

# VÍA HOTEL

La revista líder del sector hotelero

Es una publicación de GRUPO VÍA

“ ”

Nuestro crecimiento viene marcado por un proceso continuo de transformación e innovación digital

**José Rodríguez**  
CEO en Sercotel



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**



04



06



08



10



12



14



18

DIRECTOR DE LA PUBLICACIÓN  
Guillermo Jarque  
gjarque@grupovia.net

EDICIÓN  
Jose Jiménez  
viainmobiliaria@grupovia.net  
ANIEL SERRANO  
aniel@grupovia.net

PUBLICIDAD  
EDILBERTO SERRANO  
eserrano@grupovia.net

SUSCRIPCIONES  
suscripciones@grupovia.net

WWW.VIAHOTEL.COM

## Noticias

**04.** Gaiarooms capta 10 M€ para liderar la gestión hotelera digital en España

**06.** Iroko Iberia refuerza su apuesta hotelera con la compra del Htop Calella Palace por 22M€

**08.** Orinoquia Real Estate vende edificio turístico en Madrid

**10.** NH Hotels & Resorts aterriza en Copenhague con un nuevo hotel en Vesterbro

**12.** España, líder europeo en inversión hotelera según CBRE: Madrid y Barcelona en el foco internacional

## Informe

**14-16.** Tendencias de la Industria Hotelera para 2025

**24-26.** Transformación Vanguardista: Diseño de Interiores Hoteleros en 2025

## Entrevista

**18-20. José Rodríguez**  
CEO en Sercotel

**22-23. Antonio Núñez**  
General Manager de Inhala Hotel Garden

**26-27. Edgar Cubiñá**  
CEO en CUBIÑÁ

## Únicos

**32.** Meliá Sevilla

**33.** Hotel Vibra Yamm

**34.** Hotel Barcelona Princess

**35.** Silken Puerta Valencia

**36.** UMusic Hotel Madrid

**37.** Hotel Palacio del Carmen,  
Autograph Collection®

**38.** Lopesan Villa Del Conde Resort &  
Thalasso

**39.** Restaurante Matiz

**40.** Hotel RIU Palace La Mola

**42.** The Westin Valencia

**43.** Hotel RIU Plaza España

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

## Gaiarooms capta 10 M€ para liderar la gestión hotelera digital en España

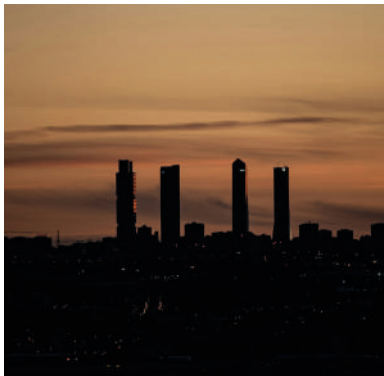
La gestora hotelera Gaiarooms, respaldada por Gaia Capital Invest, ha cerrado una ronda de financiación por más de 10 M€ liderada por Bonsai Partners, inversor de firmas como Wallapop o Idealista. La compañía aspira a operar 4.000 habitaciones en 2028, frente a las 900 actuales, en un modelo de alojamiento con experiencia 100% digital.

Entre los participantes de la ronda se encuentra también el business angel Javier Llorente, consolidando así el respaldo del ecosistema digital. Las nuevas aperturas se centrarán en destinos estratégicos como Valencia, Sevilla, Málaga, Zaragoza, Oporto y San Sebastián, reforzando su apuesta por una red de alojamientos urbanos automatizados.

Valencia abrirá con 30-50 habitaciones, Málaga con 40-60 y Sevilla

con hasta 40, marcando una clara orientación hacia la innovación arquitectónica en hospitalidad. Gaiarooms se posiciona como actor clave en la transformación del sector, combinando tecnología, diseño y eficiencia operativa para una nueva tipología de gestión hotelera.

Este movimiento se alinea con las tendencias emergentes en Diseño y Hospitalidad Mallorca: Arquitectura Hotelera y el interés creciente en viviendas de alta calidad, modelos híbridos y urbanismo sostenible.



## SPV Britania adquiere el 100% del Hotel Roca Negra



SPV Britania ha completado la adquisición total del Hotel Occidental Roca Negra, ubicado en la Villa de Agaete (Gran Canaria), mediante una estructura de financiación alternativa articulada por One Investment y respaldada por la plataforma de crowdfunding Urbanitae.

La operación combinó una financiación mezzanine de 4,95 M€ con una hipoteca de primer rango, permitiendo la compra del 49% restante del activo.

El hotel, de cuatro estrellas y con 140 habitaciones, es gestionado por

Barceló Hotel Group desde 2022. Esta operación pionera se posiciona como un referente en el uso de estructuras financieras innovadoras para la inversión inmobiliaria hotelera, abriendo nuevas vías fuera del modelo bancario tradicional.

Desde One Investment destacan que este modelo refuerza la consolidación de activos turísticos a través de esquemas más flexibles, alineados con las nuevas exigencias del mercado y las tendencias en Diseño y Hospitalidad Mallorca: Arquitectura Hotelera, urbanismo sostenible y materiales de construcción eficientes.

## IHG abrirá en 2026 el Hotel Indigo Menorca junto a Senator Hotels & Resorts



IHG Hotels & Resorts expandirá su presencia en Baleares con la apertura del Hotel Indigo Menorca en verano de 2026, en alianza con Senator Hotels & Resorts.

Será el primer Indigo en las islas y el séptimo en España, den-

tro de su estrategia de crecimiento en el segmento luxury & lifestyle.

Ubicado en Mahón, el hotel contará con 75 habitaciones, todas con terrazas privadas, piscina exterior, restaurante con vistas al puerto y bar con productos locales. Su diseño reflejará la identidad menorquina, alineado con los valores de Diseño y Hospitalidad Mallorca: Arquitectura Hotelera y el turismo experiencial.

La operación refuerza la apuesta de IHG por España como mercado estratégico, sumando este activo a proyectos como Kimpton Aysla Mallorca o Six Senses Ibiza, y promoviendo un enfoque de urbanismo sostenible y arquitectura integrada en el entorno.

## Hoteles Bestprice alcanza Ebitda récord y prevé 10 hoteles operativos en 2025

La cadena Hoteles Bestprice cerró 2024 con un Ebitda récord de 3 M€, tras aumentar su facturación un 35%, hasta los 7,39 M€. Especializada en el segmento de hoteles económicos premium, la compañía alcanzó una ocupación media del 97%, con un ADR de 102,93€ y un RevPAR de 99,81€, consolidándose como uno de los referentes en eficiencia operativa del sector.

Actualmente con 7 hoteles en España, Bestprice prepara la apertura de tres nuevos establecimientos en Madrid, Barcelona y Málaga, con lo que alcanzará los 10 hoteles operativos en 2025. Estas incorporaciones responden a una demanda en alza y refuerzan su presencia en enclaves clave para el turismo urbano.

La compañía apuesta por un modelo de alojamiento asequible con diseño cuidado y ubicación estratégica, alineado con tendencias de inversión inmobiliaria, materiales de construcción eficientes y urbanismo sostenible, consolidando su crecimiento en un mercado competitivo.





## RESUINSA VISTE LA EXPERIENCIA PARADISIACA DE THANDA ISLAND

En pleno océano Índico, donde el cielo se funde con el mar en un azul ininterrumpido, se encuentra Thanda Island, un santuario de descanso y exclusividad. Aquí, los huéspedes disfrutan de un entorno natural impresionante al ubicarse en una isla tropical rodeada de la reserva marina de la Isla de Shungimbili, frente a la costa de Tanzania.

Thanda Island ha sido votada en numerosas ocasiones por los World Travel Awards como la isla privada líder en el mundo. Los huéspedes viven la máxima comodidad en este lugar histórico que ofrece desconexión a la par que aventura gracias al entorno en el que se encuentra. Por ello, cada detalle está pensado para ofrecer una estancia inolvidable y los textiles de Resuinsa se han convertido en una parte esencial. La compañía ha elaborado una línea de artículos textiles para las habitaciones del establecimiento en la que se aúnan la calidad, el confort y el diseño.

Thanda Island: un sueño hecho realidad

En el idioma zulú, Thanda significa amor; amor por un lugar que se fraguó a través de la visión que tuvieron sus fundadores y propietarios Christin y Dan Olofsson, quienes soñaron con una aventura africana que pudieran compartir con familiares y amigos. Este viaje fascinante desembocó en Thanda Island, un destino que se ha convertido en una vivencia en sí mismo.

Sus cinco villas y dos bandas tanzanas (alojamiento tradicional del país) reflejan el cuidado en cada detalle, aspecto que Resuinsa ha tenido en cuenta a la hora de vestir las habitaciones. Uno de los productos que la compañía ha realizado para garantizar la calidad y el descanso de los huéspedes son las sábanas de 500 hilos. De esta

manera, cada noche se convierte en una experiencia única gracias a su suavidad y frescura.

Entre otras cosas, Resuinsa también ha dotado a Thanda Island de una extensa carta de almohadas. Así, cada huésped puede elegir la almohada que mejor se adapte a sus preferencias. Este elemento personalizado asegura que cada visitante disfrute de noches de sueño reparador, despertando renovado y listo para disfrutar de todas las maravillas que la zona tiene para ofrecer.

“

**ESTA ISLA TROPICAL PRIVADA SE ENCUENTRA FRENTE A LAS COSTAS DE TANZANIA E INTEGRA UNA SERIE DE ALOJAMIENTOS CARACTERIZADOS POR EL CONFORT Y LA EXCLUSIVIDAD**

”

Además, los textiles de Resuinsa cuentan con certificaciones que garantizan procesos de fabricación respetuosos con el medio ambiente. Por ello, el alojamiento ofrece un valor añadido en materia de sostenibilidad para que los huéspedes tengan una garantía más que distingue a Thanda Island como un destino consciente y comprometido con el planeta.



## *Axel Hotels inaugura en Bilbao su décimo hotel tras invertir 1 M€*



Axel Hotels ha inaugurado su nuevo establecimiento en el casco viejo de Bilbao, tras una inversión de 1 M€, reforzando su presencia en el País Vasco junto a Axel Hotel San Sebastián. Con 110 habitaciones, el nuevo hotel urbano dirigido al público LGBTQIA+ prevé alcanzar 32.884 reservas en 2025, con una ocupación estimada del 85% y una facturación aproximada de 3,75 M€.

El hotel destaca por su diseño que fusiona el espíritu artístico e industrial bilbaíno, ofre-

ciendo servicios como Skybar con piscina retráctil, gimnasio, sauna y wellness club, en línea con las nuevas tendencias de Diseño y Hospitalidad Mallorca: Arquitectura Hotelera.

Con esta apertura, Axel Hotels suma 10 establecimientos, ocho en España, y mantiene su ambicioso plan de expansión mediante franquicias, con el objetivo de alcanzar 20 nuevos hoteles en cinco años, consolidando su papel en el segmento lifestyle y la inversión inmobiliaria orientada a experiencias inclusivas y urbanismo sostenible.

## *Iroko Iberia refuerza su apuesta hotelera con la compra del Htop Calella Palace por 22M€*

Iroko Iberia, gestora especializada en activos inmobiliarios, ha cerrado una operación de sale & leaseback con Htop Hotels, adquiriendo el hotel Htop Calella Palace por 22 M€.

Este acuerdo permite a la cadena hotelera seguir operando el establecimiento en régimen de arrendamiento, asegurando la continuidad operativa del activo.

Ubicado en la costa del Mares-

me, este hotel 4 estrellas familiar cuenta con 339 habitaciones y amplias instalaciones: spa, gimnasio, restaurante, bar y zonas para familias. Iroko Iberia, que actúa por cuenta del fondo Iroko Zen, ya ha anunciado una inversión adicional de 4 M€ para su renovación integral, con el objetivo de mejorar su posicionamiento en el mercado.

Según Óscar Duclert, CEO de Iroko Iberia, esta operación marca el inicio de una colaboración a largo

plazo con Htop y refleja el compromiso de la firma con el desarrollo de activos turísticos de valor en destinos estratégicos.

Esta transacción subraya el dinamismo actual en el segmento hotelero y el interés inversor por activos con recorrido, consolidando tendencias vinculadas al Diseño y Hospitalidad Mallorca: Arquitectura Hotelera y a la creciente inversión inmobiliaria en destinos turísticos clave.



