,  
España

+34 922 75 75 45

[www.marenostrumresort.com](http://www.marenostrumresort.com)  
[reservas@marenostrumresort.com](mailto:reservas@marenostrumresort.com)



**MARENOSTRUM  
RESORT**  
T E N E R I F E

**M**are Nostrum Resort es un complejo vacacional emblemático ubicado en Playa de las Américas, Tenerife, ideal para quienes buscan lujo, comodidad y entretenimiento en un entorno privilegiado frente al mar. El resort está compuesto por tres hoteles, cada uno con su estilo y características únicas: el icónico **Mediterranean Palace**, el exclusivo **Sir Anthony**, y el emblemático **Cleopatra Palace**.

• **Mediterranean Palace:** Un hotel de 5 estrellas cuenta con 535 habitaciones y suites diseñadas para familias y parejas. Dispone de una enorme piscina al aire libre, restaurante buffet temático y acceso directo a la playa de El Camisón. Ideal para familias que buscan diversión sin perder la exclusividad y el lujo.

• **Sir Anthony:** Hotel boutique de 5 estrellas, ofrece una experiencia de lujo con 70 elegantes habitaciones, muchas de ellas con piscina privada. Su ambiente exclusivo incluye acceso a **Sir Anthony Oasis Wellness** y el galardonado restaurante **Windsor Gastronomic Place** donde cada plato es un disfrute para el paladar.

• **Cleopatra Palace:** Este hotel de estilo clásico y relajado cuenta con 431 habitaciones, algunas de ellas equipadas con piscina privada, ofreciendo un ambiente exclusivo y cómodo para sus huéspedes. Su entorno tranquilo es perfecto para disfrutar de un merecido descanso y desconectar del ritmo diario. Además, junto al hotel se encuentra el prestigioso Palacio de Congresos Pirámide de Arona, un lugar ideal para eventos y actividades culturales.

El resort cuenta con más de 10 restaurantes y bares, incluido el **Food Hall The Pier** (cocina internacional) y los temáticos **Coal** (carnes y verduras a la parrilla) y **Diabolo** (cocina italiana), que ofrecen una rica variedad gastronómica. Entre las actividades destacan una amplia oferta de ocio, kids club, gimnasio, spa y el **Beach Club Palapa**, perfecto para eventos y momentos junto al mar.



# DELABIE

espacios públicos  
fuera de lo común



**30** AÑOS  
GARANTÍA

**50** AÑOS  
REPARABILIDAD

**DELABIE**, fabricante especializado en **grifería, sistemas de descarga y aparatos sanitarios para Espacios Públicos**, desarrolla todas sus gamas de productos, bajo los criterios de ahorro de agua, energía, diseño y ética.

Más información en [delabie.es](http://delabie.es)

**DELABIE**

## HOTEL NIXE PALACE



## HOTEL NIXE PALACE

133 habitaciones de 9 categorías diferentes

Piscina wellness exterior con solárium, tumbonas y música subacuática

Bistró 269, abierto todo el año. A Popa Sea Club, Nixe Beach Bar y Pool Bar disponibles durante temporada

Gimnasio 24h

Parking, recepción y room service 24h

Wifi gratis

Nixe Herbal Spa con circuito termal y 3 cabinas de tratamientos

5 espacios de banquete y conferencia disponibles, 3 de ellos con vistas al mar y terraza

## HOTEL NIXE PALACE

Avenida Joan Miró, 269 07015

Palma de Mallorca

+34 971 700 888

hotel.nixepalace@hsantos.es

www.hotelmallorcanixepalace.com

**NIXE PALACE**

★★★★★  
Hoteles Santos

LIFESTYLE™

Preferred  
HOTELS & RESORTS

Situado sobre la idílica playa de Cala Mayor, el Hotel Nixe Palace 5\*, perteneciente a la cadena española Hoteles Santos, se erige como un refugio exclusivo para quienes buscan disfrutar del entorno cultural, comercial, deportivo y marítimo de Palma de Mallorca. Abierto los 365 días del año, este elegante establecimiento combina lujo y confort en cada rincón.

Las habitaciones del Nixe Palace destacan por su sofisticación y variedad de tipologías, diseñadas para garantizar el descanso perfecto. Con vistas al entorno mediterráneo, están equipadas con todas las comodidades y lujos que garantizan una estancia inolvidable. El 100% de las habitaciones del hotel han sido renovadas en 2024, reflejando el compromiso constante de la propiedad por ofrecer los más altos estándares de confort y lujo durante la estancia de sus huéspedes.

