

“

**Con expansión récord y una estrategia centrada en calidad y tecnología, Meliá encara un futuro brillante, preparado para marcar el rumbo del sector hotelero**

”



**María Zarraluqui**

Vicepresidenta Global de Desarrollo en Meliá Hotels International



NUEVA COLECCIÓN  
DE SUELOS LAMINADOS  
TARKETT FABRICADOS  
EN EUROPA.

*La mejor alternativa  
a la madera.*



Descubra más:



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

 **Tarkett**



DIRECTOR DE LA PUBLICACIÓN  
Guillermo Jarque  
gjarque@grupovia.net

EDICIÓN  
Jose JIMÉNEZ  
viahotel@grupovia.net  
IDAN SERRANO  
idan@grupovia.net

PUBLICIDAD  
EDILBERTO SERRANO  
eserrano@grupovia.net

SUSCRIPCIONES  
suscripciones@grupovia.net

WWW.VIAHOTEL.COM

## Noticias

04. **HOTUSA COMPRA NUEVE HOTELES DE LA CADENA SILKEN, POR 250 M€**

06. **SIMPLIFIKA CAPITAL IMPULSA NUEVO HOTEL EN SEVILLA CON 68 HABITACIONES**

08. **DELUNA HOTELS EXPANDIRÁ SU OFERTA CON 500 NUEVAS HABITACIONES**

10. **LIBERTAS 7 REFUERZA SU APUESTA INMOBILIARIA EN VALENCIA**

12. **MELIÁ ELEVA UN 27% SU BENEFICIO HASTA 151 MILLONES Y ANTICIPA MÁS REVPAR**

## Informe

14-16. **ESPECIAL NUEVAS APERTURAS HOTELERAS**

24-26. **ESPECIAL SOSTENIBILIDAD Y TURISMO RESPONSABLE**

## Entrevista

18. **María Zarraluqui**

VICEPRESIDENTA DE DESARROLLO GLOBAL EN MELIÁ HOTELS INTERNATIONAL

22. **Myriam Ortiz**

Directora del Hotel Molina Lario

## Noticias

28. **ONA HOTELS ACELERA SU EXPANSIÓN CON 76 M€ EN 2025.**

30. **MITRALIVING ASPIRA A 1.000 PISOS TURÍSTICOS EN 4 AÑOS**

## Únicos

34. **HOTEL SILKEN VILLA DE LAGUARDIA**

35. **HOTEL MOLINA LARIO**

36. **HOTEL ME MARBELLA**

37. **HOTEL BOHO CLUB**

38. **AXEL HOTEL VALENCIA**

39. **HOTEL GF VICTORIA**

40. **INHALA HOTEL GARDEN**

42. **HOTEL BOTÁNICO & THE ORIENTAL SPA GARDEN**

43. **HOTEL HA RETIRO SUITES**

GRUPO  VÍA

EDITORIA  
SILVIA PUIG

SOCIO | DIRECTOR GENERAL  
EDILBERTO SERRANO  
eserrano@grupovia.net

BARCELONA  
Calle del Figueral, 43, Esc 2 3º1ª  
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

## Global Mutual adquiere Okami Hospitality y eleva sus activos a 500 M€

La firma internacional Global Mutual refuerza su apuesta por la inversión inmobiliaria con el lanzamiento de Global Mutual Hotels, tras adquirir la gestora española Okami Hospitality Partners.

La nueva plataforma gestionará activos hoteleros por 500 M€ y prevé expandirse a EE.UU., Oriente Medio y Asia.

Con una cartera global de 6.000 M€, Global Mutual se consolida como actor cla-

ve en sectores como retail, oficinas, residencial y hoteles, apostando por viviendas de alta calidad y urbanismo sostenible en un entorno económico desafiante.

La incorporación del fundador de Okami, Javier Batlle, como director general de la nueva división hotelera, aporta experiencia y visión estratégica para acelerar el crecimiento, especialmente en destinos con alta proyección en diseño y hospitalidad.



## TUI Group prepara 4 aperturas de hoteles en Europa para 2026, una en la Costa del Sol



TUI Group ha anunciado la apertura de cuatro nuevos hoteles en Europa para 2026, incluyendo uno en la Costa del Sol, fortaleciendo así su presencia en destinos clave de inversión inmobiliaria y urbanismo sostenible.

Las nuevas incorporaciones se integrarán bajo sus marcas TUI Blue, Robinson y RIU, orientadas al turis-

mo vacacional de calidad. Con este movimiento, TUI responde a la creciente demanda de viviendas de alta calidad y alojamientos sostenibles, impulsando el desarrollo de la arquitectura hotelera en el Mediterráneo. La Costa del Sol se consolida como uno de los principales destinos del futuro arquitectónico turístico en Europa.

## Hotusa compra nueve hoteles de la cadena Silken, por 250 M€

En una de las mayores transacciones del año en el sector de la inversión inmobiliaria hotelera, Hotusa ha adquirido nueve hoteles de la cadena Silken por 250 M€ a los fondos CBRE Investment Management y Pygmalion Capital.

Los establecimientos, situados en Madrid, Sevilla, Bilbao, San Sebastián, Santander, Tenerife, Valladolid y Ciudad Real, suman 1.350 habitaciones y destacan por su categoría cuatro estrellas y recientes renovaciones.

Este movimiento estratégico llega tras la amortización total de los 241 M€ del préstamo del Fondo de Apoyo a la Solvencia de Empresas Estratégicas (SEPI), reafirmando la solidez financiera de Hotusa.

Con esta operación, Hotusa no solo refuerza su presencia en destinos clave del turismo urbano y vacacional, sino que también consolida su



liderazgo en el sector, apostando por un modelo de diseño y hospitalidad enfocado en la excelencia operativa y la sostenibilidad, en línea con las nuevas exigencias del mercado hotelero.

Además, la operación evidencia el dinamismo del mercado hotelero español y anticipa nuevas oportunidades de consolidación, en un contexto donde el interés inversor se mantiene elevado, especialmente en activos reformados y bien localizados. Este movimiento podría marcar un precedente de cara al próximo Gran Debate Hotelero sobre estrategias de expansión y resiliencia post-crisis.

## Aena inicia el proceso de licitación de los primeros dos hoteles en los aeropuertos de Madrid y Barcelona

Aena ha iniciado la licitación de dos hoteles en los aeropuertos de Madrid y Barcelona, dentro de su plan de Ciudades Aeroportuarias (2022-2026).

Los proyectos suman 38.400 m<sup>2</sup> edificables, con hoteles de cuatro estrellas, mínimo 300 habitaciones y servicios como salas de re-

uniones, restauración, zonas comerciales y gimnasio. La concesión, bajo derecho de superficie por 75 años, busca atraer a operadores internacionales. Aena apuesta por un modelo de diseño y hospitalidad sostenible, alineado con su visión de urbanismo eficiente y crecimiento estratégico.



# La sostenibilidad de lo “invisible”

Félix Martí, CEO de Resuinsa Experiences



Si algo hemos aprendido en los últimos años es que la sostenibilidad va más allá de ser una ventaja competitiva. Se trata de una exigencia. Sin embargo, una empresa que apueste por una sostenibilidad real también debe preguntarse:

**¿Estamos haciendo todo lo que está en nuestras manos? ¿Solo en lo evidente o también en lo “invisible”?**

En la carrera por la sostenibilidad, muchos hoteles han puesto el foco en lo más visible, como por ejemplo, sistemas de ahorro energético, gestión del agua, eliminación de plásticos de un solo uso, etc. Todo esto suma y resulta muy necesario. Pero también se debe poner el foco en aquello que no se ve de primeras, en aquellos pequeños objetos que conviven con el huésped y que rara vez son cuestionados.

Muchos están fabricados de materiales que no se reciclan, ni se reaprovechan. Y cuando dejan de ser útiles, acaban como casi todo lo que no tiene plan B, en un vertedero. El problema reside en que se fabrican como si no tuvieran futuro pese al impacto medioambiental que generan.

Por tanto, en un momento en el que el huésped está cada vez más informado y exige coherencia a las empresas, no basta con ser “más verdes” en lo macro. La sostenibilidad de verdad también debe reflejarse en los pequeños grandes detalles.

## Accesorios reciclados y reciclables

Por eso, en Resuinsa llevamos tiempo liderando el cambio y apostando por una nueva vía centrada en accesorios reciclados y reciclables, diseñados expresamente para el sector hotelero. Elementos que combinan calidad, funcionalidad, diseño y, sobre todo, bajo la premisa de la reducción del impacto ambiental.

Con esta línea, que forma parte de la colección VITA, ponemos en marcha una economía 100% circular a través de accesorios como zapatillas, neceseres, colgadores de puerta o posavasos que están diseñados con materiales reciclados de textiles usados en hoteles. Se trata de que la sostenibilidad se sienta en cada detalle de la habitación y de que el huésped perciba coherencia, compromiso y atención en cada rincón de la experiencia hotelera. Que sepa que está alojándose en un establecimiento que piensa en el mañana sin renunciar al confort del hoy.

Así, cuando un hotel toma decisiones conscientes, está educando, inspirando y marcando un camino hacia la sostenibilidad. Por eso, esto no va solo de fabricar productos. Va de una filosofía y un compromiso de trabajo que queremos compartir con un sector que aspira a dejar huella en la experiencia del huésped... sin dejar residuos.



## Nuevo ciclo inversor: el 75 % del capital hotelero es nacional y busca valor añadido

El Hospitality Real Estate Forum ha confirmado el auge de un nuevo ciclo inversor en el sector hotelero español, donde el 75 % del capital es nacional.

Las estrategias Value Add y los modelos

PropCo/OpCo ganan protagonismo, impulsando la rentabilidad y el control operativo. El segmento vacacional, con Canarias a la cabeza, concentra el 62 % de la inversión.

Además, la marca hotelera se refuerza

como motor de valor añadido, en un contexto de alta liquidez y profesionalización del sector.



## GF Hoteles reabre en Costa Adeje tras invertir 40 M€

GF Hoteles (Grupo Fedola) ha reabierto el GF Gran Costa Adeje tras ocho meses de obras y una inversión de 40 M€, apostando por el turismo de alta calidad y un urbanismo sostenible en Tenerife.

La reforma ha modernizado las habitaciones con tecnología domótica, ha mejorado la eficiencia energética con iluminación LED y climatización inteligente, e incorporado soluciones sostenibles como energía solar y control de consumo.

El hotel refuerza su propuesta familiar con nuevas zonas in-

fantiles, un splash park, y clubes por edades. Apuesta por una experiencia vacacional adaptada al viajero actual. Esta renovación consolida la estrategia de inversión inmobiliaria del grupo en el sector hotelero canario y eleva el estándar de la arquitectura hotelera en las Islas.