## *Idiliq Group amplía su cartera en España con la adquisición de un resort en Mallorca*



IDILIQ Group ha cerrado la compra del Hotel Cecilia, un exclusivo resort situado en Portocolom, Mallorca, a Elaia Investment Spain, SOCIMI, SA, consolidando su posicionamiento en el competitivo mercado vacacional español.

Esta operación refuerza la estrategia del grupo de expandirse en destinos turísticos clave de Europa y ofrecer alojamientos de alta calidad.

El resort, ubicado a escasos metros de la playa de Cala Marsal, dispone de 129 apartamentos, jardines, piscina y restaurante. Actualmente operado por un tercero, pasará a ser gestionado directamente por IDILIQ a partir del 1 de octubre de 2025. Durante el invierno de ese año, se llevará a cabo una reforma integral que transformará el complejo, cuyo relanzamiento está previsto para la primavera de 2026 bajo una reconocida marca hotelera internacional.

Este movimiento responde a la estrategia de IDILIQ de fortalecer su presencia en España, tras décadas de éxito en destinos como la Costa del Sol y Tenerife. La compañía apuesta por el diseño y hospitalidad en Mallorca: arquitectura hotelera, impulsando así el desarrollo de proyectos innovadores en enclaves de alta demanda. La operación confirma el compromiso del grupo con la inversión inmobiliaria en activos turísticos estratégicos.

# 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

## *Orinoquia Real Estate vende edificio turístico en Madrid*

Orinoquia Real Estate ha vendido un edificio de apartamentos turísticos en Madrid, ubicado en el barrio de Salamanca, a un family office nacional.

El activo, rehabilitado y con 22 apartamentos, gimnasio y terraza, seguirá operando bajo la marca Home Art Apartments gracias a un contrato



de largo plazo con Welcomer Group. La operación, asesorada por Savills, refuerza la tendencia de inversión inmobiliaria en viviendas de alta calidad y la creciente demanda de alojamiento flexible en zonas prime de Madrid, consolidando el interés por el urbanismo sostenible y el diseño enfocado en la hospitalidad.

## *Marriott duplicará Four Points Flex en Europa para 2026*

Marriott International ha anunciado que duplicará su presencia en Europa con su marca Four Points Flex by Sheraton, alcanzando más de 50 hoteles operativos en la región EMEA antes de finalizar 2026.

Desde su lanzamiento en septiembre de 2023, la enseña ha crecido rápidamente con 25 hoteles y 2.700 habitaciones en mercados clave como Alemania, Italia, Reino Unido y Turquía.

La expansión responde a la creciente demanda de alojamientos asequibles y de calidad, consolidando a Four

Points Flex como la marca de mayor crecimiento del grupo en Europa. Esta estrategia refuerza el interés inversor por el segmento medio hotelero y abre nuevas oportunidades en destinos urbanos secundarios.



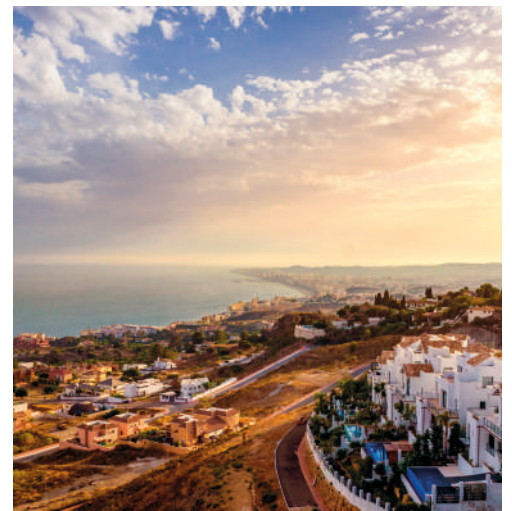
## *Kronos Homes amplía su apuesta por la Costa del Sol con 90 nuevas viviendas en la tercera fase de Capri*

Kronos Homes refuerza su presencia en la Costa del Sol con el lanzamiento de la tercera fase de su promoción Capri, un desarrollo residencial de alta calidad entre Estepona y Marbella.

Esta nueva etapa contempla la construcción de 90 viviendas de dos y tres dormitorios, incluyendo áticos, bajos con jardín y terrazas, con inicio de obras pre-

visto para finales de 2025 y entrega estimada entre 2027 y 2028. Diseñado por el estudio malagueño TAU 2000, el proyecto destaca por su diseño innovador y sostenible, con calificación BREEAM, e integración paisajística. Entre sus zonas comunes se incluyen coworking, gimnasio, spa con piscina climatizada, y dos piscinas exteriores. Esta fase se suma a las dos anteriores —actualmente en construcción—, alcanzando un total de 266 viviendas.

Capri forma parte del ambicioso plan de Kronos Homes en la región, junto a otras promociones como Bahía, One Oak, Edén y Bali. La promotora sigue consolidándose como referencia en el segmento residencial premium, apostando por el urbanismo sostenible, el diseño vanguardista y el bienestar de los residentes en un entorno natural privilegiado.



## *RH Hoteles refuerza su expansión urbana con nuevo hotel en Murcia*



La cadena valenciana RH Hoteles continúa consolidando su presencia en el mercado nacional con la apertura del RH Murcia Centro, su primer establecimiento en la Región de Murcia. Se trata de un hotel 3 estrellas con 61 habitaciones, ubicado estratégicamente junto al Mercado Central, en pleno centro urbano, y con fácil acceso a los principales puntos turísticos, comerciales y de ocio de la ciudad.

Este nuevo activo, que anteriormente operaba bajo la marca Zenit Murcia, se incorpora al plan de crecimiento de la cadena, que ya suma 22 hoteles distribuidos entre

destinos turísticos y urbanos como Benidorm, Gandía, Valencia o Castellón. Con esta apertura, RH Hoteles refuerza su compromiso con la expansión en mercados de alto potencial, apostando por la inversión inmobiliaria en ciudades intermedias y el turismo nacional.

La operación también se alinea con las tendencias actuales de urbanismo sostenible y revitalización de cascos históricos, promoviendo una oferta adaptada tanto al visitante vacacional como al viajero corporativo. La compañía mantiene su interés por incorporar nuevos activos que refuercen su posicionamiento en el segmento hotelero urbano de alta calidad.

## 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

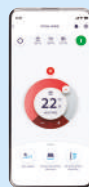
R-32

### 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



## ***Hyatt apuesta por la hospitalidad lifestyle con una expansión del 30% en EAME hasta 2027***

Hyatt Hotels Corporation ha anunciado un ambicioso plan para expandir su cartera de hoteles lifestyle en Europa, África y Oriente Medio (EAME) en un 30% durante los próximos tres años.

Esta estrategia contempla la apertura de 14 nuevos establecimientos, lo que supondrá incorporar cerca de 2.700 habitaciones adicionales y elevar su inventario lifestyle en la región a más de 10.000 cuartos para 2027. Entre los proyectos más destacados figuran The Standard, Brussels, con 200 habitaciones en un edificio de 29 pisos, y Andaz Lisbon, que ocupará cinco edificios en el histórico distrito de Baixa. Hyatt también hará su debut en Arabia Saudita con una propiedad Andaz en NEOM, incluyendo su primera branded residence lifestyle en la región.

Esta expansión responde al reposicionamiento estratégico de Hyatt hacia una estructura centrada en sus marcas, impulsada por la adquisición de Standard International y la creación de un grupo especializado en lifestyle. El crecimiento en este segmento refuerza el compromiso de Hyatt con el Diseño y Hospitalidad Mallorca: Arquitectura Hotelera y el turismo experiencial de alta gama, con especial atención al diseño, autenticidad local y sostenibilidad. Con estos pasos, Hyatt consolida su liderazgo en el sector, alineándose con tendencias de inversión inmobiliaria, urbanismo sostenible y la evolución del lujo contemporáneo.



## ***NH Hotels & Resorts aterriza en Copenhague con un nuevo hotel en Vesterbro***

Minor Hotels anuncia la llegada de su marca NH Hotels & Resorts a Copenhague a partir del 10 de abril de 2025, fortaleciendo su presencia en la capital danesa junto al actual NH Collection Copenhagen.

El nuevo establecimiento, ubicado en la vibrante zona de Vesterbro, a pasos de la estación central y Tivoli Gardens, ocupará un icónico edificio de 1892 completamente renovado. Contará con 162 habitaciones, restaurante, rooftop bar con vistas panorámicas, espacios para eventos, gimnasio y estudio de yoga.

El hotel, propiedad de CapMan, refuerza la expansión estratégica del grupo en Europa y su apuesta por el Diseño y Hospitalidad Mallorca:

Arquitectura Hotelera, integrando historia, funcionalidad y sostenibilidad. La incorporación de este activo refuerza las tendencias de inversión inmobiliaria en destinos urbanos clave y consolida a Minor Hotels como operador global de referencia en el sector.



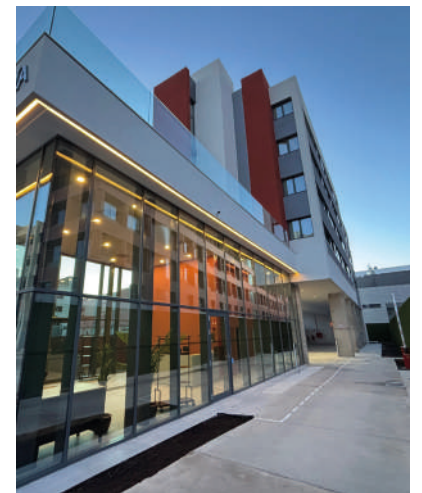
## ***BESTPRICE inaugura su hotel más emblemático en Madrid con diseño de Marta González Arquitectos***

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 piscinas 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 inmobiliario 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.



## ***Hotel Victoria Gran Meliá reabre en Palma tras una inversión de 12M€ y diseño de ASAH***



Gran Meliá reabre el icónico Hotel Victoria en Palma de Mallorca tras una inversión de 12M€, restaurando su legado como epicentro de la vida cultural y social de la isla.

El proyecto, liderado por el estudio ASAH (Álvaro y Adriana Sans), fusiona el espíritu de la Golden Era palmesana con una propuesta de diseño y hospita-

lidad en Mallorca: arquitectura hotelera de lujo contemporáneo.

Con 171 habitaciones renovadas y vistas al puerto, el hotel impulsa el posicionamiento de Palma como destino de alta gama. La reapertura coincide con el nuevo Paseo Marítimo y la inauguración del Victoria Grand Café, revitalizando la tradición local. El hotel también apuesta por el arte y la cultura

mediante alianzas con eventos como el Festival Paco de Lucía.

Esta reapertura refuerza el compromiso de Meliá, Bankinter Investment y GMA con la inversión inmobiliaria de calidad y el reposicionamiento del turismo premium en el Mediterráneo. El uso de IA en su campaña visual subraya la innovación como parte de la estrategia de marca.

# APOYOS PARA PAVIMENTO FLOTANTE

MATERIAL RECICLABLE

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

MODELOS  
PATENTADOS

PARA USO EN:

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

EJECUTAMOS EL MONTAJE  
A NIVEL NACIONAL



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)

## *Can Bordoy Grand House & Garden apuesta por el lujo sostenible con nuevo liderazgo corporativo*

Can Bordoy Grand House & Garden refuerza su compromiso con el lujo experiencial y sostenible en Mallorca con la incorporación de Jeroen Nettekoven como nuevo director general corporativo.

Tras 11 años liderando hoteles de la cadena Belmond en Asia, Nettekoven regresa a España para asumir la dirección del icónico establecimiento ubicado en el casco histórico de Palma. Su objetivo será impulsar el concepto de "nuevo lujo", centrado en la autenticidad, lo local y la empatía, al tiempo que expande la proyección internacional del hotel, que en 2022 recibió huéspedes de 59 nacionalidades distintas.

Además, Nettekoven gestionará la inminente re-apertura de Son Molí Country House, una finca a las afueras de Palma que refuerza la presencia de la marca en la isla. Can Bordoy, reconocido por su diseño singular, gastronomía plant-forward y su exclusivo jardín privado, ha sido distinguido por quinto año consecutivo como "Mejor All Suite Hotel de Europa" en los World Travel Awards.

Esta incorporación consolida a Can Bordoy como referente de la hospitalidad mallorquina de alta gama, en un contexto de creciente competencia internacional con la llegada de cadenas como Four Seasons y Mandarin Oriental a la isla.