Uno de sus mayores atractivos es el Nixe Herbal Spa by Sisley, un oasis de tranquilidad a pie de playa con acceso directo a una terraza solárium. Este espacio invita a relajarse en un entorno sereno, ideal para conectar cuerpo y mente.

La oferta gastronómica del hotel es otro de sus puntos fuertes. El Bistró 269, abierto todo el año, ofrece espectaculares vistas y una terraza perfecta para disfrutar de un delicioso cóctel. Durante el verano, el Restaurante Gastronómico A Popa Sea Club se convierte en un paraíso culinario frente al mar, especializado en tapas gourmet, arroces, pescados y mariscos frescos. A pocos pasos, sobre la arena, se encuentra el Nixe Beach Bar, que combina cócteles, tapas y música chill out para crear una experiencia relajada. Junto a la piscina, el Pool Bar es el lugar ideal para disfrutar de refrescantes bebidas y snacks en un ambiente informal y cómodo.

Además, desde 2024, el Hotel Santos Nixe Palace se integra en Preferred Hotels & Resorts bajo la categoría Lifestyle, una afiliación que refuerza su dedicación a brindar una experiencia de hospitalidad excepcional y única. Este logro consolida al hotel como un referente en Mallorca, donde el lujo, el confort y la excelencia se encuentran para crear recuerdos inolvidables.





# El planeta lo pide, NOSOTROS TE LO DAMOS A TRAVÉS DE LA PINTURA

Comprometidos con el futuro, en Pinturas Macy apostamos por una mayor transparencia, incrementamos nuestras certificaciones con las DAP en el 90% de nuestros productos.

Pinturas Macy, 45 años contigo.



## HOTEL ZENIT BILBAO



## HOTEL ZENIT BILBAO

Restaurante

Smart TV

Wifi de alta velocidad

Espacios de trabajo/salas de reuniones

Carta de almohadas

Parking

Minibar

Caja fuerte

## HOTEL ZENIT BILBAO

C/ Autonomía, 58, 48012 Bilbao,

España

+34 944 108 108

www.zenithoteles.com

bilbao@zenithoteles.com

Zenit HOTELES

**E**n 2024, el Hotel Zenit Bilbao vuelve a abrir sus puertas tras una completa transformación. Situado en el dinámico barrio de Indautxu, en el corazón de la capital vizcaína, Zenit Bilbao ofrece una experiencia de alojamiento moderna y sofisticada que combina comodidad, diseño y tecnología de última generación.

Con 65 habitaciones cálidas y luminosas, el hotel brinda un ambiente ideal para desconectar y relajarse. Cada habitación está equipada con Smart TV, wifi de alta velocidad, espacio de trabajo, carta de almohadas, colchones de máxima calidad, minibar, caja fuerte y un completo baño con bañera o ducha. Aquí, todo está pensado para ofrecer una estancia perfecta. El hotel ofrece el uso libre de un gimnasio gratuito para huéspedes (a 200 metros del hotel).

Zenit Bilbao también destaca por su amplia gama de servicios: parking privado, modernas salas de reuniones y el renombrado Restaurante Zenit Bilbao, donde la gastronomía local cobra protagonismo. Nuestro equipo de sala estará encantado de guiarte a través de una carta inspirada en la cocina tradicional vasca, enriquecida con toques de autor. Además, contamos con variados menús y almuerzos de trabajo, ideales para personalizar reuniones, celebraciones o banquetes. Elige entre nuestro elegante comedor o la terraza acristalada para disfrutar de una experiencia culinaria única. ¡Tienes que probarlo!

Además, en la puerta del hotel se encuentra una parada de tranvía que facilita el acceso a los lugares emblemáticos de la ciudad, como el Museo Guggenheim, Casco Viejo, Estadio de Fútbol San Mamés, Palacio de Congresos y de la Música Euskalduna entre otros.

Para quienes deseen explorar Bilbao, Zenit Bilbao se convierte en un punto de partida ideal. ¡El equipo del Hotel Zenit Bilbao estará encantado de ayudarte a descubrir los secretos de la ciudad y de hacer que tu visita sea inolvidable!