## Simplifika Capital impulsa nuevo hotel en Sevilla con 68 habitaciones

Simplifika Capital, firma especializada en inversión inmobiliaria en hospitality, ha adquirido un edificio industrial de 2.500 m<sup>2</sup> en la calle Feria (Sevilla), en el barrio de la Macarena, para transformarlo en un hotel de 68 habitaciones.

La inversión asciende a 15 M€ y contará con la gestión de un

operador internacional bajo arrendamiento a largo plazo.

La operación, asesorada por CateLLa, refuerza la apuesta de la compañía por ubicaciones urbanas prime. Según Ernesto Villanueva, socio fundador, el proyecto generará valor para los inversores y contribuirá a la revitalización del centro histórico sevillano.



## Sevilla triplica su oferta hotelera premium desde 2019

Sevilla se posiciona como destino estratégico para la inversión hotelera, con un fuerte impulso en el segmento premium.

Según Savills, la ciudad ha triplicado sus hoteles de 5 estrellas y gran lujo desde 2019, pasando de 8 a 24 establecimientos. Además, en 2025

ya se ha duplicado la inversión registrada en todo 2024.

Con 30 nuevos proyectos en marcha y gran parte enfocados en categorías superiores, Sevilla consolida su modelo hotelero de alta gama, creciente demanda turística y atractivo internacional.



## Azora refuerza su cartera hotelera con Medplaya

Aena ha iniciado la licitación de dos hoteles en los aeropuertos de Madrid y Barcelona, dentro de su plan Ciudades Aeroportuarias 2022-2026.

Los proyectos suman 38.400 m<sup>2</sup>, con hoteles de cuatro estrellas, mínimo 300 habita-

ciones y servicios complementarios. La concesión, por 75 años, busca atraer operadores internacionales bajo un modelo de diseño y hospitalidad sostenible, alineado con el urbanismo eficiente y el crecimiento estratégico de la red aeroportuaria.

Esta iniciativa refuerza la transformación de los aeropuertos en hubs de actividad económica, con espacios destinados a usos turísticos, comerciales y logísticos, consolidando a Madrid-Barajas y El Prat como referentes europeos en conectividad y servicios.

## Las reservas hoteleras a largo plazo ganan fuerza en España

Las reservas hoteleras con más de 90 días de antelación han crecido del 13 % al 18,3 % en apenas un mes, consolidando una tendencia al alza que refleja mayor confianza del viajero y una planificación más estructurada.

Este fenómeno permite a los operadores mejorar la visibilidad de ingresos y ajustar mejor sus estrategias tarifarias.

El crecimiento se concentra en Madrid, Baleares, Cataluña y Andalucía, mientras Canarias registra un leve retroceso. El perfil del cliente se mantiene estable, con predominio de parejas (50 %) y grupos (28 %), lo que confirma la reactivación del turismo vacacional y urbano en segmentos clave.

Este cambio fortalece la estabi-

lidad frente a la estacionalidad y tiene impacto directo en la gestión operativa, decisiones de inversión y en el Diseño y Hospitalidad Mallorca: Arquitectura Hotelera. Además, impulsa nuevas estrategias de urbanismo sostenible y mejora la previsión de ocupación a medio plazo.



# Puertas automáticas para proyectos residenciales modernos



Asesoramiento  
para arquitectos

## Mejore la accesibilidad y el valor de sus proyectos residenciales

Transforme sus proyectos inmobiliarios con soluciones automáticas que mejoran la calidad de vida de los residentes y cumplen con todas las normativas vigentes.

- Mejore el valor de sus promociones
- Facilite el acceso a personas con movilidad reducida
- Aumente la seguridad sin renunciar al diseño
- Compatible con BIM para arquitectos

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



**BIM objects**  
ASSA ABLOY Entrance Systems

Experience a safer  
and more open world

## El hotel Incosol avanza hacia su reapertura con una inversión de 87 M€

El Ayuntamiento de Marbella ha aprobado la reforma del histórico Hotel Incosol, con una inversión de 87 M€, para transformarlo en un complejo cinco estrellas centrado en bienestar y longevidad.

El proyecto conserva la estructura original e incorpora un diseño contem-

poráneo e inteligente, con sostenibilidad y eficiencia energética. Ubicado en Río Real, tendrá 168 habitaciones, el 80% destinadas a tratamientos médicos, 21.000 m<sup>2</sup> de servicios sanitarios y más de 34.000 m<sup>2</sup> de zonas verdes y piscinas. La reapertura refuerza el posicionamiento de Marbella como destino en diseño y hospitalidad ligados a salud y lujo.



## EasyHotel crece en España con su segundo hotel en Barcelona

EasyHotel ha reforzado su presencia en España con la apertura de un nuevo hotel en La Sagrera, Barcelona, sumando 75 habitaciones a su oferta urbana.

Construido sobre el antiguo mercado del barrio, el proyecto conserva elementos originales como los carteles de los puestos, integrándolos en el diseño interior para

mantener la memoria local. Esta combinación de modernidad y patrimonio refuerza su compromiso con una arquitectura hotelera sensible al entorno.

El edificio ha sido desarrollado con materiales reciclados y de baja emisión de carbono, lo que ha permitido reducir un 21% las emisiones frente a estándares convencionales en pro-

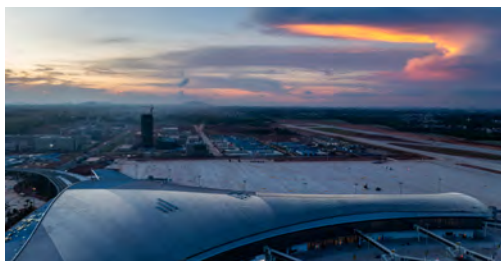
yectos hoteleros urbanos. Este enfoque responde a la apuesta firme de la compañía por el urbanismo sostenible y el turismo responsable, cada vez más valorado por los viajeros. Con nuevas aperturas previstas en Valencia y Alicante para 2026, EasyHotel consolida su ambiciosa expansión en España, que representará más del 20% de su facturación global.

## ACHM Hotels refuerza su expansión en Italia con el Moxy Milan Linate

ACHM Hotels by Marriott, presidida por Antonio Catalán, ha asumido la gestión del Moxy Milan Linate Airport, en colaboración con Vastint Italy, promotora del proyecto. Este acuerdo refuerza una alianza estratégica basada en la sostenibilidad, innovación y excelencia operativa.

La operación consolida la expansión de ACHM en Italia, un mercado clave para su modelo de arquitectura hotelera eficiente y comprometida con

el urbanismo sostenible. Con este nuevo activo, la compañía refuerza su apuesta por hoteles urbanos con identidad y valor añadido.



## Grupotel entra en Andalucía con la compra de un hotel de 412 plazas en Cádiz

La cadena Grupotel Hotels & Resorts ha dado un paso estratégico en su crecimiento nacional con la compra de un hotel de 412 plazas en la costa gaditana, marcando así su entrada en Andalucía.

Esta operación refuerza su posicionamiento en destinos clave del turismo español, ampliando su presencia más allá de las Islas

Baleares y Canarias. La incorporación del nuevo establecimiento, ubicado en primera línea de playa, responde a la apuesta de Grupotel por destinos de sol y playa con alta demanda internacional, en línea con las tendencias actuales de inversión inmobiliaria en el sector hotelero.

Este movimiento también consolida la tendencia de crecimiento sostenido del turismo en el sur de España, donde la arquitectura hotelera y el diseño orientado a la hospitalidad cobran protagonismo. Con esta adquisición, Grupotel no solo amplía su capacidad operativa, sino que también contribuye al desarrollo del urbanismo sostenible en zonas costeras, apostando por activos de alta calidad y valor añadido.



## Libertas 7 refuerza su apuesta inmobiliaria en Valencia



Libertas 7 ha cerrado el mejor semestre de la última década con un incremento del 385% en su beneficio neto, alcanzando 1,3 M€, y una cifra de negocio que se dispara hasta los 9,2 M€, un 241% más.

Esta sólida evolución, comunicada a la CNMV, está respaldada por su modelo diversificado que combina viviendas de alta calidad, turismo sostenible e inversiones financieras estratégicas.

Su división inmobiliaria, Ficsa, se consolida como motor clave, con

más de 7.380 viviendas entregadas y una cartera de ventas que supera los 35,8 M€. Destacan sus nuevas promociones en Valencia, Puçol y Horta Nord, con planes para entregar 1.035 unidades hasta 2028, todas orientadas al urbanismo sostenible y a la eficiencia energética.

En el sector turístico, Sea You Hotels & Apartments avanza en la desestacionalización con ingresos de 3 M€ y una estrategia centrada en nuevos formatos como coliving y senior living, alineados con las tendencias de diseño y hospitalidad Mallorca: Arquitectura Hotelera.



# Haz que tu hotel destaque.

El 66 % de los clientes\* comprueba si pueden pagar con su tarjeta antes de hacerlo.<sup>1</sup> Muestra estos logos y abre las puertas a clientes de cualquier parte del mundo.

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



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

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

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



## DeLuna Hotels expandirá su oferta con 500 nuevas habitaciones

DeLuna Hotels anticipa un cierre de ejercicio por encima de previsiones tras un verano excepcional y un tercer trimestre récord en ocupación, ADR y reputación online, especialmente en Granada, donde concentra su actual portafolio.

La cadena prevé superar los 16 M€ de facturación este año, gracias también a una sólida factura-

ción cruzada en restauración, spa y aparcamiento. Con un ambicioso plan de expansión, deLuna abrirá tres nuevos hoteles en Cádiz, Sevilla y Motril hasta 2027, sumando casi 500 habitaciones. Su modelo apuesta por destinos urbanos con fuerte componente vacacional, reforzando su presencia en Andalucía con proyectos de arquitectura hotelera que combinan ocio y sostenibilidad. El gru-

po, de perfil patrimonialista, avanza con un crecimiento estable que amplía su huella en el sur peninsular sin renunciar a su ADN inmobiliario.



## Sercotel refuerza su expansión nacional a través de la franquicia

Sercotel Hotels afianza su crecimiento nacional apostando por un modelo de franquicia estratégica que combina tecnología avanzada, soporte integral y una visión centrada en la hospitalidad con alma.

Con fuerte implantación en el segmento corporativo y presencia en toda España, la cadena

lidera una propuesta de valor donde priman la sostenibilidad, el talento y la rentabilidad para el inversor.

Según Pablo Fernández, director de Franquicias, el modelo está diseñado tanto para propietarios hoteleros como para inversores sin experiencia previa, ofreciendo formación, sistemas

como CRM, CRS o BI, y un equipo experto en revenue management. Sercotel prioriza su expansión en regiones con alto potencial como Galicia, Asturias, Cantabria, León, Huelva y Tenerife, reforzando su presencia sin perder la esencia de un servicio cercano, humano y eficiente.