## *España, líder europeo en inversión hotelera según CBRE con Madrid y Barcelona en el foco internacional*



España ha sido reconocida por segundo año consecutivo como el destino más atractivo de Europa para la inversión hotelera, según el informe 2025 European Hotel Investor Intentions Survey de CBRE.

Este liderazgo refleja la sólida confianza de los inversores en la estabilidad y potencial del mercado turístico español. Madrid destaca especialmente al superar a París en 2024 y consolidarse como la segunda ciudad europea más atractiva para la inversión, solo detrás de Londres. Barcelona también asciende posiciones, situándose como la quinta ciudad más valorada por los inversores.

Esta consolidación del mercado hotelero español responde a una demanda turística en constante crecimiento, una oferta hotelera diversificada y una estrategia clara de reposicionamiento de activos. Además, el auge del capital latinoamericano refuerza la atracción de la capital española, mientras ciudades como Lisboa emergen con fuerza en el radar inversor.

El dinamismo del sector hotelero se alinea con las principales tendencias del mercado, donde conceptos como el Diseño y Hospitalidad Mallorca: Arquitectura Hotelera, el urbanismo sostenible y la búsqueda de materiales de construcción eficientes se consolidan como factores clave para la toma de decisiones de inversión.

## *Soho Boutique Hotels refuerza su presencia en Andalucía con un nuevo hotel en el corazón de Granada*

La cadena Soho Boutique Hotels continúa su expansión estratégica con la apertura de un hotel de 31 habitaciones en una de las zonas más emblemáticas de Granada, a escasos metros de la catedral.

El nuevo establecimiento, clasificado como cuatro estrellas, incluye un exclusivo spa y un espacio gastronómico de 300 m<sup>2</sup> a pie de calle, donde se prioriza el uso de productos de kilómetro

cero, lo que refuerza su compromiso con la sostenibilidad y el entorno local. Este proyecto, asesorado por CBRE, refleja el atractivo del mercado hotelero andaluz, especialmente en Granada, que registró una inversión hotelera de 45 M€ en 2024, un 86% superior a la media de los últimos cinco años.

El crecimiento del ingreso medio por habitación disponible (RevPar) en la ciudad, con un alza del 33% desde 2019, consolida su poten-

cial para inversiones de alto nivel. La apuesta de Soho Boutique se suma al auge de la inversión inmobiliaria en el sector hotelero y al interés creciente por modelos de diseño y hospitalidad únicos, vinculando esta operación con las tendencias de urbanismo sostenible y la revalorización de activos en destinos con fuerte identidad cultural.



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**

# Tendencias de la Industria Hotelera para 2025

Informe realizado por Oracle

## LA AUTOMATIZACIÓN REDEFINE LA OPERATIVA HOTELERA Y ELEVA LA EFICIENCIA DEL NEGOCIO

El sector hotelero se encuentra ante un cambio de paradigma. A medida que la tecnología avanza y las expectativas de los viajeros evolucionan, el modelo tradicional de hospitalidad debe adaptarse para seguir siendo competitivo. El reciente informe elaborado por Oracle Hospitality y Skift identifica las principales fuerzas que están redefiniendo la industria para 2025. En este nuevo escenario, los hoteles ya no se diferencian únicamente por su ubicación o diseño, sino por su capacidad de adaptarse al huésped, optimizar procesos y ofrecer experiencias personalizadas en tiempo real.

Dos tendencias emergen con especial fuerza: por un lado, la automatización inteligente, que transforma la operativa interna y permite escalar la eficiencia sin comprometer la calidad del servicio; y por otro, la personalización estratégica,

que redefine la relación entre marca y cliente, apostando por un enfoque más humano, relevante y centrado en los datos. A continuación, desglosamos ambas claves con una mirada puesta en el futuro inmediato del sector.

La automatización ha pasado de ser un recurso puntual a convertirse en la columna vertebral de la operativa hotelera. Herramientas como el check-in y check-out desde el móvil, el acceso digital a las habitaciones, los pagos electrónicos y los chatbots con inteligencia artificial están redefiniendo la experiencia del huésped y la forma en que los hoteles gestionan sus servicios.

Su implementación tiene un impacto directo en la eficiencia operativa: permite reducir errores, estandarizar procesos y ofrecer una atención más rápida y precisa.

Al liberar al personal de tareas rutinarias, los equipos pueden enfocarse en lo que realmente aporta valor: el trato cercano, la atención personalizada y la mejora continua del servicio.

Más allá de la funcionalidad, la automatización es una herramienta estratégica. Proporciona una visión global del funcionamiento del hotel en tiempo real, desde la ocupación hasta el rendimiento energético o la gestión de recursos humanos. Gracias a la inteligencia artificial, también es posible anticipar patrones de comportamiento, ajustar tarifas según la demanda y activar promociones adaptadas a cada cliente.

En este nuevo contexto, la automatización no solo optimiza procesos: impulsa la rentabilidad y fortalece la propuesta de valor del establecimiento.



**La automatización ya no solo optimiza procesos: impulsa la rentabilidad y fortalece la propuesta de valor del hotel**



## 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.

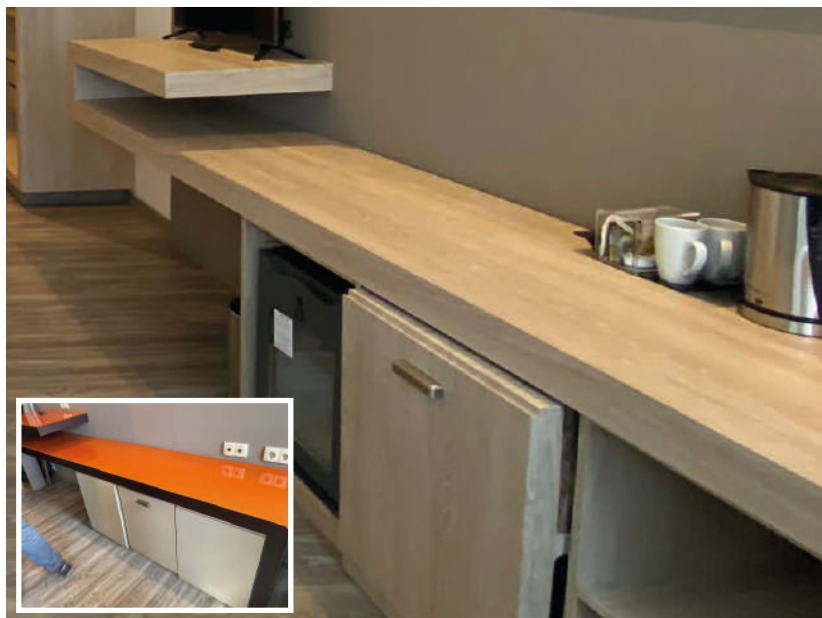
### Proyectos destacados y futuro

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



## PERSONALIZACIÓN ESTRATÉGICA: CONOCER AL HUÉSPED PARA DISEÑAR SU EXPERIENCIA

La personalización se consolida como uno de los grandes diferenciadores en la hotelería de 2025. Hoy más que nunca, los viajeros buscan sentirse reconocidos, entendidos y valorados. No se trata solo de ofrecer una buena cama o un desayuno completo, sino de diseñar una estancia ajustada a los gustos, hábitos y expectativas individuales. Esta es la esencia de la hospitalidad experiencial, y su aplicación eficaz depende de la gestión inteligente de los datos.

Gracias a la analítica avanzada y a la inteligencia artificial, los hoteles pueden construir perfiles de cliente mucho más detallados: desde preferencias alimenticias y horarios habituales hasta canales de contacto favoritos o motivaciones de viaje. Esta información, siempre gestionada con el consentimiento del cliente, permite anticiparse a sus necesidades y ofrecerle propuestas relevantes antes, durante y después de su estancia.

La flexibilidad en los servicios también juega un papel clave. El modelo tradicional de tarifas cerradas está dando paso a formatos más modulares, donde el huésped selecciona los servicios que desea utilizar: desayuno, acceso al spa, limpieza diaria, early check-in o late check-out, entre otros. Este enfoque "a la carta" no solo mejora la percepción de valor, sino que

abre nuevas oportunidades de ingresos adicionales por upselling y cross-selling.

Además, existe una marcada diferencia en cómo distintas generaciones entienden la relación con el hotel. La Generación Z y los millennials se sienten cómodos con interfaces digitales, chatbots y soluciones móviles. En cambio, los baby boomers y algunos perfiles de la Generación X continúan valorando la atención presencial

**Gracias a la inteligencia artificial, los hoteles pueden anticiparse a la demanda, ajustar tarifas y personalizar la experiencia del huésped en tiempo real**



no basta con ofrecer alojamiento: hay que crear valor en cada interacción, optimizar cada proceso y adaptar cada detalle al perfil de quien nos visita.

y el contacto directo. Por ello, el futuro no está en sustituir el trato humano, sino en ofrecer múltiples canales para que cada cliente elija cómo desea interactuar.

En este contexto, la personalización se convierte en una herramienta poderosa no solo para fidelizar, sino también para generar una relación más profunda y duradera con el cliente. Un huésped que siente que el hotel lo conoce, lo respeta y se adapta a sus necesidades, es un huésped que repite, recomienda y valora la marca por encima del precio o la ubicación.

La hotelería de 2025 será el resultado de la combinación entre tecnología inteligente y atención personalizada. Aquellos establecimientos capaces de integrar automatización eficiente con una experiencia centrada en el huésped lograrán diferenciarse en un mercado cada vez más competitivo. Ya

Los hoteles que lideren esta transformación no serán necesariamente los más grandes o los más lujosos, sino los más ágiles, los más conectados con su cliente y los más hábiles en el uso del dato como palanca estratégica. La hospitalidad del futuro será más eficiente, más personalizada y más humana que nunca, y quienes sepan leer estas señales a tiempo estarán en posición de construir no solo estancias memorables, sino relaciones duraderas.

TE PRESENTAMOS

# KÖNECT

E L I T E



Todo el poder  
**en tus manos**

La simplicidad del movimiento de la mano sin necesidad de instalaciones,  
con el nuevo dispositivo Könect Élite de Kömmerling

¡Descúbrelo!



  
Kömmerling®

# José Rodríguez

CEO en Sercotel





**Sercotel ha experimentado una evolución destacable en los últimos años. ¿Cuál es el estado actual de la compañía y su hoja de ruta estratégica a corto y medio plazo?**

En efecto, hemos atravesado una evolución significativa en los últimos años. Cerramos 2024 con la gestión de 85 hoteles y una facturación de 150 millones de euros, triplicando los resultados obtenidos en 2021, cuando registramos 52,4 millones. Esto nos sitúa en un incremento anual de más del 20% en los últimos tres años.

El crecimiento de Sercotel es el resultado de una transformación profunda que hemos construido sobre tres pilares clave: el talento especializado, que ha sido fundamental para impulsar esta transformación, profundizar en nuestras áreas estratégicas y afrontar con éxito los grandes retos que nos hemos propuesto; la expansión y optimización de nuestro portfolio hotelero; y una apuesta decidida por la tecnología, con un stack completamente renovado que refuerza nuestra capacidad de seguir creciendo.

**¿Qué prioridades ha definido Sercotel para consolidar su posición en el mercado hotelero nacional en un contexto tan dinámico como el actual?**

En un entorno tan dinámico y competitivo como el actual, nuestro crecimiento viene marcado por un proceso continuo de transformación e innovación digital. En Sercotel, hemos definido como prioridad estratégica la evolución hacia un modelo más ágil, eficiente y centrado en el cliente, en el que la tecnología desempeña un papel clave tanto en la experiencia del viajero como en la gestión operativa.

Para ello, lanzamos 'Sercotel Horizon', una ambiciosa estrategia digital que presentamos en FITUR 2025, y que marcará nuestra hoja de ruta en los próximos tres años. Este proyecto tiene como objetivo duplicar las ventas directas online, alcanzando los 38 millones de euros en 2027, y se apoya en el uso de análisis avanzado de datos y soluciones tecnológicas de última generación para mejorar la captación, fidelización y personalización de la experiencia de nuestros clientes en el entorno digital. 'Sercotel Horizon' también refuerza una nueva cultura de trabajo basada en la colaboración, la agilidad y la innovación, donde el talento de nuestros equipos será clave para asegurar su despliegue y consolidar nuestro crecimiento.