# SILKEN PUERTA VALENCIA



## HOTEL SILKEN PUERTA VALENCIA

157 Habitaciones, 6 junior suite + 1 suite

Restaurante con menú del día y a la  
carta

Viva Gym

Servicio alquiler de bicicletas

A 5 minutos del Estadio Mestalla

Salas para reuniones y eventos

Cerca paradas de metro u autobús

Planta Hall

Parking

Fachada diseñada por Javier Mariscal

Avenida Cardenal Benlloch 28  
46021 Valencia  
+34 963 936 395

[www.hotelpuertavalencia.com](http://www.hotelpuertavalencia.com)  
[convenciones.puertavalencia@hoteles-silken.com](mailto:convenciones.puertavalencia@hoteles-silken.com)

**Silken**  
**PUERTA**  
**VALENCIA**  
\*\*\*\*

**U**bicado en la Avenida Cardenal Benlloch nº 28, a 5 minutos de Mestalla y a 10 minutos del Jardín del Túria, un espacio lleno de vida y actividades deportivas. Próximos al Museo de las Artes y las Ciencias, El Oceanográfico y El Palau de la Música.

Comprometidos con la sostenibilidad ambiental, estrenan la reforma de todos los baños del hotel con nuevos amenities, reduciendo así los residuos plásticos, nueva instalación de paneles solares y puntos de recarga para coches eléctricos.

Cercanos al centro, al cual puedes llegar tras un agradable paseo o haciendo uso de las múltiples opciones de transporte público ubicadas muy cerca del hotel.

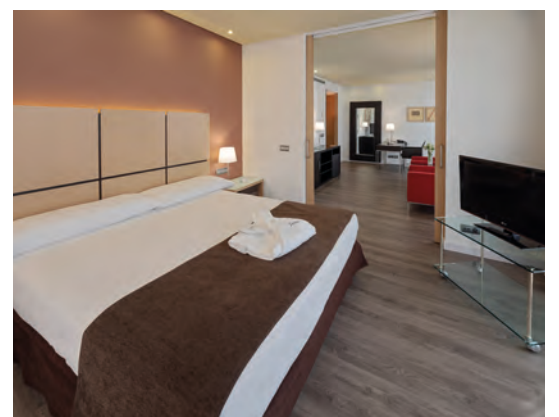
Buffet abierto desde primera hora de la mañana para el servicio de desayuno, donde disfrutar de gran variedad de frutas, bollería, embutidos, zumos, etc.

El restaurante ofrece diferentes menús entre semana y fin de semana, si prefieres descansar en la habitación también puedes solicitar el servicio de room service.

Delítate con el sabor de la cocina tradicional valenciana. Todos nuestros platos son preparados con los productos más frescos, muchos de ellos provenientes de los huertos del litoral valenciano.

No os podéis ir sin admirar la fachada diseñada por Javier Mariscal, haciendo un guiño a la cultura valenciana, sin duda su elemento diferenciador.

Esperamos vuestra visita.



# WYNDHAM GRAND ALGARVE



## WYNDHAM GRAND ALGARVE ALGARVE

Hotel de suites

127 suites (suites de un dormitorio y suites de dos dormitorios)

Piscina interior para tratamientos y gran spa (solo para adultos)

Sauna y baño de vapor (solo para adultos)

Gimnasio

Piscina al aire libre

Restaurante XXL by Olivier da Costa (restaurante exclusivo)

Centro de conferencias

Avenida André Jordan, N°39

8135-024 Almancil

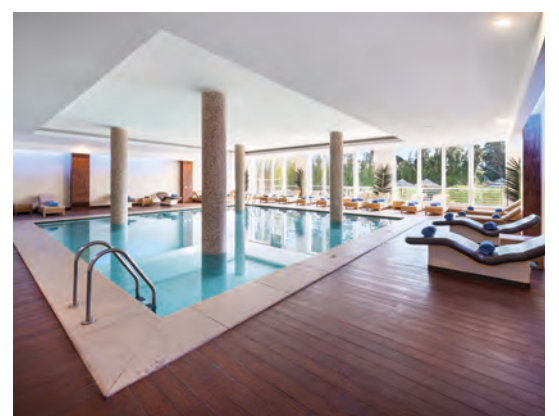
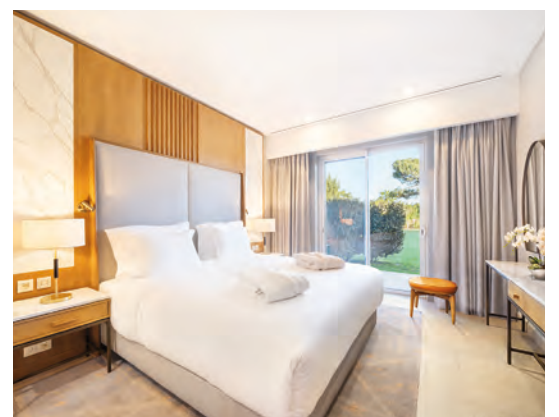
00351289000300