## Meliá refuerza su presencia en los destinos más exclusivos del mundo con un nuevo hotel The Meliá Collection en la Patagonia argentina



Meliá Hotels International ha anunciado la apertura en 2028 del The Meliá Collection Terrazas del Gutiérrez, un exclusivo hotel de 93 habitaciones

y 48 residencias en Bariloche, dentro del Parque Nacional Nahuel Huapi. El proyecto destaca por su integración paisajística, uso de materiales naturales y arquitectura sostenible.

Con vistas al lago y a la cordillera, refuerza la presencia del grupo en enclaves naturales de alto valor.

El hotel ofrecerá gastronomía de autor, spa, zonas wellness y 500 m<sup>2</sup> para eventos, posicionándose como referente del lujo sostenible en la Patagonia. Se suma a otros desarrollos estratégicos como Casa Lucía en Buenos Aires y Gran Meliá Ushuaia, fortaleciendo la expansión de The Meliá Collection en destinos icónicos de Latinoamérica.

## Paradores reforma uno de sus top 10 con una inversión de 30M€



Paradores invertirá 30 M€ en una reforma integral del Parador de Nerja, uno de los diez establecimientos más rentables de su red.

El hotel, en funcionamiento desde 1965, cerrará en enero de 2026 durante dos años para renovar completamente sus habitaciones, zonas comunes, exteriores, accesos e instalaciones, alineándose con los estándares actuales de sos-

tenibilidad, accesibilidad y eficiencia energética.

El proyecto, cuyo contrato de obras se adjudicará en diciembre, incluirá la instalación de paneles solares, sistemas de aerotermia y mejoras en el aislamiento, permitiendo reducir un 50% el consumo energético y disminuir su huella de carbono en 112 toneladas anuales. Además, se destinarán 2 M€ al rediseño interior para garantizar una accesibilidad universal.

Esta actuación se enmarca en el plan estratégico de modernización de Paradores hacia su centenario en 2028, con una inversión total superior a los 250 M€, consolidando su impacto en la oferta de turismo sostenible y de alta calidad en la Costa del Sol.

## Ibervalles construirá un hotel de lujo en el centro financiero de Madrid



La socimi Ibervalles transformará el edificio de oficinas de General Perón 27 en un hotel cinco estrellas de 15 plantas, con apertura prevista en 2028, en pleno centro financiero de Madrid.

El proyecto, obra del prestigioso arquitecto Bjarke Ingels, destacará por su innovadora fachada cilíndrica y una oferta premium que incluirá centro de negocios, spa, rooftop y espacio gastronómico.

Ubicado en el eje Bernabéu-Azca, el hotel actuará como motor de revitalización urbana en una zona clave de la capital. Según el presidente de Ibervalles, Enrique Isidro, esta apuesta marca el inicio de una nueva etapa con fuerte presencia en turismo, oficinas y alojamientos flexibles. El Ayuntamiento de Madrid respalda la iniciativa como ejemplo de cómo la inversión inmobiliaria de calidad potencia el desarrollo económico y urbano.

# 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**



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**

## El Gran Hotel Taoro vuelve a la escena hotelera europea

Tras una ambiciosa rehabilitación, el Gran Hotel Taoro reabre sus puertas en Puerto de la Cruz con el objetivo de posicionarse como referente de lujo, cultura y gastronomía en el norte de Tenerife.

Con 199 habitaciones y suites, cinco restaurantes, bar y un exclusivo centro wellness, el hotel recupera su esencia histórica—ligada a figuras como Agatha Christie

o Alfonso XIII— en clave contemporánea y sostenible.

Gestionado por My Way Hotels & Resorts, el proyecto integra diseño neoclásico, alta cocina con chefs Michelin como Ricardo Sanz y Erlantz Gorostiza, y experiencias inmersivas ligadas al entorno, a través del programa Xplora. La reapertura no solo devuelve al mercado un hito de la arquitectura hotelera eu-

ropea, sino que refuerza el posicionamiento de Tenerife como destino de turismo de alta calidad, sostenible y con identidad local.



## Las branded residences revolucionan el lujo inmobiliario

Las branded residences se consolidan como una de las apuestas más sólidas del lujo inmobiliario, sionando posicionamiento de marca, exclusividad y estilo de vida.

Así lo explicó Susanna Mander, Directora de Brand Expansion en Meliá Hotels International, durante

el Premium Real Estate Summit, donde analizó cómo estas propiedades asociadas a marcas globales redefinen la inversión residencial de alto nivel.

Con proyectos como Meliá Residences Miami y The Residences at Meliá Seychelles, Meliá impulsa un modelo que ofrece servicios

premium, gestión profesional y sentido de comunidad, ya sea bajo fórmulas rental pool o uso exclusivo. En España, destacan iniciativas en Madrid, Costa del Sol y Baleares, orientadas a una demanda internacional que busca valor, experiencia y diferenciación en su inversión.

## Un histórico edificio de Antonio Palacios en Madrid se transformará en hotel

El edificio de Antonio Palacios en la calle Mayor 4 será rehabilitado para uso hotelero tras la aprobación inicial del Plan Especial impulsado por Lutuena S.L.U.

Con más de 7.500 m<sup>2</sup> y protección patrimonial de nivel 1, el proyecto conservará elementos arquitectónicos clave y mantendrá tres locales

comerciales. El inmueble, conocido como Casa Palazuelo, está declarado Bien de Interés Cultural.

Esta actuación refuerza la tendencia de rehabilitación hotelera en edificios históricos del centro de Madrid, impulsando la inversión inmobiliaria y el turismo de calidad. El nuevo hotel contribuirá al desarrollo de

un urbanismo sostenible y a la valorización del patrimonio arquitectónico en la capital.



## Meliá eleva un 27% su beneficio hasta 151 millones y anticipa más RevPAR



Meliá Hotels International ha cerrado los nueve primeros meses de 2025 con un beneficio neto atribuido de 150,9 M€, un 27,2% más interanual, consolidando su recuperación en un contexto de alta demanda turística.

El grupo ha registrado ingresos de 1.603 M€ y un ebitda de 435,7 M€, apoyado en la mejora del RevPAR (+5,2%) gracias al equilibrio entre ocupación y tarifas. La sólida operati-

va y el dinamismo del segmento de ocio han sido claves, junto al buen comportamiento de los destinos urbanos y el Caribe.

En paralelo, Meliá continúa su estrategia de expansión con la apertura de 15 nuevos hoteles hasta septiembre y un pipeline de 70 más, afianzando su liderazgo en arquitectura hotelera de lujo con marcas como The Meliá Collection, Me by Meliá y Paradisus by Meliá. La compañía prevé finalizar 2025 con más de 25 nuevos establecimientos, incluyendo destinos emergentes como Bahrain y Bariloche. Con una deuda neta de 763 M€, la compañía mantiene un perfil financiero sólido y alineado con las nuevas tendencias de diseño y hospitalidad Mallorca: arquitectura hotelera y urbanismo sostenible.

## Habyt abre su primer establecimiento en Madrid



El grupo alemán Habyt, líder en alojamiento flexible, ha inaugurado en Madrid el primer hotel bajo su nueva marca Atipico, ubicado en la calle Alcalá junto a Las Ventas.

Con 118 habitaciones, el establecimiento se dirige a nómadas digitales, viajeros de negocios y turistas urbanos, apostando por un modelo híbrido de estancias cortas y medias a un precio medio de 100 €.

Con una previsión de 3

M€ de facturación y 75 % de ocupación media en su primer año, Atipico Madrid representa el inicio de una expansión por el sur de Europa, con objetivos de abrir 1-2 hoteles anuales en España, Portugal, Italia y Grecia. Habyt busca crecer en capitales europeas con hoteles de al menos 80 habitaciones, mientras fortalece su línea de flex-living con nuevos proyectos residenciales en Madrid y Málaga, sumando a una red global presente en más de 30 ciudades.

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**

# NUEVAS APERTURAS HOTELERAS EN ESPAÑA

España consolida su liderazgo con la llegada de nuevas marcas, proyectos innovadores y destinos en expansión

## Panorama General del Desarrollo Hotelero en España

Los nuevos desarrollos hoteleros en España se orientan cada vez más hacia la calidad de producto y la renovación del parque existente, con especial énfasis en destinos maduros que requieren actualización para mantener competitividad. Así, el mercado hotelero español contempla hasta 2028 la apertura o rehabilitación de aproximadamente 775 hoteles, con cerca de 52.000 nuevas habitaciones, según un estudio de EY-Parthenon. En este marco, más del 67% de estas nuevas llaves se destinarán a establecimientos de cuatro y cinco estrellas, lo que evidencia la clara apuesta del sector por el segmento de alto valor.

Asimismo, el informe identifica que el 59% de la nueva oferta provendrá de construcción de nuevos hoteles, un 26% del cambio de uso de edificios y un 15% de reposicionamiento de activos existentes, lo que confirma el carácter estratégico del reposicionamiento en el sector.

En paralelo, destaca la fuerte inversión en regiones clave como Andalucía, que acapara 260 de estos proyectos y más de 18.000

habitaciones nuevas, seguida por la Comunidad Valenciana, Madrid y Canarias. Esta orientación territorial subraya la importancia de combinar renovación urbana con estrategia hotelera de calidad. El dinamismo del mercado se refleja además en que la inversión en hotelería en España alcanzó los 3.330 M€ en 2024, con 151 transacciones que incluyeron cerca de 18.592 habitaciones, según el informe Colliers International

La apuesta por la sostenibilidad y la eficiencia energética se ha convertido en un eje central en los nuevos desarrollos hoteleros. Según Colliers, un porcentaje creciente de los activos transaccionados en 2024 ya incorporaban criterios ESG (ambientales, sociales y de gobernanza), mientras que los proyectos de nueva planta tienden a integrarse con certificaciones como LEED o BREEAM. Esta transformación responde tanto a una demanda más consciente por parte del turista como a la presión regulatoria y financiera, que prioriza inversiones responsables y resilientes ante riesgos climáticos y operativos.

Por otra parte, el estudio de EY-Parthenon señala que los nuevos modelos de alojamiento, como los hoteles lifestyle y los conceptos híbridos (hospitalidad + trabajo remoto), están ganando terreno en ciudades como Madrid, Valencia o Málaga. Estos formatos, orientados a un cliente más joven y digital, se complementan con la creciente demanda de reposicionamiento urbano, donde antiguas oficinas, edificios administrativos o residencias se transforman en establecimientos turísticos de media y alta gama. Esta evolución refleja un cambio estructural en el comportamiento del viajero y en la forma en que las cadenas hoteleras diseñan su estrategia de crecimiento.