En el marco de esta iniciativa, hemos creado un Hub de Innovación en colaboración con SEIDOR, consultora tecnológica de referencia. Nuestro objetivo es que este hub consolide una cultura de innovación

dentro de Sercotel, fortaleciendo nuestra competitividad y asegurando un crecimiento sostenible a largo plazo. Queremos que actúe como un verdadero catalizador de nuevas herramientas que impulsen la modernización del sector hotelero, mejorando tanto la eficiencia operativa como nuestra capacidad de adaptación a un cliente cada vez más exigente y conectado.



*Sercotel ha triplicado su facturación desde 2021, cerrando 2024 con 150 millones de euros y un crecimiento anual superior al 20%. Este avance se basa en tres pilares: talento especializado, expansión del portfolio hotelero y una apuesta decidida por la tecnología.*

**¿Qué segmentos o tipologías de cliente están marcando la evolución de la demanda y cómo está respondiendo la compañía a esos cambios?**

La evolución de la demanda turística en España muestra una diversificación en los perfiles de visitantes. Tradicionalmente, los principales mercados emisores han sido Reino Unido, Francia y Alema-

nia. Además, se observa un crecimiento notable en turistas provenientes de Estados Unidos y países asiáticos, especialmente China, que experimentó un incremento considerable en el número de visitantes y en el gasto turístico durante 2024. Para responder a estos cambios, en Sercotel estamos reforzando nuestras capacidades de análisis de datos y conocimiento del cliente, con el objetivo de anticiparnos a la demanda y adaptar nuestras propuestas a cada perfil de viajero.

**En un entorno cada vez más competitivo, ¿cuáles son las principales palancas de valor que diferencian la propuesta de Sercotel en el sector?**

Nuestras principales palancas de valor parten de la diversidad y amplitud de nuestro portfolio. En Sercotel contamos con una oferta capaz de responder a múltiples perfiles de viajero, desde escapadas urbanas hasta estancias de ocio o viajes de negocios, gracias a una fuerte presencia en la mayor parte de las provincias de España. Esta capilaridad nos permite acercar al cliente a destinos conocidos y también a aquellos que invitan a descubrir rincones menos explorados, siempre con una propuesta adaptada a sus necesidades.

La tecnología también juega un papel clave: no solo facilita una experiencia de cliente más fluida y personalizada, sino que también optimiza la gestión de nuestros hoteles y apoya a nuestros equipos para que puedan centrarse en lo que realmente importa: ofrecer un servicio cercano y ágil. Todo ello respaldado por una cultura corporativa que pone a las personas en el centro, garantizando una atención cercana y empática.





“**Sercotel busca duplicar las ventas directas online hasta 38 millones en 2027. Este plan incluye un Hub de Innovación junto a SEIDOR y se apoya en analítica avanzada y tecnologías de última generación para personalizar la experiencia del cliente y reforzar la cultura corporativa de agilidad e innovación.**

**El crecimiento urbano y vacacional plantea oportunidades distintas. ¿Cuál es el equilibrio actual de la red y hacia dónde apuntan sus planes de expansión?**

Nuestra red actual mantiene un claro liderazgo en el segmento urbano, que ha sido históricamente el eje principal de nuestro crecimiento y continúa siendo esencial para el negocio. Este posicionamiento nos ha permitido consolidar una base sólida, con una oferta muy competitiva en ciudades clave de España y en Andorra. En 2024 tomamos la decisión estratégica de ampliar nuestra cartera de productos y adentrarnos decididamente en el segmento de sol y playa. Durante el último año hemos analizado múltiples operaciones en el segmento vacacional. Nos centramos en buscar hoteles de entre 80 y 250 habitaciones ubicados, preferiblemente, en las Islas Canarias, las Islas Baleares y la Costa del Sol.

**En términos de fidelización, ¿qué estrategias consideran más eficaces para generar recurrencia y construir relaciones sostenibles con sus clientes?**

La fidelización es un eje clave. A día de hoy no basta con captar clientes, hay que construir relaciones duraderas y memorables y, de hecho, cada interacción con ellos es una oportunidad para reforzar nuestra conexión y construir una relación de confianza. Por eso, en Sercotel trabajamos con una visión clara: poner siempre al consumidor en el centro.

Dicho esto, somos plenamente conscientes de que las expectativas de los viajeros evolucionan constantemente. Por eso, una de nuestras principales líneas de trabajo para los próximos años será precisamente la evolución de nuestras estrategias de fidelización. Queremos que nuestro enfoque sea cada vez más dinámico, experiencial y adaptado a las nuevas motivaciones de los clientes, integrando mejores herramientas de escucha activa y tecnologías que nos permitan anticiparnos a sus necesidades.

**¿Cuál es su visión sobre el futuro del turismo urbano en España y cómo encaja Sercotel en ese nuevo paradigma?**

España alcanzará en muy poco tiempo la cifra de 100 millones de turistas internacionales, un hito impensable hace apenas una década. Pero más allá de los récords, la clave está en cómo gestionamos ese crecimiento. El volumen no puede ser el único indicador de éxito. Lo importante es cómo se distribuye esa llegada de turistas por el territorio, en qué medida se traduce en valor real para las comunidades locales, y cómo se equilibra con la sostenibilidad del destino. El futuro del turismo no está solo en crecer más, sino en crecer de forma inteligente, sostenible y coherente con el entorno.

**¿Qué previsiones manejan en términos de crecimiento, tanto en número de activos como en indicadores de rentabilidad operativa?**

En términos de crecimiento, nuestras previsiones para este año son ambiciosas pero realistas. Cerramos el ejercicio pasado con una cartera de 85 hoteles en destinos clave de España y Andorra, y prevemos incorporar 17 nuevos establecimientos a lo largo de este 2025, lo que refuerza nuestra posición como una de las cadenas más activas en el mercado nacional. Estas incorporaciones, en línea con nuestra estrategia de expansión diversificada, incluirán 8 reconversiones, 3 franquicias y 6 proyectos de nueva construcción o reformas integrales. Con todo, aspiramos a alcanzar los 180 millones de euros de facturación en 2025, una meta que supondría un salto significativo respecto a ejercicios anteriores.

**Finalmente, como máximo responsable ejecutivo, ¿qué legado aspira a dejar en Sercotel y qué visión le gustaría consolidar durante su mandato?**

Mi visión para Sercotel es consolidarla como una compañía resiliente, capaz de adaptarse con agilidad a los retos que nos plantea un sector tan dinámico como el nuestro. Hemos demostrado que sabemos hacerlo, y seguiremos reforzando esa capacidad para afrontar el futuro con solidez y optimismo. Pero si hay un verdadero motor de esta visión, son las personas que forman parte de Sercotel. Nuestro equipo humano es el que hace realidad cada avance y cada transformación, y por eso queremos seguir impulsando un entorno donde el talento se desarrolle, se reconozca y se cuida. Hemos puesto un foco decidido en construir no solo un gran equipo, sino también una cultura estimulante que potencie el talento, fomente el crecimiento profesional y nos convierta en un lugar donde los mejores quieran estar, y donde cada persona encuentre proyectos desafiantes que impulsen su desarrollo.



# DISEÑO 4 en 1

**DELABIE**

¡LA PERFECCIÓN Y UTILIDAD NUNCA  
HAN SIDO TAN BUENAS JUNTAS!

Un espejo para admirarse, un dispensador de jabón, un grifo, un secamanos de aire pulsado... todo con sensores, para una higiene de ensueño.

Con su acabado negro mate y su sutil iluminación, el armario espejo DELABIE combina diseño, funcionalidad y una instalación ultrasencilla.

**DELABIE**, fabricante especializado en **grifería 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)



# Antonio Núñez

General Manager de Inhala Hotel Garden





### ¿Cómo definiría la esencia y propuesta de valor de Inhala Hotel Garden frente a la antigua identidad del hotel?

La esencia de Inhala Hotel Garden nace de una transformación profunda en la forma de entender la hospitalidad. Frente a la antigua identidad, más funcional y tradicional, Inhala representa un nuevo concepto: un oasis de bienestar en pleno centro de Madrid. Y, curiosamente, el punto de partida fue nuestro jardín. Fue ahí donde comenzamos a reflexionar sobre el tipo de experiencia que realmente queríamos ofrecer. Nuestro pequeño pulmón verde en medio de la gran ciudad nos inspiró a repensar el hotel como un espacio de calma, conexión y propósito. Así, evolucionamos hacia una propuesta de valor donde el confort, el diseño consciente y el bienestar se integran para ofrecer algo más que alojamiento: una experiencia emocional y reparadora.

### ¿Qué análisis de mercado o tendencias detectaron que motivaron esta transformación de marca?

Hicimos un análisis del perfil del viajero y del huésped, especialmente a partir de los cambios que trajo la pandemia de 2020. Lo que observamos fue un giro claro, el viajero de hoy en día es más consciente, más exigente y busca experiencias diferentes. Ya no se conforma con un hotel bonito, ahora valora marcas con propósito, que conecten con sus valores, especialmente en temas como la sostenibilidad, el equilibrio emocional y el respeto con el entorno. También detectamos un crecimiento notable del turismo de bienestar, incluso en entornos urbanos como el nuestro, algo que antes se asociaba más con destinos rurales o de retiro. Esa fue una de las claves que nos impulsó a evolucionar, a transformar nuestra identidad para dar vida a Inhala, una marca que respira autenticidad, conciencia ecológica y una forma más sostenible de viajar.

### ¿Cómo se ha trabajado la nueva identidad de marca para conectar con el perfil de viajero actual en Madrid?

La nueva identidad de Inhala nació de una toma de conciencia muy clara. Un día nos dimos cuenta de que el mayor tesoro del hotel —nuestro jardín— estaba ahí, escondido, sin contarse ni compartirse. Era un espacio único, vivo, lleno de posibilidades y, sin embargo, no formaba parte del relato que dábamos a la sociedad. Esa reflexión fue el punto de partida de todo este gran proyecto.

A partir de ahí, decidimos construir una estrategia propia de sostenibilidad, real y con propósito. No queríamos seguir modas, queríamos ser coherentes con lo que somos y con lo que creemos. Así nació nuestra estrategia de sostenibilidad, GreenWall, una iniciativa en la que hemos estado acompañados desde el inicio por profesionales de GreenMe Consulting. El proyecto fue tomando forma poco a

poco, y no solo como un cambio estético, sino como un símbolo de todo lo que queríamos transmitir: conexión con la naturaleza, equilibrio en medio de la ciudad y una nueva forma de cuidar y compartir los espacios que habitamos.

El camino hasta llegar a lo que somos hoy ha sido largo e intenso, un proceso de más de un año y medio en el que han estado involucrados muchísimos profesionales de distintas disciplinas: diseñadores,

“

*Inhala Hotel Garden transforma la hospitalidad en Madrid con una propuesta de bienestar, sostenibilidad y diseño consciente, donde su jardín urbano es el alma del hotel*

arquitectos, expertos en sostenibilidad, paisajismo y comunicación. Ha sido un esfuerzo colectivo del que me siento profundamente orgulloso y agradecido.

Y ahora, respondiendo a tu pregunta, tras explicar el origen del proyecto. La sostenibilidad es el hilo conductor de todo el cambio. Desde los materiales na-

turales hasta los servicios que ofrecemos, pasando por el diseño urban jungle y las experiencias conscientes que proponemos. Todo está conectado. Y lo más importante: todo habla el mismo lenguaje que nuestros huéspedes, ese viajero que busca marcas con alma, lugares con propósito y experiencias que dejen huella.

### ¿Qué tipo de experiencia busca ofrecer Inhala Hotel Garden al viajero actual que llega a Madrid?

Queremos que quien se aloje en Inhala Hotel Garden sienta que ha llegado a un refugio dentro del ritmo frenético de la ciudad. Una experiencia sensorial donde el descanso, el diseño y una hospitalidad familiar y cercana se combinan para ofrecer una estancia inmejorable. Buscamos ofrecer pequeños momentos que hagan del viaje una experiencia consciente y reparadora.

En un mercado tan competitivo como el madrileño, ¿cuál es el mayor diferenciador de Inhala frente a otras aperturas recientes?