reception@wyndhamgrandalgarve.com

www.wyndhamgrandalgarve.com



Ubicado en el paraíso, Wyndham Grand Algarve es el hotel de 5 estrellas más nuevo de Quinta do Lago y el destino ideal para tumbarse al sol y relajarse en medio de un parque natural costero. Ya sea que esté cenando cocina portuguesa, pasando tiempo con su familia, disfrutando del sol, explorando los esplendores del parque natural de Ria Formosa, jugando al golf o reconectando con usted mismo, su estadía aquí le promete recuerdos infinitos para atesorar. Las actividades dentro del complejo y más allá lo mantendrán a usted y a su familia activos y entretenidos durante todo el año. Construido en un entorno tranquilo y apacible, el complejo ofrece solo suites, con 1 y 2 dormitorios generosamente equipados. Disfrute de la libertad y la amplitud con la comodidad adicional de los servicios y comodidades de cinco estrellas. Las suites expresan una comodidad elegante, infundida con un aspecto y una sensación cálidos, contemporáneos y lujosos. Cada suite se beneficia de terrazas privadas al aire libre, simplemente perfectas para vivir al aire libre. El diseño distintivo se complementa con la comodidad de un vestidor independiente, baños en suite, WC para invitados y baño con ducha. Un concepto de bistro chic, con la firma de Olivier da Costa. El el restaurante XXL By Olivier toma el mando con una carta que expone la conexión entre el respeto por las tradiciones, con la irreverencia del restaurador Olivier, donde destacan la Picanha de Rape o el Filete de Langosta.



# HOTEL ERCILLA BILBAO AUTOGRAPH COLLECTION



## HOTEL ERCILLA BILBAO AUTOGRAPH COLLECTION

285 habitaciones

Wifi gratuito

Bar Americano

Restaurante Mina\* Próxima apertura.

La Terraza rooftop

Salones para reuniones

Gimnasio

Aparcamiento

Concierge Services

C/Ercilla, 37-39  
48011 Bizkaia

+34 944 70 57 00

[www.ercilladebilbao.com](http://www.ercilladebilbao.com)

[ercilla@ercillabilbao.com](mailto:ercilla@ercillabilbao.com)

**ERCILLA  
DE BILBAO**

**B**ilbao, una ciudad de raíces industriales, ha sabido reinventarse mientras mantiene intacta su esencia. Con una identidad propia e influencias británicas, se ha convertido en un destino vibrante donde el pasado y el presente se encuentran en armonía. La ciudad ha sido renovada por su gente, marcando el inicio de una nueva era llena de vida, creatividad y pasión.

En el epicentro de esta transformación se encuentra un lugar que brilla con luz propia: el Ercilla de Bilbao Autograph Collection, un hotel que fusiona el glamour de los años 70 con propuestas modernas y originales. Este espacio se ha convertido en un punto de encuentro para los viajeros más exigentes y los locales, donde se comparte una visión única del presente y el futuro de la ciudad.

El Ercilla de Bilbao Autograph Collection no solo ofrece alojamiento, sino una experiencia completa que despierta los sentidos. Su oferta gastronómica es una mezcla perfecta de sabores locales e influencias británicas, un reflejo de la rica tradición culinaria de Bilbao. Cada plato y cada copa son una invitación a disfrutar de lo mejor de ambas culturas, creando un ambiente en el que la comida y la bebida no solo satisfacen, sino que inspiran.

Este hotel se erige como un refugio para aquellos que buscan lo diferente, que desean conectarse con la auténtica energía de Bilbao y explorar nuevas sensaciones. Desde sus interiores que evocan el glamour de los años 70 hasta la cálida hospitalidad de su personal, Ercilla de Bilbao ofrece un espacio único en el que la elegancia del pasado se fusiona con el dinamismo del presente.

Ercilla de Bilbao Autograph Collection es, sin duda, más que un simple lugar para hospedarse: es una experiencia inolvidable que captura la esencia vibrante y cosmopolita de Bilbao.



TEXTIL  
EUROTEX &  
VADELAR  
SPAIN

*Artesanía Textil de autor  
para hoteles y restaurantes*



[www.textileurotex.com](http://www.textileurotex.com)