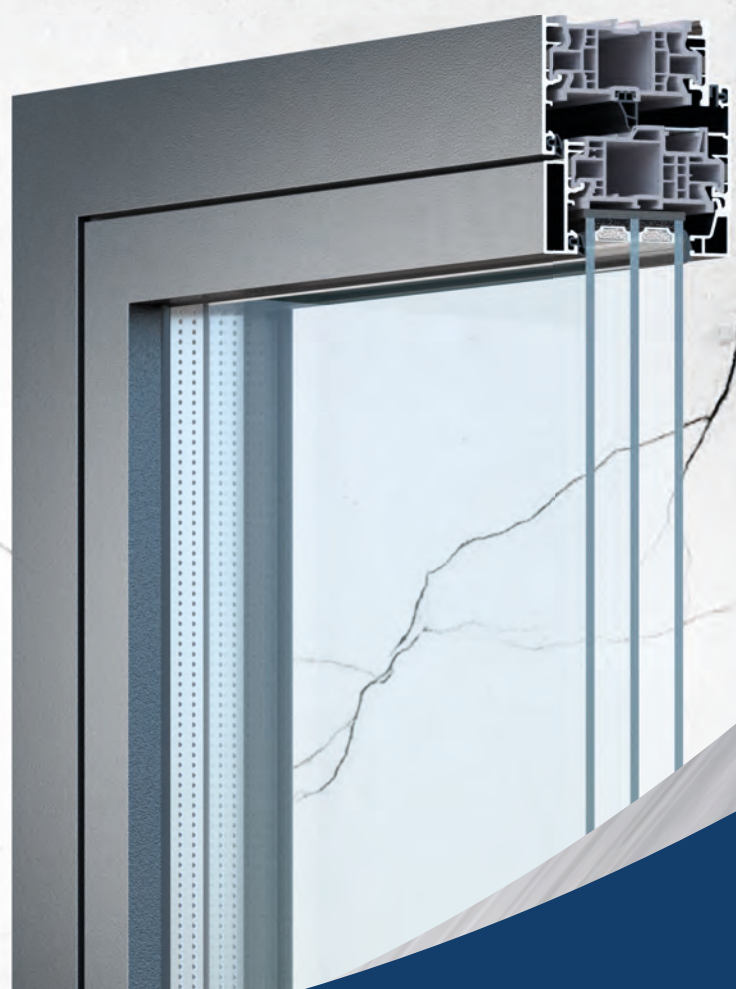
Este escenario sitúa al sector hotelero español como uno de los más atractivos de Europa para la inversión inmobiliaria, donde los operadores centran su estrategia en la mejora de la categoría, la modernización y la capacidad de atraer al turista de mayor poder adquisitivo. Además, el mercado evoluciona hacia una mayor especialización del producto.

**“España impulsa 298 nuevos hoteles hasta 2028, con foco en sostenibilidad, lujo y reconversión urbana, y una inversión superior a 3.000 M€”**



# ALUNEXT

LA GENERACIÓN DE VENTANAS  
CON PIEL DE ALUMINIO Y CORAZÓN DE PVC



## El auge hotelero en España atrae inversión internacional y redefine el diseño, la construcción y la sostenibilidad

El crecimiento del sector hotelero español hasta 2028 no solo se basa en volumen, sino en la diversificación de actores y modelos de alojamiento. Según el informe “Hotel Chains in Spain 2024” de Horwath HTL, más del 40 % de los nuevos proyectos están vinculados a marcas internacionales, que ven en España un mercado sólido con márgenes atractivos y proyección a largo plazo. Grupos como Hilton, Accor, Marriott, Hyatt y Radisson están impulsando aperturas tanto en capitales como en destinos alternativos, con especial atención a áreas metropolitanas con buena conectividad, ciudades medias en transformación y zonas en regeneración urbana.

Además, los formatos no convencionales ganan terreno. Entre ellos destacan las branded residences, los hoteles-lifestyle y los alojamientos híbridos entre vivienda turística y residencial, especialmente dirigidos a nómadas digitales, trabajadores remotos y nuevos perfiles de turista experiencial. Este fenómeno ha propiciado un cambio de enfoque en el diseño arquitectónico y la ingeniería de estos activos, que deben adaptarse a usos mixtos, necesidades tecnológicas avanzadas y dinámicas de estancia más largas y flexibles.

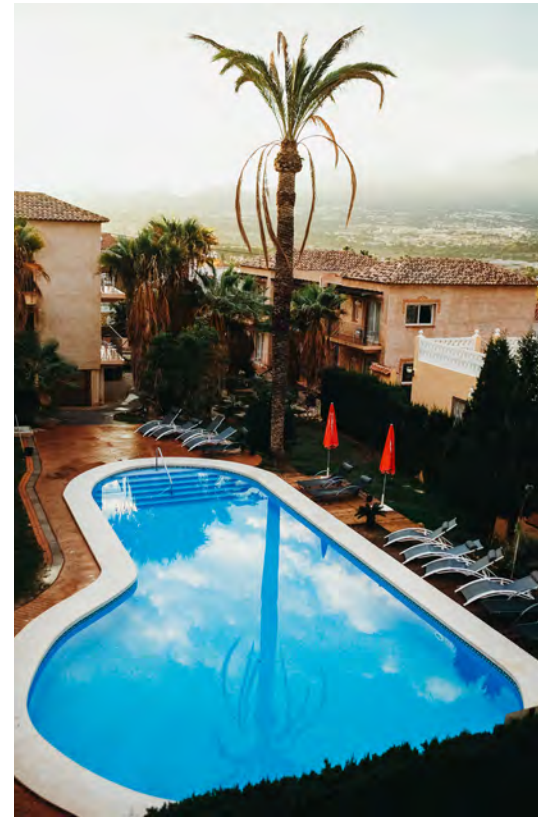
Por otro lado, el auge de los destinos secundarios —como Valencia, Sevilla, Málaga, Bilbao, Zaragoza o San Sebastián— está permitiendo des-

congestionar mercados saturados y redistribuir inversión, empleo y valor añadido. Estas ubicaciones, que combinan atractivo cultural, calidad de vida e infraestructuras turísticas maduras, se están convirtiendo en polos de atracción para operadores que buscan menor competencia y mayor retorno por habitación disponible (RevPAR). Este contexto abre oportunidades clave para despachos de arquitectura local, ingenierías de implantación regional y estudios de interiorismo que entienden el entorno.

**“El sector hotelero español crece con nuevas marcas, formatos y destinos, impulsando inversión y sostenibilidad”**

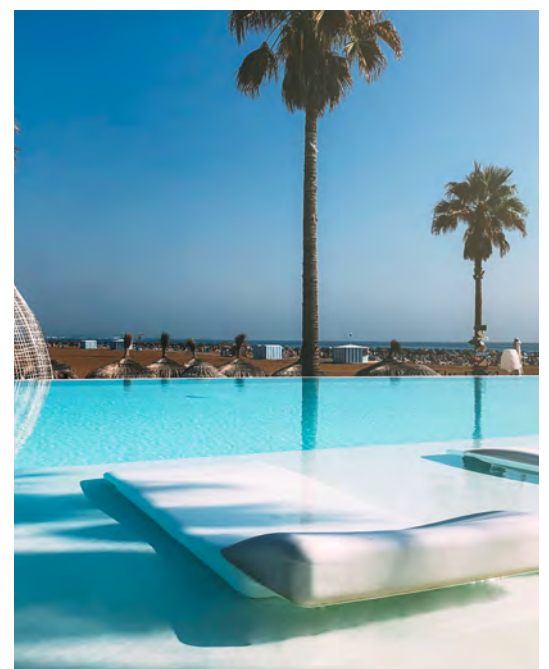
El escenario inversor en el segmento hotelero en España es uno de los más activos de Europa. Según datos de CBRE, en el primer trimestre de 2025 se invirtieron 720 M€ en hoteles en la Península Ibérica, de los cuales el 87 % correspondió a operaciones en España. Esta cifra representa un incremento del 7 % respecto al mismo periodo de 2024, y un 25 % más que la media histórica de los últimos cinco años. Gran parte de estas operaciones están lideradas por fondos institucionales y family offices, que apuestan por hoteles como activos estables, resilientes ante la inflación y con alto potencial de revalorización.

En paralelo, indicadores clave de rentabilidad como el ADR (tarifa media diaria) y el RevPAR (ingreso por habitación disponible) han superado ya los niveles prepandemia. Según Cushman & Wakefield y STR, el RevPAR en España creció un 14 % interanual en 2024, mientras que la ocupación media alcanzó el 74,6 %, situando al país como líder en Europa Occidental en desempeño operativo. Este buen comportamiento está atrayendo capital no solo hacia las grandes ciudades y resorts vacacionales, sino también hacia proyectos de reposicionamiento, rehabilitación integral y conversión de edificios en hoteles.



Para el ecosistema técnico —arquitectos, ingenierías, constructoras e interioristas— este panorama representa una oportunidad, pero también un desafío. La creciente demanda por estándares ESG, los requerimientos de eficiencia energética, los criterios de sostenibilidad en la elección de materiales y los plazos más exigentes están redefiniendo la forma en que se planifican, licitan y ejecutan los proyectos. Además, la subida de los costes de construcción y la presión sobre la cadena de suministro obligan a innovar en soluciones constructivas, modularidad y planificación estratégica.

En resumen, el sector hotelero no solo es un motor económico directo, sino también un campo de innovación y exigencia técnica que está elevando el listón para todos los agentes implicados en el desarrollo inmobiliario en España.