Sin duda, el mayor diferenciador con el que contamos es la naturaleza viva dentro del propio hotel. Nuestro jardín colgante cuenta con más de 1.000m<sup>2</sup> de un ecosistema único, en el que flora y fauna conviven de forma orgánica, creando un ambiente que transforma por completo la experiencia del huésped. Somos capaces de integrar la naturaleza como parte esencial del bienestar. En Inhala Hotel Garden todo gira en torno a esta conexión real con lo natural. Tenemos un entorno que invita a respirar, a parar, a reconectar. Y eso, en pleno centro de Madrid, es verdaderamente mágico.

### ¿Qué papel juega la ubicación del hotel —en pleno centro de Madrid— dentro de su propuesta de valor?

La ubicación es clave, y en nuestro caso es una paradoja perfecta: estamos en el corazón de Madrid, pero al cruzar nuestra puerta, entras en un remanso de tranquilidad y naturaleza. Esa dualidad nos permite ofrecer lo mejor de ambos mundos, acceso inmediato a la oferta cultural, gastronómica y comercial de la ciudad, y al mismo tiempo, un espacio íntimo para desconectar, para respirar. Es una experiencia urbana muy excepcional.

### ¿Cómo se están posicionando ante el auge del turismo experiencial y el perfil de cliente que busca algo más que alojamiento?

Alojarse en Inhala Hotel Garden es, en sí misma, una experiencia. Apostamos por una comunidad de viajeros conscientes, personas que valoran los detalles y buscan algo más que alojamiento. Por eso, cuidamos cada aspecto, desde la música y sonidos que hay en todos los espacios, la ambientación de las habitaciones, hasta los aromas que envuelven las zonas comunes. Todo está pensado para generar una experiencia inmersiva, sensorial y con sentido. Una estancia que se vive y se siente.



# Transformación Vanguardista

## Diseño de Interiores Hoteleros en 2025



### TRANSFORMACIÓN DEL INTERIORISMO HOTELERO EN 2025

#### Panorama actual del interiorismo hotelero en España 2025

El diseño como eje estratégico En España el diseño de interiores se ha convertido en un factor clave para el éxito hotelero Ya no basta con ofrecer camas cómodas los hoteles compiten por brindar espacios memorables que mezclan estética y funcionalidad Más del 50 por ciento de los ingresos de un hotel dependen directamente del diseño de sus espacios y la inversión en diseño hotelero crecerá un 26,7 por ciento en 2025 Los hoteles ya no se perciben solo como lugares de alojamiento sino como destinos en sí mismos esto ha motivado a cadenas hoteleras y hoteles boutique a invertir en proyectos de renovación profunda creando espacios únicos que no solo buscan atraer clientes sino fidelizarlos a través de una experiencia sensorial completa en cada rincón del establecimiento

Reconocimientos globales Varios hoteles españoles inaugurados recientemente han sido aclamados internacionalmente En la Hot List 2025 de una revista de referencia aparecen cuatro hoteles de España entre los más destacados del mundo Desde Madrid hasta Cádiz y Girona se valida que el diseño hotelero español está a la vanguardia global esta presencia en rankings internacionales confirma que los proyectos realizados en nuestro país no

solo cumplen con las expectativas del mercado local sino que se convierten en referentes para el sector a nivel europeo y global posicionando a España como un polo de creatividad y excelencia en diseño de interiores hotelero

# 69

**El diseño de interiores ha dejado de ser un valor añadido para convertirse en el alma de la experiencia hotelera. Cada espacio cuenta una historia que conecta con el huésped, fusionando tecnología, sostenibilidad y emoción**

#### Proyectos hoteleros vanguardistas en distintas regiones 2024-2025

Grand Hotel Central Barcelona renovado por Sagrada Londres inspirado en el Noucentisme catalán mobiliario a medida madera y cemento pulido para lograr elegancia cálida integrando arte local y tecnología invisible que acompaña sin imponerse

Hotel Barceló Carmen Granada diseño de Ilmiodesign que reinterpreta la Alhambra celosías y mosaicos árabes reimaginados con estética contemporánea iluminación

ambiental con carácter artesanal y soluciones sostenibles que respetan la historia del lugar

Petunia Ibiza Hotel Ibiza estética boho chic a cargo de Studio Galeón materiales naturales muebles vintage e integración con la naturaleza interiores que invitan al descanso con texturas orgánicas y una paleta cromática inspirada en los atardeceres mediterráneos

Hotel Casa César Manrique Lanzarote agroturismo sostenible en la finca familiar del artista materiales locales y artesanía lanzaroteña el proyecto fusiona arte naturaleza y conciencia ecológica sin renunciar al confort contemporáneo

UMusic Hotel Madrid ubicado en el Teatro Albéniz interiores que homenajean el mundo escénico con diseño moderno y guiños musicales espacios que transforman la experiencia del huésped en un recorrido por el patrimonio cultural del espectáculo

Otros ejemplos como Sofraga Palacio Ávila o Castell de Vallgornera Girona muestran cómo el patrimonio histórico puede convivir con el diseño contemporáneo creando ambientes donde el pasado y el presente dialogan de manera armoniosa enriqueciendo la propuesta hotelera con una identidad única.

# 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)



### Tendencias tecnológicas domótica IA y entornos inmersivos

Habitaciones inteligentes domótica para controlar luz climatización y persianas desde el móvil o por voz asistentes virtuales y sensores de movimiento optimizan la energía permitiendo una personalización extrema de la experiencia sin necesidad de intervención del personal del hotel

IA y personalización ajuste de estancias según gustos del huésped sensores que responden al estado de ánimo modificando luz o música inteligencia artificial que analiza patrones de comportamiento para ofrecer recomendaciones de servicios y actividades dentro y fuera del hotel

Realidad aumentada y virtual móviles que proyectan mapas interactivos del hotel o tours 3D para reservas entornos inmersivos para el ocio y la cultura con proyecciones envolventes visitas virtuales a monumentos o espacios naturales y contenido informativo adaptado al perfil del visitante

Eficiencia y seguridad sistemas centralizados de energía cerraduras inteligentes check in sin contacto tecnología integrada de forma elegante e invisible soluciones tecnológicas que aumentan la eficiencia operativa sin restar protagonismo al diseño y al confort visual del entorno

### Sostenibilidad y diseño hoteles ecológicos e integrados

Materiales sostenibles maderas certificadas pinturas ecológicas textiles orgánicos y mobiliario reciclado artesanía local como valor diferencial selección de productos que priorizan la huella de carbono reducida y el fomento de la economía circular en colaboración con proveedores locales

Eficiencia energética certificaciones LEED o BREEAM LED sensores uso de luz natural grifería eficiente y energías renovables integración de placas solares aerotermia



**España se consolida como un referente en interiorismo hotelero, donde lo local inspira, lo artesanal embellece y lo tecnológico potencia el bienestar en cada rincón del hotel**

o geotermia y sistemas inteligentes de climatización que ajustan su consumo de forma dinámica según la ocupación

Diseño biofílico naturaleza integrada muros verdes patios vegetación autóctona confort natural sin climatización artificial diseño que responde al entorno incorporando elementos que mejoran la calidad del aire el bienestar emocional y la conexión con el medioambiente

Conexión local arquitectura integrada en el entorno edificios patrimoniales restaurados productos y arte local los interiores no se imponen sino que dialogan con el lugar manteniendo la identidad de la comunidad y generando orgullo y pertenencia tanto en huéspedes como en residentes

### El huésped en el centro bienestar personalización y flexibilidad

Bienestar integral espacios que fomentan la relajación iluminación circadiana spas integrados zonas de



lectura y meditar estrategias de diseño centradas en el descanso la salud y la recuperación emocional del viajero actual que busca más que comodidad una experiencia de renovación completa

Personalización decoración según preferencias suites temáticas perfiles digitales que anticipan necesidades ambientes que cambian según la ocasión habitaciones transformables mediante elementos móviles tecnología intuitiva que adapta la atmósfera a los estados de ánimo o actividades del huésped

Espacios multifuncionales habitaciones y zonas comunes adaptables lobbies que son café coworking y bar muebles modulares áreas que evolucionan con el día para ofrecer funcionalidad sin perder calidez desde reuniones informales hasta eventos culturales o presentaciones privadas todo cabe en un diseño versátil y dinámico

Autenticidad y conexión arte y cultura local talleres espacios para comunidad local y huéspedes diseño como generador de historias iniciativas participativas que involucran a artesanos artistas y vecinos en la creación de espacios comunes programación cultural integrada en la oferta hotelera que convierte el alojamiento en una experiencia significativa

El diseño de interiores hotelero en España en 2025 es vanguardista tecnológico y sostenible pero sobre todo humano un viaje sensorial donde cada detalle está pensado para emocionar cuidar y sorprender el futuro de la hotelería se está construyendo hoy una habitación a la vez con la certeza de que cada proyecto suma a una industria más consciente inclusiva y resiliente.





# TV HÓTEL

La oferta más completa  
de canales de TV internacionales  
**PARA HOTELES**

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



grupo  
aire

Interesados contactar en [info@tvhotel.es](mailto:info@tvhotel.es)

GRUPO AIRE es partner tecnológico de TVHOTEL

# Edgar Cubiñá

CEO en CUBIÑÁ





**¿Cómo describiría la situación actual de Cubiñá en el mercado de Barcelona? ¿Cuáles son los principales desafíos y oportunidades?**

En el mercado de Barcelona, Cubiñá está en un punto y en un momento estratégico. Somos una referencia consolidada con más de 120 años de historia, pero también conscientes de que el mercado es dinámico y competitivo. Nuestro principal desafío es afrontar todos los nuevos retos que nos estamos proponiendo, sin perder nuestra esencia de calidad y diseño. La oportunidad está en crecer más allá de ser un showroom, convertirnos en un verdadero aliado de arquitectos, interioristas y clientes finales, ofreciéndoles soluciones completas, desde el mobiliario hasta proyectos totalmente customizados. Barcelona es una ciudad creativa por naturaleza, y Cubiñá tiene que ser el espacio donde esa creatividad se materialice y, en este sentido, la Casa Thomas es el marco ideal para ello.

**¿Cuáles son los productos o servicios que más buscan sus clientes hoy en día?**

Hoy, nuestros clientes buscan algo más que un mueble: buscan experiencias, funcionalidad y un diseño que les resuelva tanto lo práctico como lo emocional. Las cocinas, por ejemplo, están en auge, no solo como un espacio funcional, sino como el corazón del hogar. Además, la personalización y los proyectos integrales han cobrado mucho protagonismo. Los clientes quieren soluciones que reflejen su estilo, y ahí estamos nosotros para darles exactamente eso, sabiendo conjugar la oferta de nuestras más de 200 firmas representadas con los trabajos customizados en nuestro taller, donde abarcamos tanto lo que es ebanistería, como metalistería, tapizados y pintura.

**¿Qué novedades o proyectos tiene en mente para Cubiñá en el corto y medio plazo?**

Uno de nuestros grandes proyectos es la nueva línea de negocio dedicada a cocinas y reformas con la exclusividad de Euromobil. Queremos poder dar soluciones también en este ámbito, apoyándonos en un departamento de proyectos que asesore tanto a profesionales como a particulares, tanto en la cocina como en la obra que puede conllevar. Además, seguimos trabajando en alianzas estratégicas con diseñadores y marcas que compartan nuestra visión, combinándolas con las opciones que nos ofrece también nuestra Oficina Técnica (hasta ahora solo para proyectos mobiliario) con este nuevo enfoque más holístico.

**¿Cuáles cree que serán las tendencias futuras en diseño de interiores y cómo se adaptará Cubiñá a ellas?**

Las tendencias apuntan hacia lo funcional, lo atemporal y lo sostenible. Hay un regreso a lo esencial, al uso de materiales naturales y a espacios que prioricen el bienestar. También veremos más tecnología integrada en los muebles y un enfoque cada vez mayor en la personalización. Cubiñá está lista para adaptarse porque nuestra filosofía siempre ha sido estar atentos a las necesidades reales del cliente, incorporando innovación sin dejar de lado la estética. En este sentido, las últimas incorporaciones de firmas con un ADN muy identificado con esta filosofía como son ARTISAN o LOUIS POULSEN que van de la mano de otras representadas como ANDREU WORLD, un partner histórico de Cubiñá que hoy en día puede presumir de ser la primera empresa de la industria que tiene todas sus colecciones con el sello Cradle to Cradle Certified®.