## 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.

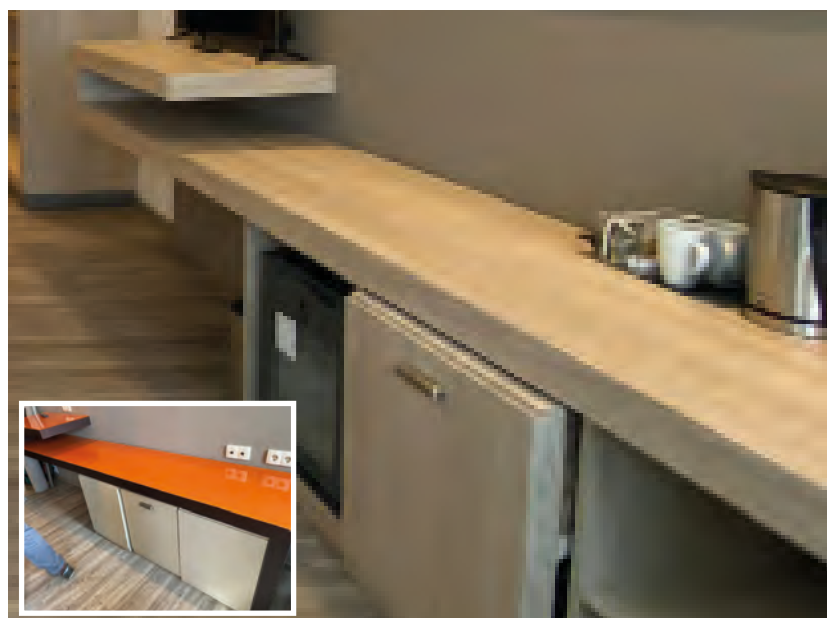
### Proyectos destacados y futuro

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





# María Zarraluqui

**Vicepresidenta Global de Desarrollo en Meliá**



**Meliá Hotels International es una de las compañías hoteleras españolas más internacionales. ¿Cómo describiría el momento actual que vive el grupo y qué balance hace de este 2025?**

2025 ha sido un año muy positivo para Meliá Hotels International, consolidando la recuperación tras la pandemia y superando los niveles de negocio pre-COVID. La compañía ha lanza-

vacacional y bleisure, destacando el Mediterráneo, Caribe, Sudeste Asiático y Oriente Medio. En el Mediterráneo, se refuerzan mercados clave como España, sur de Europa y Norte de África, con Albania como caso de éxito. En el Caribe y Latinoamérica, México, República Dominicana y Argentina son pilares de expansión. En Asia-Pacífico, Vietnam lidera el crecimiento, sumando destinos como Tailandia y Laos. Oriente Medio es otro foco, con presencia en Emiratos

y dos de los hoteles del acuerdo recientemente anunciado con MiM Hotels; el MiM Sitges y el MiM Sotogrande. Nuestro foco está en seguir creciendo con calidad, apoyándonos en nuestra sólida experiencia en el reposicionamiento de activos y en la fortaleza de nuestro hub operativo y de marcas en el país. Esto nos permite elevar la propuesta de valor y atraer turismo de mayor poder adquisitivo. De hecho, hemos invertido 235 millones de euros en la reforma de 25 hoteles, aumentando tarifas y reforzando la competitividad.

Sin embargo y como es evidente en una empresa tan internacional, el crecimiento en volumen proviene principalmente del exterior, con el 88% del pipeline fuera de España. Así, España mantiene un doble rol: principal mercado y laboratorio de innovación, mientras la expansión internacional es clave para diversificar el negocio.

“ ”

**Meliá cierra un 2025 de crecimiento sólido, con resultados récord, expansión internacional y una clara apuesta por el lujo, la sostenibilidad y la digitalización**



do un Plan Estratégico enfocado en 'crecer y crear valor', reforzando su posición en turismo vacacional y bleisure de alta gama. Los resultados del primer semestre muestran un beneficio neto de 88,5 millones de euros (+72% interanual), con un crecimiento del RevPAR del 4,7% y casi 1.000 millones de euros en ingresos. Se esperan abrir 25 hoteles este año y a fecha de hoy hemos firmado 38 nuevos, principalmente en segmentos premium y lujo, consolidando un portfolio de 368 hoteles en 37 países y un pipeline de 80 más. El balance es muy satisfactorio: se han aumentado márgenes, reputación y se prevé cerrar el año con un crecimiento sólido, manteniendo el foco en calidad y sostenibilidad.

**Desde su posición al frente del área de desarrollo global, ¿qué mercados están siendo prioritarios para Meliá en esta etapa?**

La estrategia de desarrollo global de Meliá prioriza destinos con alto potencial en turismo

Árabes y una nueva oficina en Arabia Saudí. También se consideran mercados del Océano Índico como Maldivas y Seychelles. La diversificación geográfica y la apuesta por destinos con fuerte demanda internacional y encaje con las marcas de Meliá son claves en esta etapa.

**¿Qué papel ocupa hoy España dentro de la estrategia de expansión del grupo frente a otros destinos internacionales?**

España sigue siendo el 'hogar' y pilar fundamental de Meliá, representando el 37% de los hoteles operativos y una parte relevante de los ingresos y del know-how. Lejos de perder protagonismo, continúa siendo un destino prioritario para nosotros, como lo demuestran las 7 aperturas de 2024, entre las que podría destacar el Gran Meliá Torre Melina, el Zel Costa Brava o el Ininside Madrid Valdebebas; o este 2025 en el que hemos firmado 12 hoteles, algunos de los cuales ya han abierto sus puertas como el Five Flowers Hotel Formentera Meliá Collection

**En los últimos años, Meliá ha apostado por marcas diferenciadas y experiencias personalizadas. ¿Cómo están evolucionando las distintas enseñas del grupo y qué nuevas tendencias están marcando su crecimiento?**

Meliá ha desarrollado un portfolio multimarca con 9 enseñas agrupadas en lujo, premium y essentials, permitiendo experiencias a medida para distintos perfiles de viajeros. Se ha duplicado la presencia en lujo desde 2019, representando el 15% del portfolio y el 34% del pipeline. Nuevas marcas como The Meliá Collection y Zel cubren nichos emergentes. Las tendencias clave son la hipersegmentación de la demanda, autenticidad y conexión local, bienestar, sostenibilidad y personalización tecnológica. La integración de valores locales, la apuesta por el wellness y la sostenibilidad, junto con la innovación tecnológica, han fortalecido el reconocimiento y la satisfacción del cliente, posicionando a Meliá entre las marcas hoteleras más valiosas y mejor valoradas del sector.

**El segmento vacacional de calidad y el turismo urbano se han consolidado como pilares del grupo. ¿Cómo se está gestionando el equilibrio entre ambos modelos?**

Meliá ha equilibrado su cartera entre hoteles vacacionales y urbanos, diversificando para atender tanto al turista de ocio como al viajero de negocios. El lema 'Leisure at heart, Business in mind' refleja la combinación de experiencia en ocio y excelencia en gestión. Se cruzan aprendizajes entre ambos modelos: los hoteles urbanos incorporan amenities de resort y los vacacionales adoptan estándares corporativos y facilidades para negocios. Este equilibrio aporta resiliencia financiera y permite aprovechar sinergias comerciales, como el trasvase de clientes entre segmentos. La gestión exitosa de destinos maduros y la fidelización a través de canales directos refuerzan la competitividad, diferenciando a Meliá por su versatilidad y capacidad de adaptación a diferentes mercados.

**La sostenibilidad es uno de los ejes fundamentales de Meliá. ¿Cómo se traduce esa apuesta en el diseño, operación y desarrollo de nuevos hoteles?**

La sostenibilidad es transversal en Meliá, integrada desde el diseño hasta la operación diaria bajo el programa 'Travel for Good'. Se aplican criterios de construcción sostenible, arquitectura bioclimática y tecnologías eficientes, como en el Gran Meliá Villa Le Blanc, primer hotel NET Zero de la compañía. En la operación, el sistema SAVE monitoriza consumos y optimiza recursos, logrando importantes reducciones en energía y agua. Se avanza hacia cero plásticos de un solo uso y se promueve la economía circular. La experiencia del cliente incluye iniciativas eco y

participación en proyectos ambientales. Meliá ha sido reconocida internacionalmente por su liderazgo en sostenibilidad, comprometiéndose a reducir un 71% sus emisiones para 2035 y posicionándose como referente en turismo responsable.

**¿Hasta qué punto el cliente actual valora la sostenibilidad, la digitalización o la autenticidad local al elegir un hotel?**

El cliente actual otorga gran importancia a la sostenibilidad, la digitalización y la autenticidad local al elegir un hotel. La sostenibilidad es cada vez más decisiva, especialmente para millennials, Gen Z y mercados europeos, influyendo en la elección y valoración del hotel. La digitalización es clave: más del 50% de las ventas se realizan online y los clientes valoran herramientas como check-in digital, llaves móviles y personalización basada en IA. La autenticidad local es muy apreciada, con preferencia por experiencias genuinas, gastronomía y cultura del destino. Los hoteles que integran estos tres pilares —compromiso ambiental, tecnología avanzada y conexión local— tienen una clara ventaja competitiva ante un público cada vez más informado y exigente.

**La digitalización ha transformado la manera de operar en el sector. ¿Qué avances tecnológicos considera más relevantes para mejorar la experiencia del cliente y la eficiencia operativa?**

La digitalización ha revolucionado la operativa de Meliá, destacando tres áreas clave: el viaje digital del cliente, la inteligencia artificial/big data y la automatización operativa. El customer journey está digitalizado con check-in/out online,

llave digital y app móvil, facilitando la gestión y personalización de la estancia. La IA permite personalizar ofertas, anticipar necesidades y optimizar precios y recursos. La automatización de procesos internos mediante RPA libera tiempo y mejora la eficiencia, mientras la integración de sistemas globales agiliza la gestión de más de 365 hoteles. Estos avances han incrementado la satisfacción del cliente, la preferencia por canales propios y la productividad, manteniendo la calidad de servicio y conteniendo costes.

**El mercado hotelero está viviendo una fuerte competencia y una creciente profesionalización. ¿Qué diferencia hoy a Meliá frente a otras grandes cadenas internacionales?**

Meliá se diferencia por su liderazgo en el segmento leisure/bleisure, su origen familiar y valores cercanos, un portfolio de marcas diversificado y reconocido, la fortaleza de sus canales propios y fidelización, y su liderazgo en sostenibilidad e innovación. La experiencia en turismo vacacional y la capacidad de combinar ocio y gestión eficiente son distintivos clave. La cultura corporativa cercana y flexible, junto con la transparencia de una empresa pública, aportan un trato humano valorado por clientes y socios. El desarrollo de canales directos y un programa de fidelidad robusto permiten una relación estrecha con el cliente. El compromiso con la sostenibilidad y la innovación constante refuerzan su posición como referente internacional.

**¿Qué destinos considera que tienen mayor potencial de crecimiento en los próximos años, tanto en España como en el ámbito internacional?**

España continúa ocupando un lugar esencial en nuestra estrategia. Más allá de ser nuestro mercado de origen, sigue siendo prioritario para el grupo. Creemos que el potencial está en consolidar la calidad en destinos vacacionales clave como Baleares, Canarias y costas peninsulares, así como en ciudades emergentes como Málaga, Valencia o Bilbao. Internacionalmente, destacan regiones en desarrollo como Asia-Pacífico (Vietnam, Tailandia, Indonesia), Oriente Medio (Arabia Saudí, Emiratos Árabes), el Mediterráneo ampliado (Albania, Grecia, Turquía) y el Caribe-Américas (República Dominicana, México, Costa Rica, Argentina, Brasil). La diversificación geográfica y la apuesta por destinos emergentes y consolidados permitirán a Meliá crecer de forma equilibrada y sostenible, llevando sus marcas a nuevos mercados con alto potencial de valor a largo plazo.



# TEMPOMIX 3

REALCE sus  
ESPACIOS SANITARIOS,  
¡alcance nuevas alturas!

**DELABIE**



Esta nueva versión del **TEMPOMIX 3** es una solución a la vez estética y sostenible. Con su cuerpo de acero inoxidable, un material resistente y reciclable, garantiza una durabilidad ejemplar y es una solución respetuosa con el medioambiente.

Su cierre automático temporizado, que no requiere energía, reduce el consumo de agua en un 85%, al mismo tiempo que ofrece un estilo atemporal y una gran robustez en los espacios muy frecuentados.

**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](https://delabie.es)





# Myriam Ortiz

Directora del Hotel Molina Lario

**El Hotel Molina Lario se ha consolidado como uno de los hoteles urbanos de referencia en Málaga. ¿Cómo describirías la evolución reciente del hotel y su posicionamiento dentro del panorama local?**

El Hotel Molina Lario ha experimentado una evolución paralela al crecimiento y modernización de Málaga, consolidándose como un referente en la ciudad.

Su posicionamiento se debe a una ubicación privilegiada en el corazón del centro histórico, frente a la Catedral y cerca de los principales atractivos culturales y comerciales, así como a un equipo profesional fantástico que ofrece un servicio cercano y experiencias auténticamente locales.

Desde su apertura el hotel ha mantenido como objetivo conectar al huésped con la esencia malagueña a través de la cultura, gastronomía y estilo de vida mediterráneo. Hemos conseguido combinar el dinamismo urbano con la acogida y la atención personalizada.

**Málaga ha experimentado una transformación espectacular en la última década. Desde tu perspectiva, ¿cuáles han sido los principales motores de este cambio y cómo ha impactado en el turismo hotelero?**

La transformación de Málaga ha sido fruto de un plan estratégico muy estudiado gestionado por nuestro alcalde D. Francisco de la Torre, donde había una apuesta firme por la cultura, la conectividad, la tecnología, y la sostenibilidad.

La creación de una oferta museística de primer nivel, la rehabilitación y peatonalización de su casco histórico, el desarrollo del puerto como espacio de ocio y la mejora de la conectividad han impulsado un turismo más internacional, diverso y de mayor calidad.

Esto ha elevado la exigencia del visitante y, en consecuencia, ha impulsado a los hoteles a mejorar su propuesta, apostar por la excelencia en el servicio y cuidar los detalles.

**La ciudad ha pasado de ser un destino de paso a convertirse en un referente turístico y cultural. ¿Qué papel ha jugado la oferta hotelera en este reposicionamiento internacional?**

La oferta hotelera ha sido un pilar fundamental en el reposicionamiento de Málaga. Los hoteles hemos acompañado y potenciando la transformación de la ciudad, ofreciendo propuestas de alojamiento que responden a las expectativas de un viajero global, cada vez más exigente.

En el caso del Hotel Molina Lario hemos apostado por integrar la cultura local en cada aspecto de la experiencia del huésped, combinando diseño contemporáneo, gastronomía mediterránea, y un servicio personalizado que refleja la hospitalidad malagueña. Esta conexión auténtica con el entorno nos ha permitido atraer a un público internacional que busca vivir la ciudad desde dentro. Nos hemos convertido en un punto de encuentro tanto para el visitante como para el cliente local.

Hoy, la hotelería malagueña contribuye activamente a proyectar una imagen cosmopolita, moderna y culturalmente vibrante de la ciudad, posicionando a Málaga como un destino de referencia. Sin olvidar el estilo de vida malagueño del que disfrutaban los visitantes.

**El Hotel Molina Lario ha llevado a cabo recientemente una importante reforma. ¿Qué objetivos perseguía esta renovación y qué aspectos destacarías del nuevo diseño?**

La reciente reforma, llevada a cabo por el estudio de interiorismo Caramba, ha tenido como objetivo capturar la esencia y la luz de Málaga, que se convierte en protagonista en todos los espacios del hotel. A través de grandes paneles retroiluminados y una cuidada selección de materiales y tonalida-

des, se ha buscado transmitir esa conexión con la luminosidad y el carácter de la ciudad.

Uno de los principales focos de la intervención ha sido la renovación de las zonas comunes: los salones y espacios de reuniones, el rooftop, el patio y el rediseño del lobby. El acceso principal y el vestíbulo, abiertos al centro histórico, ofrecen un ambiente acogedor donde el mobiliario, los colores y la luz invitan al huésped a sentirse bien recibido y a conectar con la esencia malagueña.

Otra gran transformación que se ha llevado a cabo ha sido en el área de salones de reuniones y eventos, que han adquirido una atmósfera de trabajo agradable y acogedora. Todos los espacios destacan por su luminosidad, polivalencia y elegancia con el nuevo mobiliario, materiales y tejidos.

En las habitaciones se han incorporado mejoras orientadas al confort y al descanso del huésped, con una atención especial en el aislamiento acústico de todas las habitaciones con techos altos y grandes ventanales (doble cerramiento), los materiales y la calidez del diseño.

Por último, las terrazas situadas en la azotea del hotel con sus maravillosos atardeceres con vistas a la Catedral y al Puerto, o el patio de nuestro restaurante Matiz donde se ha renovado todo el mobiliario y la decoración.

También se ha intervenido en la actualización de nuestras instalaciones, con el fin de adaptarlas a nuestro objetivo de sostenibilidad.

Con esta reforma hemos reforzado nuestra identidad como hotel urbano contemporáneo, preservando al mismo tiempo el carácter singular de nuestros edificios históricos y mejorando la sostenibilidad. Buscábamos crear espacios más luminosos, funcionales y acogedores, capaces de reflejar la personalidad mediterránea de Málaga.

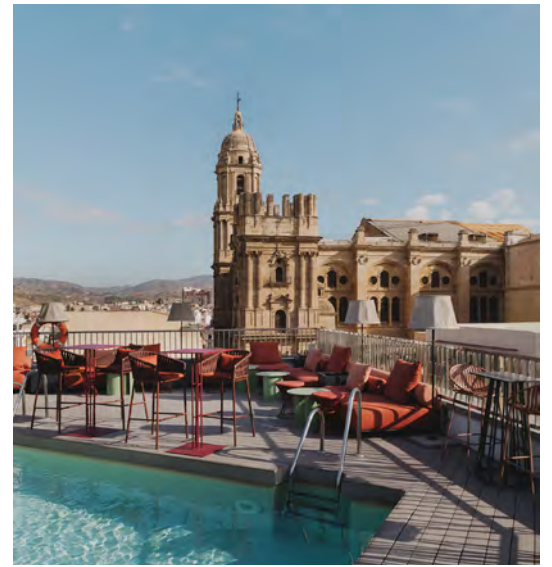
**¿Cómo ha influido esta reforma en la experiencia del cliente y en la propuesta de valor del hotel?**

La reforma ha elevado la experiencia del cliente, hemos mejorado la funcionalidad de las zonas comunes, la iluminación y calidad de los materiales con el fin de crear ambientes más acogedores.

Además, se han potenciado los espacios donde convive el cliente alojado y el público local, generando un ambiente dinámico y auténtico que enriquece la experiencia de ambos.

Nuestro restaurante Matiz, el rooftop La Terraza y las salas de eventos se han consolidado como puntos de encuentro donde se mezclan residentes y visitantes, reflejando el espíritu abierto y social de Málaga y fortaleciendo el vínculo del hotel con la ciudad.

En conjunto, la reforma ha fortalecido nuestra propuesta de valor: un hotel urbano que ofrece una experiencia genuina, donde el confort, la cultura local y la hospitalidad se integran de manera natural.



**¿Qué criterios se han tenido en cuenta en el rediseño de los espacios tanto en habitaciones como en zonas comunes para adaptarse a las nuevas tendencias de hospitalidad y confort?**

En el rediseño de los espacios del Hotel Molina Lario se han tenido en cuenta los nuevos criterios de hospitalidad y confort, poniendo el foco en la experiencia del cliente.

En las zonas comunes, especialmente en el lobby, se ha buscado crear un ambiente acogedor que invite a sentarse, relajarse y disfrutar de la vida malagueña a través de los grandes ventanales que integran el interior con el entorno urbano.

En las habitaciones, la prioridad ha sido el confort y la mejora del descanso, con una cuidada selección de colchones, almohadas, butacas y tejidos que aportan calidez y bienestar, unida a la importante inversión en insonorización de los grandes ventanales de las fachadas protegidas del edificio histórico. Desde el punto de vista tecnológico, se ha mejorado la conectividad con una red wifi de alta capacidad y nuevas televisiones equipadas con las últimas prestaciones.

Finalmente, todas las actualizaciones en las instalaciones se han llevado a cabo bajo un firme compromiso con la sostenibilidad, incorporando soluciones más eficientes y respetuosas con el medio ambiente.

**El Molina Lario siempre ha cuidado especialmente la integración con su entorno urbano y arquitectónico. ¿Cómo se ha mantenido ese equilibrio entre modernización y respeto al carácter original del edificio?**

El hotel ocupa tres edificios unidos, dos de ellos con la fachada protegida y techos altos, lo que le confiere una singularidad arquitectónica muy especial.

El proyecto de reforma ha preservado los elementos que forman parte de la identidad del edificio, combinándolos con un diseño contemporáneo y elegante que aporta confort, frescura y funcionalidad. Este equilibrio entre la modernización y la esencia original es precisamente una de las señas de identidad del Molina Lario: un hotel con alma histórica y una mirada decididamente actual.

**El perfil del visitante también ha cambiado. ¿Cómo es hoy el cliente del Hotel Molina Lario y qué busca cuando elige alojarse en el corazón de Málaga?**

Nuestro cliente actual es cosmopolita, exigente y curioso. Busca una experiencia auténtica en la que el hotel le ayude a descubrir la ciudad. Valora la ubicación, la calidad de servicio y la conexión con el entorno local.

Tanto el viajero de ocio como el de negocio eligen Molina Lario por su ambiente acogedor, su ubicación en el corazón cultural de Málaga y la atención personalizada que ofrecemos.

# Sostenibilidad en el Sector Hotelero en España



## Transformación y rentabilidad en un nuevo escenario: regulación, demanda y oportunidades para el sector hotelero

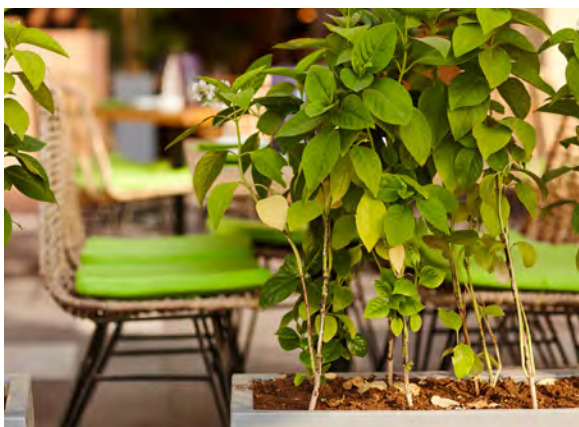
La sostenibilidad ha pasado en pocos años de ser un valor añadido a convertirse en un eje estratégico imprescindible para el sector hotelero en España. Esta transformación no solo afecta a los operadores y cadenas, sino a todos los profesionales que intervienen en el ciclo de vida de un hotel: arquitectos, interioristas, ingenierías, promotores, estudios de diseño, consultoras, fondos de inversión, gestoras hoteleras y marcas.