**¿En qué segmentos interviene principalmente la división de Cubiñá Contract? ¿Cuál es su principal fortaleza desde su punto de vista?**

Creo que nuestra principal fortaleza es nuestro nombre y la experiencia entorno al mismo. Nuestros más de 120 años en el mercado nos permiten poder decir sin reparos que tenemos expertise en absolutamente todos los mercados. En los últimos años hemos intervenido en muchos proyectos de hoteles y restaurantes pero, por otro lado, estamos interviniendo cada vez más en el segmento de los espacios de trabajo, con proyectos tan singulares como la nueva sede de LCI en Barcelona (11.000m2 proyectados por Circular Studio) o el Campus Administratiu de la Generalitat de Catalunya en la Zona Franca, proyecto liderado por Batlle i Roig.

**¿Dónde le gustaría ver a Cubiñá dentro de cinco años? ¿Cuál es su visión a largo plazo para la marca?**

Dentro de cinco años, me gustaría ver a Cubiñá como el primer lugar que venga a la mente de cualquier profesional o cliente en busca de un proyecto integral, innovador y con carácter. La visión a largo plazo es consolidarnos como un referente en diseño, no solo en Barcelona, sino también a nivel internacional, manteniendo siempre nuestra esencia familiar y cercana. Queremos ser una marca que aporte una experiencia global pero siempre cercana con todos y cada uno de nuestros clientes, quienes continúan teniendo el móvil personal de Edgar Cubiñá, por si surge cualquier incidencia.

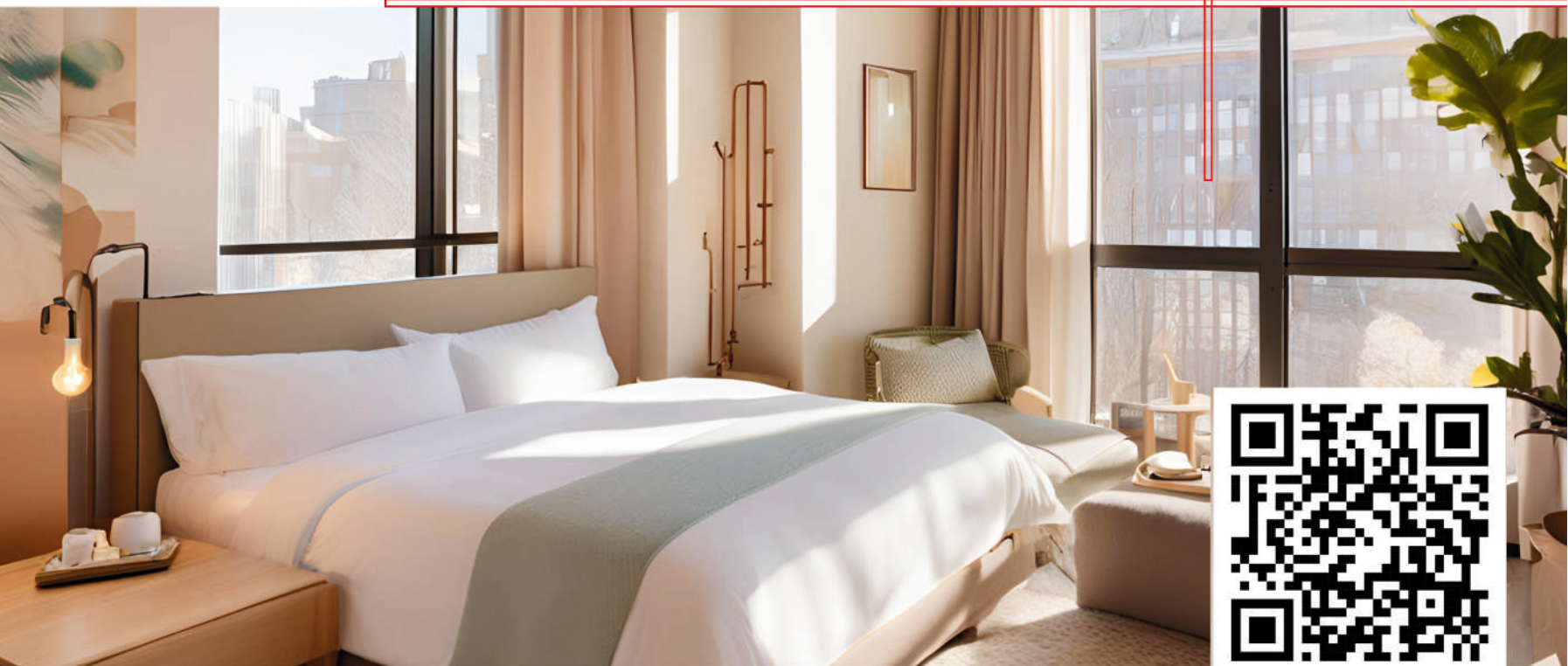


EL CLIMA

DE TU  
VIDA

PRODUCTOS  
**TOSHIBA**

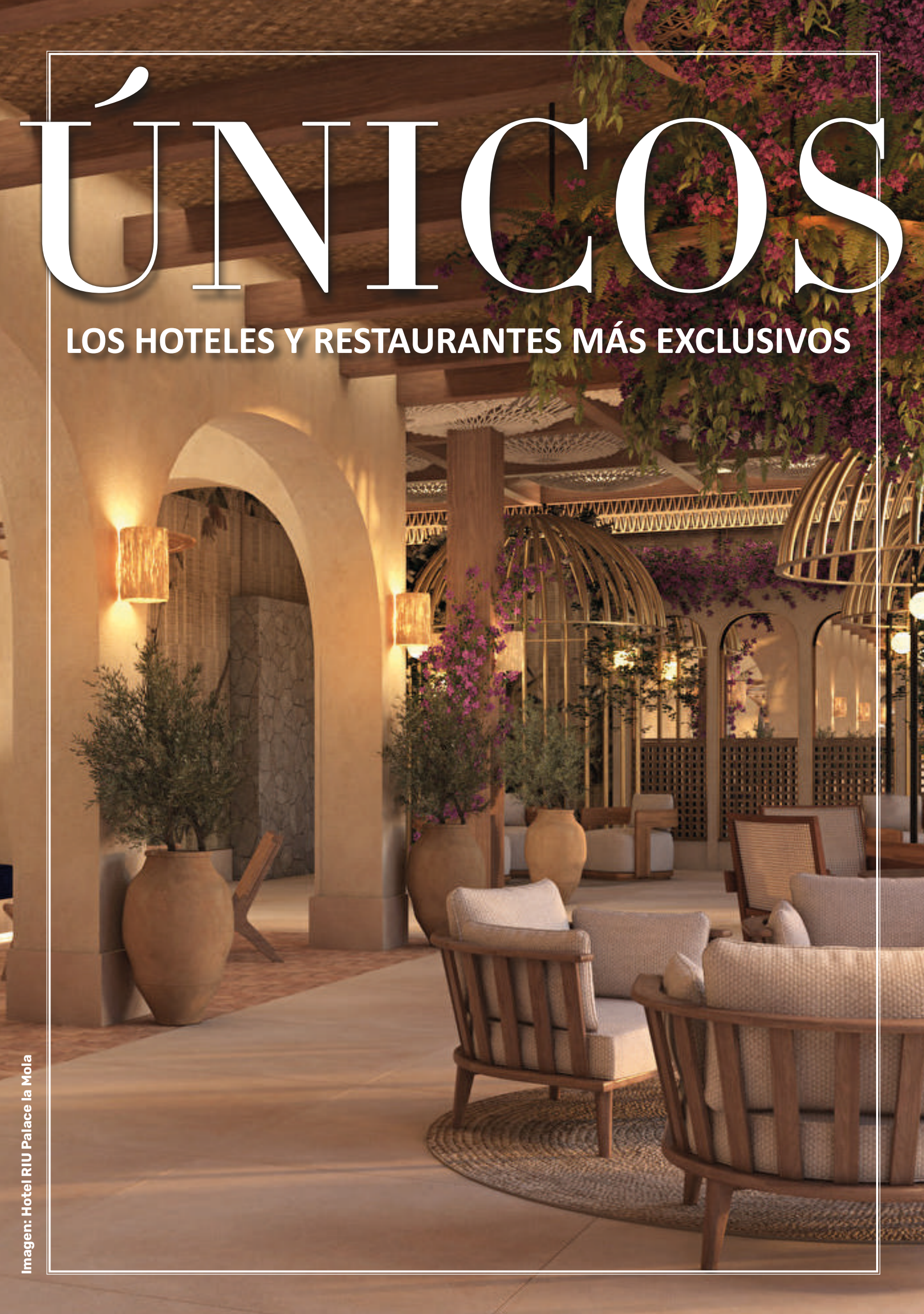
**Tu hotel,**  
con Toshiba,  
es más eficiente



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

# ÚNICOS

LOS HOTELES Y RESTAURANTES MÁS EXCLUSIVOS



# MELIÁ SEVILLA



## MELIÁ SEVILLA

360 habitaciones

Servicio exclusivo: The Level

Restaurantes Quimera & Mosaico, además de Quimera food & pool

Spa & gimnasio

Ubicación excelente al lado de plaza España

Centro de convenciones

Organización de eventos sociales como bautizos y cumpleaños

Dr. Pedro de Castro, 1 Sevilla  
+34 954 42 15 11  
melia.sevilla@melia.com  
www.melia.com/es

MELIÁ  
SEVILLA

**C**onfort, modernidad y alma andaluza en el corazón de Sevilla. Frente a la Plaza de España y junto al Parque de María Luisa, Meliá Sevilla es el destino ideal para viajeros de ocio y negocios, combinando diseño vanguardista, ubicación privilegiada y un servicio excepcional.

Cuenta con 360 habitaciones renovadas, amplias y luminosas. Destaca The Level, una experiencia premium con lounge privado, desayuno, snacks, check-in exclusivo y acceso directo a piscina y solárium.

La oferta gastronómica incluye el Restaurante Mosaico, buffet de diseño moderno; Quimera, con cocina a la carta de productos autóctonos; Quimera Food & Pool, restaurante de temporada con vistas a la Plaza de España, y Elyx, un espacio relajado de cócteles y aperitivos.

El hotel alberga el mayor centro de convenciones en el centro de Sevilla, con 26 salas de reuniones y capacidad para 2.460 personas, todas con tecnología audiovisual avanzada.

A pocos minutos del Real Alcázar, el Barrio de Santa Cruz, la Catedral y el Archivo de Indias, ofrece el punto de partida perfecto para descubrir la ciudad.

Comprometido con la excelencia y la hospitalidad, Meliá Sevilla garantiza una estancia inolvidable. Déjate envolver por el alma de Sevilla.



# HOTEL VIBRA YAMM



## HOTEL VIBRA YAMM

**113 habitaciones**

**Spa con sauna, baño turco, jacuzzi y salas de masaje**

**Gimnasio con tecnología avanzada**

**Restaurante Savannah con terraza panorámica**

**Piscina exterior**

**Trattoria DIETRO IL SOLE**

**Rooftop lounge-bar con vistas al atardecer**

**Aparcamiento interior**

HOTEL VIBRA YAMM URBAN

HOTEL VIBRA YAMM SUNSET

Carrer de Lepant, 4, 07820 Sant Antoni de Portmany, Illes Balears

971 21 25 87

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

[yamm@vibrahotels.com](mailto:yamm@vibrahotels.com)

**vibra  
hotels**

**V**ibra Yamm abrirá sus puertas a finales de julio en primera línea de la costa de San Antonio de Portmany, Ibiza, conocida por sus espectaculares atardeceres. Con una inversión de 15,8 millones de euros, este nuevo complejo se compone de dos edificios, Vibra Yamm Sunset (que sustituye al antiguo hotel Catalina, cerrado desde 2009) y Vibra Yamm Urban, situado en la parte posterior. Está inspirado en el lujo relajado y la belleza atemporal, el diseño emplea materiales naturales, madera blanqueada y colores suaves que armonizan con el entorno marino

El complejo tendrá 113 habitaciones repartidas en dos edificios: Yamm Sunset (49 habitaciones) con vistas panorámicas al mar, el restaurante Savannah con capacidad para 450 personas, wellness completo con spa, sauna, jacuzzi y gimnasio avanzado; y Yamm Urban (64 habitaciones), que destaca por su minimalismo cálido, piscina exterior, la trattoria DIETRO IL SOLE y comparte algunos servicios exclusivos con su hotel hermano, Vibra Yamm Sunset, como su espectacular rooftop.