La sostenibilidad ya no es solamente una cuestión ambiental, ni se limita a la etiqueta de "turismo responsable": es un nuevo marco de competitividad, regulación, financiación, eficiencia y

valor de activo inmobiliario. España, como uno de los destinos turísticos más importantes del mundo, se encuentra en un momento clave. Con más de 17.000 establecimientos hoteleros y una planta alojativa que envejece en muchos destinos maduros, la sostenibilidad no es una tendencia: es una necesidad operativa, económica y reputacional. Las exigencias de la Unión Europea, la presión creciente del mercado, los fondos públicos asociados a la transición verde y la evolución del huésped están impulsando una reconversión estructural del sector.

La sostenibilidad se ha convertido en un eje estratégico para el sector hotelero debido a la regulación europea de descarbonización, los incentivos de los fondos Next Generation EU y la creciente demanda de viajeros que valoran criterios ambientales verificables. Lejos de ser un coste, la eficiencia energética y las soluciones sostenibles están

generando ahorros operativos de hasta un 30% y aumentando el valor del activo, mientras que bancos e inversores premian con mejores condiciones a los proyectos alineados con criterios ESG, lo que convierte la sostenibilidad en una ventaja competitiva tanto para captar clientes como para acceder a financiación.



**“La sostenibilidad ha dejado de ser una opción en la hotelería española: hoy es el motor que redefine la rentabilidad, la financiación y la competitividad del sector”**

# Transformamos tus ideas en proyectos.

INTERIORISMO Y  
EQUIPAMIENTO

DESARROLLO  
INTEGRAL

+ 55  
años

+ 2.200  
proyectos

+ 300  
clientes



## Del cumplimiento ambiental a la sostenibilidad estratégica: el sector hotelero ante su punto de inflexión

El sector hotelero español avanza, pero a dos velocidades. Las grandes cadenas Meliá, Iberostar, Room Mate, Catalonia, Vincci, entre otras, han incorporado estrategias ESG globales, certificaciones y reportes de impacto. Sin embargo, miles de hoteles independientes todavía perciben la sostenibilidad como una obligación costosa o un argumento comercial poco prioritario, a pesar de que es precisamente en este segmento donde la transformación puede generar mayor diferencial competitivo.

Existen barreras operativas: falta de formación técnica, dificultad de acceso a financiación para CAPEX

sostenible, carencia de proveedores especializados o desconocimiento sobre certificaciones reales frente a sellos decorativos. Además, persiste una brecha cultural: la sostenibilidad sigue dependiendo de una sola persona dentro del hotel en vez de integrarse en toda la organización.



La sostenibilidad hotelera ya no se limita a cambiar bombillas por LEDs o eliminar plásticos de un solo uso. La evolución actual se basa en modelos integrales que afectan a todo el ciclo del hotel: desde el diseño arquitectónico y los materiales hasta la operación diaria, la relación con proveedores y la experiencia del huésped.

En España se están consolidando tres grandes áreas de actuación:

- Eficiencia energética y reducción de emisiones, con soluciones como aerotermia, paneles solares, domótica avanzada, sistemas de monitoreo por IA o certificación energética de edificio.

- Gestión eficiente del agua y residuos, especialmente relevante en territorios con estrés hídrico como Baleares, Canarias o zonas mediterráneas. La reutilización de aguas grises, los sistemas de bajo caudal o los programas de economía circular en F&B están dejando de ser opcionales.

- Sostenibilidad como parte de la experiencia, no como mensaje publicitario. La digitalización sin papel, el diseño biofílico, los amenities biodegradables, los materiales certificados o la posibilidad de que el cliente conozca el impacto de su estancia refuerzan la percepción de valor sin sacrificar el confort.

## Especial sostenibilidad y Turismo Responsable

### Horizonte 2030–2050: escenarios, liderazgo y líneas de acción

La próxima década estará marcada por la expansión de hoteles Net Zero, la rehabilitación energética del parque existente, la digitalización de consumos y la integración de modelos circulares en toda la cadena de valor. España tiene la oportunidad de liderar esta transformación si el sector actúa a tiempo, ya que la sostenibilidad será un factor de supervivencia ante la regulación, el coste energético y las nuevas demandas del mercado.

Claves de acción prioritarias:

- Ver la sostenibilidad como inversión rentable.
- Diseñar y reformar con visión de ciclo de vida.
- Medir y comunicar con datos reales.
- Impulsar alianzas entre actores del ecosistema.
- Formar equipos para integrar la sostenibilidad como cultura, no como departamento.



La sostenibilidad ya no es un atributo deseable, sino una condición para competir en el mercado hotelero español de los próximos años. Los hoteles que integren el cambio de forma estratégica, medible y rentable serán los que lideren el sector, atraigan financiación, reduzcan costes y conecten con un huésped cada vez más consciente. Los que no lo hagan, quedarán fuera por coste operativo, regulación o percepción de marca. La oportunidad está abierta y es transversal: afecta a toda la cadena de valor, desde el primer plano arquitectónico hasta el último check-out. El reto, por tanto, no es entender la sostenibilidad, sino ejecutarla con rigor y coherencia. España cuenta con el talento, la tecnología y el respaldo institucional necesarios para dar ese salto cualitativo. La diferencia la marcarán los actores que transformen el discurso en acción medible y permanente.

Nuevo sistema

# Z-BOX CRISTAL

**LA CORTINA TRANSPARENTE PARA ESPACIOS EXTERIORES  
SIN RENUNCIAR A LA LUZ NATURAL.**

Eleva la experiencia exterior de tu hotel.



CONFECCIONADO CON  
**TERMOSOLDADURA  
HORIZONTAL**

**TEJIDO TRANSPARENTE**  
FABRICADO CON PVC DE  
ALTA CALIDAD

EXCLUSIVO SISTEMA DE  
CREMALLERA CON **GUÍAS ZIP  
DEEP Y TERMINAL MAX**

## Salomon invertirá 30 millones en su plan hotelero

La hotelera By Salomon acelera su expansión con 5 nuevos hoteles en Granada, Valencia, Lisboa y Oporto, incluyendo el futuro cinco estrellas Palacio Mendia.

Su objetivo: alcanzar 1.000 habitaciones y 40 M€ en ingresos. Apuesta por arquitectura hotelera, inversión inmobiliaria y diseño y hospitalidad sostenible.

Con aperturas previstas hasta 2028, refuerza su modelo basado en marcas propias y urbanismo sostenible.



## Garden Hotel Group suma el Hotel Alcanada en la isla de Mallorca con 46 unidades

Garden Hotel Group incorpora a su portfolio el Hotel Alcanada, un exclusivo establecimiento ubicado en Alcudia, en el norte de Mallorca, junto al reconocido Club de Golf Alcanada.

Con 46 unidades, el hotel abrirá sus puertas el próximo 1 de abril, operando en marca blanca bajo un modelo de gestión eficiente y personalizado.

Este movimiento se enmarca en la estrategia de crecimiento responsable de la cadena balear, que refuerza su compromiso con la arquitectura hotelera adaptada al entorno y al servicio de experiencias de alta calidad. Tal como destaca Biel Llobera, CEO de la com-

pañía, esta incorporación consolida su posicionamiento en el segmento de diseño y hospitalidad en Mallorca: arquitectura hotelera.



## Gaiarooms duplicará su oferta hasta 2.800 unidades en 2026

Marriott International ha presentado una nueva visión para su división de lujo, centrada en el concepto de retorno emocional de la inversión.

Esta estrategia, liderada por el Luxury Group de la cadena, responde a un viajero de alto poder adquisitivo que ya no mide el valor en función de las posesiones materiales, sino por el impacto personal y duradero que le aportan las experiencias vividas.

Con más de 550 hoteles de alta gama en 72 países y cerca de 35

nuevas aperturas previstas hasta 2026, Marriott articula un nuevo modelo en el que las siete marcas de su portfolio evolucionan para integrar tres ejes estratégicos: longevidad, conexión humana y transformación cultural. Esta transformación se traduce en propuestas donde el lujo se manifiesta en el bienestar prolongado, los vínculos auténticos y una programación inmersiva, tanto local como global.

Marriott se posiciona así a la vanguardia del nuevo turismo de alta calidad y bienestar emocional.

## Porta Diagonal acaba su primera torre y arranca la segunda

El estudio Batlleiroig firma el diseño de Hotel Tower One, la primera torre completada en el nuevo desarrollo Porta Diagonal, en Esplugues de Llobregat (Barcelona).

El edificio, de 100 metros de altura y 526 habitaciones, promovido por Sacresa con una inversión de 75 M€, busca las certificaciones Breeam Excellent y Well Platinum, consolidándose como referente en arquitectura hotelera sostenible.

Ya están en marcha las obras de Innovation Tower, segunda torre de 100 metros, diseñada por GCA Architects. Ambas torres forman parte de un plan de 250 M€ que impulsa el urbanismo sostenible, con espacios para oficinas, retail, salud e investigación.

Porta Diagonal posiciona a Barcelona como foco clave en inversión inmobiliaria y nuevas tendencias en construcción.

## Quetglas y Vich se alían para impulsar Summum Hotel Group

Summum Hotel Group da un salto estratégico tras la alianza entre las familias Quetglas (BQ Hoteles) y Vich (Fonamenta Capital), con el objetivo de crecer como operadora hotelera multi-marca.

El grupo gestionará 34 hoteles y 3.285 habitaciones en destinos como Mallorca, Madrid, Barcelona, Girona, Tenerife y Medellín, combinando marcas propias como BQ Hoteles, Belle Hoteles y 1881 Hotels, con acuerdos como el de Meliá Collection.

La nueva estructura societaria, liderada por Carolina Quetglas y Javier Vich, apuesta por la profesionalización, la estabilidad financiera y el crecimiento sostenible. La compañía prevé una facturación de 105 M€ y suma una plantilla de 1.700 empleados, consolidando su presencia en mercados clave del sector hotelero.

Este movimiento refuerza la posición del grupo en el ámbito de la inversión inmobiliaria, el diseño y hospitalidad en Mallorca: arquitectura hotelera y su proyección internacional.