Todas las habitaciones incluyen sistemas domóticos avanzados que permiten controlar temperatura, iluminación y conectividad mediante una aplicación exclusiva. Además, Urban Side ofrecerá aparcamiento interior para mayor comodidad.

Vibra Yamm, concebido como un hotel con calidad de 5 estrellas pero operado bajo categoría 4 estrellas, refuerza la estrategia comercial de Vibra Hotels, ofreciendo experiencias exclusivas y sostenibles. La construcción sigue estrictos criterios medioambientales, con baja huella de carbono y una clara apuesta por la sostenibilidad, respaldada por certificaciones Ecocstars y en proceso con Biosphere.

Con esta apertura, Vibra Hotels consolida su liderazgo en Baleares, ampliando su presencia en San Antonio de Portmany, donde ya cuenta con varios hoteles y apartahoteles. Esta propuesta busca atraer un público diverso que busca vivir intensamente la experiencia Ibiza, disfrutando de exclusividad, bienestar y conexión con el entorno, contribuyendo al desarrollo del turismo sostenible y al crecimiento económico y profesional en la zona.



# HOTEL BARCELONA PRINCESS



## HOTEL BARCELONA PRINCESS

363 habitaciones

1 Suite Princess, 2 Master Suite con Jacuzzi exterior y 20 Junior Suite

2 piscinas climatizadas, una de ellas en la planta 23 con vistas 360°

3 espacios con experiencias gastronómicas y de coctelería únicas

Gimnasio con sauna y solarium

Salas para convenciones, reuniones y eventos con capacidad hasta 220 pax

Impresionantes vistas al mediterráneo y a la ciudad

Hotel comprometido con causas de RSC y compromiso medioambiental

Avenida Diagonal 1, 08019 Barcelona  
93 356 10 00

[bcn.reservas@princess-hotels.com](mailto:bcn.reservas@princess-hotels.com)  
[www.hotelbarcelona.princess.com](http://www.hotelbarcelona.princess.com)



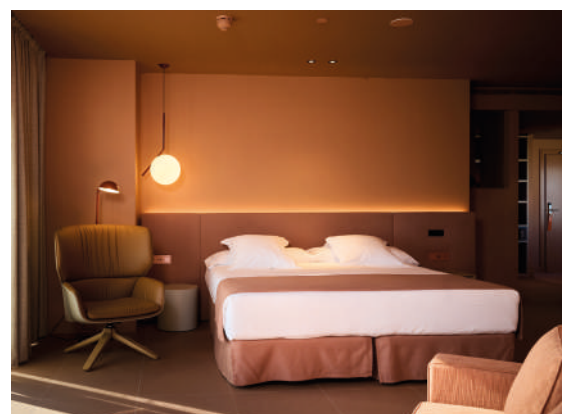
**E**l Hotel Barcelona Princess, icono arquitectónico del skyline barcelonés, abre una nueva etapa tras culminar un ambicioso proyecto de reforma integral liderado por el prestigioso estudio Isern & Associats. Ubicado en el número 1 de la Avenida Diagonal, frente al Centro de Convenciones Internacional de Barcelona, este emblemático edificio proyectado por el reconocido arquitecto Óscar Tusquets en el año 2000 se adapta a las nuevas exigencias del sector sin renunciar a su esencia ni a su identidad vanguardista.

La renovación ha supuesto una transformación integral de todos los espacios interiores, estableciendo un diálogo fluido entre la arquitectura y su entorno urbano. Se ha apostado por materiales cálidos, líneas depuradas y una coherencia estética que envuelve al huésped en una atmósfera de sofisticación y confort contemporáneo.

La intervención ha puesto en valor cada rincón del hotel, desde el rediseño de sus elegantes habitaciones hasta la actualización de los espacios comunes y gastronómicos. Destacan el exclusivo Corner019 Bar en el lobby, The Crown Bar en la planta 23 con impresionantes vistas panorámicas, y Dagma Restaurant, un espacio gastronómico de referencia que fusiona tradición mediterránea y vanguardia en un entorno moderno, luminoso y abierto al exterior.

Con áreas renovadas para eventos, reuniones y convenciones, el Barcelona Princess sigue siendo una referencia para el turismo de negocios sin olvidar el bienestar de sus huéspedes, quienes pueden disfrutar de dos piscinas climatizadas, —una de ellas infinita en la planta 23 con vistas 360°, además de una completa zona wellness para una experiencia única.

El Hotel Barcelona Princess reafirma así su posicionamiento como uno de los hoteles más icónicos de la ciudad, combinando arquitectura, diseño y hospitalidad en un entorno inmejorable.



# 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 Benloch 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**  
\*\*\*\*

Ubicado en la Avenida Cardenal Benloch 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.

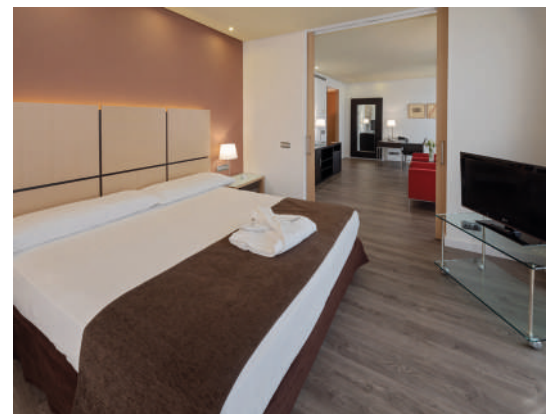
Buffet abierto desde primera hora de la mañana para el servicio de desayuno, donde disfrutar de gran variedad de frutas, bollería, embutidos, zumos, etc.

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.



## UMUSIC HOTEL MADRID



## UMUSIC HOTEL MADRID

130 habitaciones

Rooftop bar con impresionantes vistas de Madrid

Teatro Albéniz (898 espectadores)

Sala fitness 24 horas

Piscina exterior y solárium (de temporada)

Restaurante El Albéniz (12:00 – 23:30)

3 salas de reunión

Splash Pass (Te permite disfrutar de nuestra piscina situada en la cuarta planta sin necesidad de estar alojado en el hotel)

C. de la Paz, 11, Centro, 28012

Madrid

911 23 10 99

www.umusic-hotels.com

info.madrid@umusic-hotels.com



**UMUSIC HOTEL**  
MADRID

**R**evelando una colección única de hoteles inspirados en la música: UMusic Hotels. Más que una colección de hoteles, son un colectivo de espacios creativos, programas e iniciativas que ofrecen una experiencia de viaje transformadora a los huéspedes, al mismo tiempo que contribuyen de manera significativa al desarrollo de sus comunidades circundantes. Con Universal Music Group, la principal compañía de música del mundo, a la cabeza, infunden cuidadosamente cada punto de la experiencia con ricos elementos artísticos que inspiran tanto a los locales como a los visitantes a redescubrir cómo la música puede cambiarnos y unir el mundo que nos rodea.

En UMusic Hotels, existen para aprovechar el amor universal por la música para unir el mundo que nos rodea y los mundos dentro de nosotros. Quieren que sus huéspedes "Descubran la cara B". Fomentan la exploración, guiando a los huéspedes a descubrir las joyas ocultas de cada ciudad y a redescubrir su propia relación con el mundo que los rodea. Reconocido como edificio histórico de interés cultural por la Comunidad de Madrid, el Teatro Albéniz está situado junto al nuevo UMusic Hotel Madrid, en el corazón de la escena musical y de ocio de Madrid. Recientemente reformado, el espacio mantiene sus elementos protegidos e históricos que le dan carácter y encanto. Con acceso directo desde el lobby del hotel, cuenta con una capacidad de 898 personas.

UMusic Hotel Madrid un excepcional hotel de 5 estrellas cuenta con 130 habitaciones, convirtiéndose en un establecimiento que consigue integrar alojamiento y entretenimiento. El hotel te invita a sumergirte en las vistas y sonidos que han cautivado e inspirado a las mentes más creativas a lo largo de los siglos. Déjate envolver por la energía única y vibrante que emana las coloridas calles de Madrid, ubicadas a pocos pasos de la emblemática Puerta de Sol. Una ubicación privilegiada en el corazón de la ciudad que te conecta y te sumerge con su cultura, su historia y su gente. Los cócteles exclusivos y una sorprendente oferta gastronómica se complementan a la perfección con las vistas panorámicas de su rooftop.



## HOTEL PALACIO DEL CARMEN, AUTOGRAPH COLLECTION®



### HOTEL PALACIO DEL CARMEN, AUTOGRAPH COLLECTION®

**74 Habitaciones, de las cuales 2 Junior Suite y  
2 Suite**

**Restaurante El Camelio y Terraza**

**5000 m2 de Jardines con vistas a la Catedral**

**Piscina y Gimnasio**

**6 Salas de Reunión / Banquetes con  
capacidad de hasta 170 personas**

**Año de Construcción: 2001**

Rúa das Oblatas, S/N, 15705 Santiago de  
Compostela, A Coruña  
+34 981 55 24 44

[www.hotelpalaciodelcarmen.com](http://www.hotelpalaciodelcarmen.com)  
[reception.palaciodelcarmen@achmhotels.com](mailto:reception.palaciodelcarmen@achmhotels.com)



PALACIO  
DEL CARMEN  
AUTOGRAPH COLLECTION®  
HOTELS

**E**l hotel Palacio del Carmen, Autograph Collection® se encuentra en un tranquilo y precioso entorno del casco histórico de Santiago de Compostela, a orillas del Río Sarela, muy cerca de la Catedral y del "Camino" hacia Finisterre.

Ocupa un precioso edificio del S. XVIII, originalmente fábrica de curtidos y desde finales del S. XIX, Convento de las Oblatas.

Desde muchas de sus elegantes 74 habitaciones y su Jardín Mirador, se puede disfrutar de las mejores vistas a la Catedral. Presume de más de 5.000 m2 de jardines colmados de vegetación para disfrute de sus huéspedes, donde destaca una de las camelias más antiguas de Compostela y con capacidad para albergar todo tipo de eventos.

Dispone, además, de su reconocido Restaurante El Camelio, con extraordinaria cocina tradicional gallega con un toque renovado y su preciosa terraza donde almorzar, cenar o disfrutar de una copa de vino o excelente coctelería de autor.

Las zonas comunes en el interior, el bar y sus salones con capacidad de hasta 170 personas, combinan perfectamente los elementos arquitectónicos originales del edificio con un interiorismo muy cuidado.



## LOPESAN VILLA DEL CONDE RESORT &amp; THALASSO


**LOPESAN VILLA DEL CONDE  
RESORT & THALASSO**

El Lopesan Villa del Conde dispone de 561 habitaciones con 9 tipologías diferentes, entre las que destacan las pertenecientes a Unique by Lopesan.

El hotel cuenta con el centro Om Thalasso Villa del Conde, que ocupa 1.200 m<sup>2</sup> y ofrece unas sensacionales vistas al océano, piscinas privadas de agua marina y terraza solarium. Sus modernas y diáfanas instalaciones, ponen a disposición de su clientela un completo circuito de talasoterapia denominado "Thalasso Experience", así como una amplia gama de tratamientos de belleza y masajes

Además, el Lopesan Villa del Conde cuenta con un completo gimnasio, con máquinas de última generación, así como una pista de tenis

Para la organización de eventos, el hotel dispone de 9 salas de conferencias, con capacidades que van desde las 14 a las 150 personas

C/ Mar Mediterráneo, 7. CP 35100,  
Meloneras, Gran Canaria, España  
+34 928 56 32 00

villadelconde@lopesan.com

www.lopesan.com/es/hoteles/espana/  
gran-canaria/meloneras/villa-del-conde/



**E**l escritor y poeta irlandés Óscar Wilde afirmaba que nunca hay una segunda oportunidad para una primera impresión, una reflexión que parece sugerida por la imponente silueta del Lopesan Villa del Conde Resort & Thalasso. A su llegada al hotel, los huéspedes quedan cautivados por la réplica de la Iglesia de San Sebastián de Agüimes, una localidad cercana que sirve de inspiración para el inicio de un viaje sensorial por la arquitectura tradicional canaria, que recorre las plazas adoquinadas de sus pueblos, jardines exuberantes y casonas señoriales, en las que sus cuidados balcones de madera contrastan con unas piscinas que rivalizan con el mismísimo océano Atlántico.

El Lopesan Villa del Conde Resort & Thalasso extiende todo su esplendor sobre más de 56.000 m<sup>2</sup>, ocupando una de las parcelas más exclusivas de la zona de Meloneras, en el sur de Gran Canaria. Además de por su sugerente diseño, este hotel de 5 estrellas se distingue por ofrecer una amplia gama de servicios de máxima calidad, entre los que destaca su gastronomía. Los comensales pueden elegir entre 9 alternativas que incluyen restaurantes, cafeterías, bares de cócteles y zonas de comedor junto a la piscina, en las que degustar una variada carta con especialidades locales e internacionales.

El relax y la calma vienen incluidos en cada estancia en este hotel, que complementa su propuesta con el Om Thalasso Villa del Conde by Lopesan. Se trata de un centro de belleza y bienestar con espectaculares vistas al mar, que proporciona tratamientos individuales o en pareja.

Lopesan Hotel Group ofrece a sus huéspedes más selectos la posibilidad de formar parte de Unique by Lopesan, un exclusivo club que ha sido creado para vivir una experiencia única, brindando a los privilegiados clientes del Lopesan Villa del Conde unos beneficios y servicios personalizados que se complementan con acceso a áreas específicas del hotel, lo que permite elevar los estándares de sus vacaciones y comenzar a crear una galería de recuerdos inolvidables.



# RESTAURANTE MATIZ



**E**n el corazón de Málaga, el restaurante Matiz se posiciona como una referencia en gastronomía de alto nivel, ideal para acoger eventos corporativos, encuentros de empresa o celebraciones privadas. Ubicado en el interior del hotel Molina Lario, este espacio combina elegancia, cocina creativa y versatilidad en un entorno privilegiado frente a la Catedral.

con amigos, en pareja, en familia o para grupos pequeños que buscan una experiencia cuidada en un ambiente acogedor. Para grupos más numerosos, el Hotel Molina Lario dispone de espacios renovados y completamente personalizables, como salones privados y terrazas con vistas que se adaptan a todo tipo de eventos: desde menús especiales y banquetes, hasta cócteles, finger lunch o coffee breaks a medida.

La propuesta gastronómica, firmada por el chef Pablo Molina, apuesta por una cocina mediterránea de autor, elaborada con producto malagueño de proximidad. Entre sus platos más destacados se encuentran los raviolis de vieira, los buñuelos de Feria y el canelón de chivo, que revalorizan los sabores locales con una presentación sofisticada. Matiz es una excelente opción para para disfrutar

El equipo de Matiz y del hotel Molina Lario ofrece un servicio integral de asesoramiento y organización, acompañando cada etapa del evento para garantizar una experiencia impecable. Cada detalle, desde la ambientación hasta el servicio, está concebido para crear momentos memorables en un entorno de excelencia.

RESTAURANTE MATIZ

MÁLAGA

C. Bolsa, 12, Distrito Centro, 29015  
Málaga

+34 952 57 96 73

reservas@restaurantematiz.com



## HOTEL RIU PALACE LA MOLA



## HOTEL RIU PALACE LA MOLA

345 habitaciones

3 piscinas

Restaurante principal y restaurante gourmet "Krystal"

Gimnasio gratuito

Sala de conferencias

Wifi gratis

Habitaciones adaptadas para personas con movilidad reducida disponibles

Situado en primera línea de la Playa Migjorn

Spa con diferentes tratamientos y masajes

Playa de Migjorn · 07871 ·  
Formentera · Baleares · España  
+34 971 327 000  
hotel.palacelamola@riu.com  
www.riu.com

**RIU**  
HOTELS & RESORTS

**E**l Hotel Riu La Mola, situado en la isla de Formentera, está viviendo una transformación que lo elevará a la gama Riu Palace, el producto premium de la cadena hotelera, que se alinea perfectamente con el encanto exclusivo de la isla mediterránea. Además, tras la reforma, el hotel aumentará su categoría de 4 estrellas a 4 estrellas superior. Este proyecto marca un hito para RIU, ya que por primera vez han sido Luis y Roberto Riu Rodríguez, hijos de Luis Riu Güell y miembros de la cuarta generación de la familia, quienes han dirigido íntegramente la reforma, tomando todas las decisiones en cuanto a equipamiento, diseño y servicios, imprimiendo un nuevo estilo al hotel.

La obra, que comenzó en noviembre del año pasado y que tiene previsto finalizar a finales del mes de abril de este año, se está llevando a cabo sin ampliar la volumetría del hotel, pero optimizando todos sus espacios para crear una atmósfera única. La nueva decoración del hotel incorpora detalles que reflejan la esencia mediterránea y un toque exclusivo al estilo de la isla de Formentera.

Entre las mejoras del hotel, destaca la ampliación del lobby, que crecerá en espacio y altura, ofreciendo a los huéspedes una impactante primera impresión gracias a su luminosidad y diseño cuidado. Otro aspecto a resaltar es la ampliación de la terraza chill-out, que ahora contará con un escenario exterior para actuaciones. El número de habitaciones se mantiene en 345 y todas serán reformadas integralmente, ganando amplitud, pero, sobre todo, confort y diseño. Así mismo, se incrementará el número de habitaciones de categoría suite y se añadirá un nuevo restaurante "a la carta", sumando un total de tres restaurantes.

El Hotel Riu Palace La Mola, ha sido recientemente galardonado con el premio ReThinkHotel por el enfoque sostenible de su renovación, incluyendo mejoras como la instalación de placas fotovoltaicas para autoconsumo eléctrico, la compra de equipamiento y maquinaria mucho más eficiente, climatización con bomba de calor geotérmica, y muchas más medidas sostenibles como la implementación de medidas de ahorro de agua o la implantación de medidas de reducción de residuos.





# 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.



# THE WESTIN VALENCIA



## THE WESTIN VALENCIA

**Restaurante**

**Gimnasio**

**Spa y centro de bienestar**

**Piscina interior climatizada**

**Espacios de reuniones y banquetes**

**Wi-Fi gratuito**

**Parking privado con estación de carga para vehículos eléctricos**

Amadeo De Saboya, 16  
Valencia

+34 963 625 900

[www.marriott.com/es/hotels/vlcwi-the-westin-valenciaelegancia](http://www.marriott.com/es/hotels/vlcwi-the-westin-valenciaelegancia)  
[sales@westinvalencia.com](mailto:sales@westinvalencia.com)

**THE WESTIN**  
VALENCIA

**T**he Westin Valencia no es solo un hotel; es un hito arquitectónico y cultural en el corazón de la ciudad. Ubicado en la antigua Llanera Valenciana, este edificio emblemático ha sido cuidadosamente restaurado para ofrecer una experiencia de lujo que combina historia, estilo Art Decó y modernidad. Con 135 habitaciones y suites, una ubicación ideal y una atención personalizada excepcional, The Westin Valencia se posiciona como el lugar perfecto para eventos corporativos y sociales.

Construido en 1921 por el arquitecto Alfonso Garín Ortola, el edificio que alberga el Westin Valencia tiene una historia rica y variada. Originalmente una fábrica de lanas, la estructura es uno de los primeros edificios en Valencia construidos con cemento armado. Su fachada monumental y urbana, adornada con ornamentos modernistas, es un testimonio del esplendor industrial de principios del siglo XX.

El hotel se encuentra estratégicamente situado cerca del centro histórico, la zona comercial y la Ciudad de las Artes y las Ciencias, lo que lo convierte en un punto de referencia tanto para turistas como para profesionales de negocios. Este enclave privilegiado facilita el acceso a los principales atractivos de la ciudad y a importantes centros empresariales, haciendo del Westin Valencia un lugar ideal para eventos y reuniones.

Una amplia gama de instalaciones y servicios  
The Westin Valencia ofrece una amplia gama de instalaciones y servicios que lo hacen destacar como un lugar excepcional para eventos corporativos. Con 12 salones de eventos que suman un total de 1795 metros cuadrados, el hotel puede albergar eventos de hasta 440 personas. Las salas están equipadas con tecnología audiovisual de última generación, internet inalámbrico y por cable, y todo lo necesario para asegurar el éxito de cualquier evento.

Los servicios de restauración del hotel son igualmente impresionantes. El Rosmarino Restaurant ofrece un desayuno bufett variado en un ambiente iluminado por luz natural, mientras que el Jardí Bar presenta un ambiente informal y acogedor, ideal para eventos sociales y cócteles.

La terraza del Jardí es un espacio perfecto para celebraciones al aire libre, ofreciendo una experiencia única bajo el cielo valenciano. aptarse y evolucionar con las necesidades de sus clientes.



# HOTEL RIU PLAZA ESPAÑA



## HOTEL RIU PLAZA ESPAÑA

582 habitaciones- Suite presidencial de 78 m<sup>2</sup>

Centro de convenciones con 16 salas y un total de 3.000 m<sup>2</sup>

Restaurante principal "Cervantes" donde se sirven los desayunos diarios y comidas de grupos

Gimnasio completamente equipado

Piscina exterior ubicada en planta 21

Gastrobar "El Edén" ubicado en la planta 26

360 Skybar espacio interior ubicado en la planta 26

360 Rooftop Bar, terraza exterior ubicada en planta 27, donde se encuentran el balcón y pasarela de cristal suspendidas a más de 100 metros de altura

Lobby Bar

Calle Gran Vía 84, 28013

Madrid

919 19 33 93

events.madrid@riu.com

www.riu.com/en/hotel/spain

/madrid/hotel-riu-plaza-espana

**RIU**  
PLAZA

Ubicado en el emblemático Edificio España, en pleno centro de la Gran Vía de Madrid, el Hotel Riu Plaza España es el destino perfecto para la celebración de eventos sociales y corporativos de cualquier tipo. Con sus 27 plantas de diseño vanguardista, el hotel ofrece una amplia variedad de espacios adaptados para hacer de cada evento una experiencia única, tanto en su interior como al aire libre, combinando modernidad y unas vistas espectaculares de la ciudad.

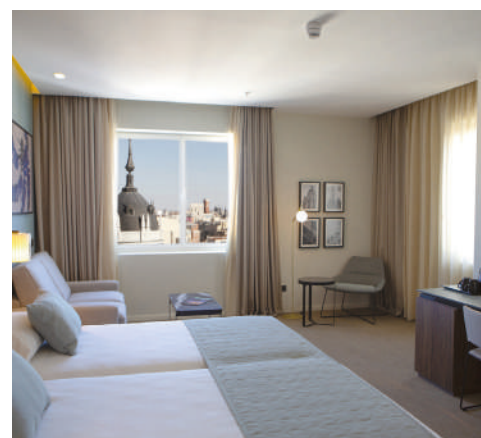
Uno de los mayores atractivos del hotel son sus exclusivos espacios exteriores. Desde la terraza 360° Rooftop Bar en la planta 27, los asistentes pueden disfrutar de vistas panorámicas sobre Madrid, ofreciendo un lugar ideal para eventos al aire libre con un toque especial. En la planta 21 también cuenta con dos terrazas exteriores para celebraciones más relajadas o eventos informales.

Además, el hotel cuenta con un centro de convenciones que incluye 16 salas de reuniones totalmente equipadas con la más avanzada tecnología. Con una capacidad de hasta 1.500 personas, permite que eventos de gran envergadura puedan desarrollarse en el corazón de Madrid.

El Hotel Riu Plaza España se distingue también por su capacidad de alojamiento. Con 582 habitaciones, es la opción perfecta para eventos que necesiten alojamiento de calidad para sus invitados. Los huéspedes también pueden disfrutar de la piscina exterior o gimnasio del hotel.

Para aquellos que busquen una opción más relajada, el hotel cuenta con dos espacios en la planta 26: El Edén Gastrobar, un espacio perfecto para brunches y almuerzos de trabajo, y Sky Bar para encuentros de networking.

El Hotel Riu Plaza España se convierte así en el escenario perfecto para cualquier tipo de evento, ya sea social o corporativo. Su ubicación estratégica en pleno centro de Madrid garantiza que cada evento sea una experiencia memorable.



A photograph of a luxurious hotel room. In the foreground, a large bed is covered with a white sheet and several white pillows. In the background, there is a brown sofa with cushions and a coffee table. A large window with white curtains and brown drapes is visible. A large, ornate chandelier hangs from the ceiling. The room has a warm, golden-brown color palette.

*Artesanía Textil de autor  
para hoteles y restaurantes*

**TEXTIL  
EUROTEX &  
VADELAR**  
SPAIN

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