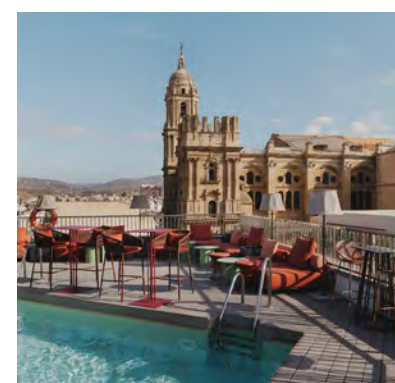
## Meridia impulsa la renovación del Gallery y del Molina Lario

Meridia Capital Group culmina la renovación integral de sus hoteles Gallery Barcelona y Molina Lario Málaga, con el objetivo de elevar la experiencia de cliente y reforzar su posicionamiento como referentes de turismo urbano de alta calidad.

La inversión, liderada por la sociedad Gallery Center SL, permitirá incrementar un 15% la facturación conjunta, actualmente en 20,5 M€.

El Hotel Gallery, entre Paseo de Gracia y Rambla Catalunya, ha modernizado sus 110 habitaciones, lobby, terrazas y zonas comunes con un diseño cosmopolita y sofisticado, obra del Estudio Montplet. Por su parte, el Molina Lario, frente a la catedral de Málaga, redefine su esencia mediterránea con interiores firmados por Estudio

Caramba, destacando sus nuevas terrazas y espacios insonorizados. Ambos hoteles han mantenido su operatividad durante el proceso, consolidándose como destinos de referencia en diseño y hospitalidad en Barcelona y Málaga. La apuesta por el confort, la gastronomía local y el urbanismo sostenible refuerza la identidad del grupo en el segmento Premium del mercado.





Cambio de  
bañera a ducha  
**en 1 día**

Más de  
**2.500**  
baños al año

Diseño  
personalizado  
para **hoteles**

BAÑO  
DECOR

bañodecor.es  
937 469 066

Carrer dels Calders, 21-25,  
08203, Sabadell (Barcelona)

## Mitraliving aspira a 1.000 pisos turísticos en 4 años

La nueva firma Mitraliving, fruto de la integración de Mitra en Smart-Rent, arranca con más de 200 activos en ciudades como Madrid, Málaga y Sevilla, con el objetivo de superar los 1.000 en cuatro años.

Enfocada en viviendas de alta calidad para estancias flexibles, ya ha generado 3 M€ en ingresos y alojado a más de 36.000 perso-

nas, apostando por diseño funcional, innovación tecnológica y eficiencia operativa en el mercado de la inversión inmobiliaria.



## HolaCamp invertirá 4 M€ en un nuevo camping en Asturias hasta 2030



La operadora de campings HolaCamp ha sumado un nuevo activo a su cartera con la incorporación del camping La Franca (antiguamente Las Hortensias), ubicado en una de las playas más emblemáticas de Asturias.

Bajo un modelo de gestión total, la compañía invertirá 4 M€ entre 2026 y 2030 en su transfor-

## Limehome aterriza en Benidorm tras reformar un hotel

Limehome inaugura su primer alojamiento en Benidorm, reformando un antiguo hotel en un edificio con 54 unidades y terraza con piscina.

La inversión, superior a 1,5 M€, proviene de un family office, mientras que Limehome gestionó la transformación integral del activo. El proyecto se completó dos meses antes de lo previsto, cumpliendo

mación integral para elevar sus estándares a una experiencia premium de turismo de naturaleza.

Este enclave de 3 hectáreas junto a la playa La Franca cuenta con 120 parcelas y será renovado con mejoras en infraestructuras, zonificación y servicios, en línea con el modelo de turismo familiar, de naturaleza y slow travel que caracteriza a la cadena. La operación refuerza la presencia de HolaCamp en el norte, tras su entrada en Galicia con HolaCamp Camino. Se contempla también la incorporación de propuestas de ocio sostenible para posicionar el camping como un referente de experiencias auténticas durante todo el año.

con los estándares de la marca. Con esta apertura, la firma refuerza su presencia en la Comunidad Valenciana y avanza en su estrategia de expansión en alojamiento flexible y modelo digitalizado, presente ya en más de 30 destinos en España. La compañía apuesta por crecer junto a family offices, modernizando el sector con propuestas innovadoras y eficientes.



## El lujo del silencio: éxito de los hoteles solo para adultos

En España, los hoteles solo para adultos se han consolidado como un modelo de alojamiento en expansión, especialmente en destinos como Canarias y Baleares.

Su crecimiento responde a la demanda de experiencias centradas en la tranquilidad y el servicio personalizado, atrayendo a un viajero mayor de 35 años con mayor poder adquisitivo. Este público valora propuestas como la gastronomía de autor, los spas o el teletra-

bajo en entornos tranquilos. Aunque no existe legislación que permita restringir el acceso a menores, estos establecimientos definen su enfoque mediante la oferta: sin animación infantil ni menús para niños. Así, se posicionan como alternativa complementaria a los resorts familiares, representando ya un 5% de la oferta nacional y un 10% en Canarias. Este formato se afianza como una opción de inversión inmobiliaria diferenciada en el mercado turístico.

## Andalucía impulsa el alojamiento flexible

Andalucía se ha convertido en referente europeo del alojamiento flexible, gracias a su combinación de calidad de vida, clima e infraestructuras.

Modelos como Branded Residences, Serviced Apartments o Senior Living prosperan en destinos como Marbella, Málaga o Estepona, atrayendo a nómadas digitales y trabajadores híbridos.

Con más de 44 millones de estancias en 2024 y el respaldo del De-

creto 31/2024, Andalucía lidera un mercado profesionalizado y en expansión. La región ofrece un entorno que favorece proyectos de alta gama y consolida su posición como destino clave en Europa. El stock de alojamiento flexible se ha multiplicado por cinco desde 2020 y podría triplicarse antes de 2028. Más del 75% de esta oferta se concentra en municipios costeros de menos de 50.000 habitantes, generando impacto económico local y reforzando el equilibrio entre urbanismo sostenible, turismo e inversión.

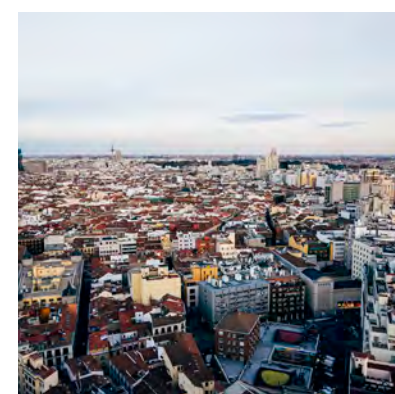
## Limehome lidera Madrid con 20 edificios y 700 unidades

Limehome, operador tecnológico líder en el sector de los serviced apartments en Europa, alcanza un nuevo hito en España al superar las 700 unidades y firmar 20 edificios en Madrid, consolidando así a la capital como su principal mercado en la península ibérica.

Esta expansión estratégica refuerza su posición como uno de los actores más dinámicos del segmento en Europa.

Su cartera se sitúa en zonas prime como Salamanca, Malasaña, Gran Vía o Bernabéu, e incluye proyectos en áreas emergentes como Julián Camarillo y Ventas, alineándose con el impulso del urbanismo sostenible y la demanda de viviendas de alta calidad. Actualmente, Limehome opera 14 de estos edificios, bajo un modelo 100 % digital que responde a la necesidad

creciente de alojamiento flexible. La compañía se apoya en alianzas con fondos institucionales, promotores y family offices, además de un equipo técnico propio que garantiza estándares de diseño y funcionalidad equivalentes a hoteles de cuatro estrellas. Esta combinación de escala, tecnología y diseño sitúa a Limehome como referente en el futuro de la hospitalidad urbana en Madrid.



TEXTIL  
EUROTEX &  
VADELAR  
SPAIN

*Artesanía Textil de autor  
para hoteles y restaurantes*



**TOSHIBA**

# ¿Tu hotel necesita una renovación que no interrumpa las operaciones diarias?

CON USX DE TOSHIBA, PUEDES REALIZAR OPERACIONES DE REHABILITACIÓN EN TU HOTEL DE MANERA EFICIENTE Y SIN INTERRUPCIONES, GARANTIZANDO LA SATISFACCIÓN DE TUS HUÉSPEDES



EL CLIMA

DE TU  
VIDA

Conoce más sobre cómo USX puede facilitar la rehabilitación de tu hotel. Escanea el QR.



enfriadoras.es



# ÚNICOS

LOS HOTELES Y RESTAURANTES MÁS EXCLUSIVOS



## HOTEL SILKEN VILLA DE LAGUARDIA



## HOTEL SILKEN VILLA DE LAGUARDIA

59 habitaciones estándar

10 matrimoniales

6 Silken Club

4 Junior Suites

5 Suites

Piscina exterior de temporada

Gimnasio

Restaurante

Cargador para coches eléctricos

Jardines

Spa

Guarda bicis

Salas de reuniones

Paseo San raimundo 15,

01300 Laguardia, Álava

+34 945 600 560

reservas.laguardia@hoteles-silken.com

www.hotelvilladelaguardia.com

**Silken**  
VILLA DE  
LAGUARDIA

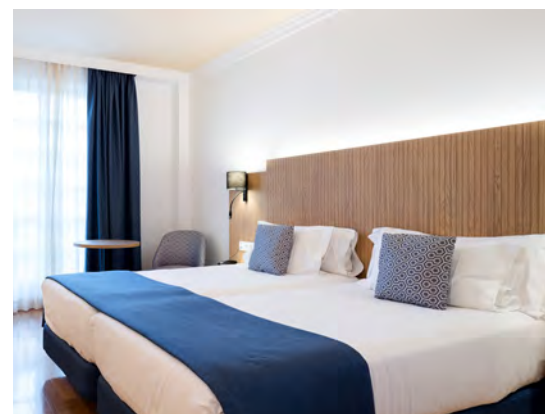
★★★★★

**E**l Silken Villa de Laguardia es un exquisito hotel de estilo provenzal ubicado en el corazón de Rioja Alavesa, un destino mágico que combina calidad, confort, buen servicio, encanto y armonía. Concebido tanto para el descanso y la relajación como para la organización de eventos y reuniones, el hotel ofrece un ambiente distendido y completo. Sus instalaciones incluyen amplios jardines, piscina exterior de temporada, un amplio spa y servicios como parking con cargadores eléctricos, guarda bicicletas, y la bienvenida a mascotas (Pet Friendly). Además, cuenta con vinoteca, tienda de productos típicos y bodega privada.

Dispone de 84 habitaciones entre Estándar, Matrimoniales, Silken Club, Junior Suite y Suites, todas insonorizadas y equipadas con comodidades modernas. La oferta gastronómica se centra en productos de Kilómetro 0, servidos en el restaurante "El Medoc Alavés" (con opciones para intolerancias y menús/carta) y un variado desayuno buffet. Es un lugar ideal para la celebración de bodas y otros momentos especiales.

Para eventos, el hotel cuenta con salones versátiles de 24 m<sup>2</sup> a 80 m<sup>2</sup>, con luz natural y capacidad hasta 50 personas, equipados con wifi de alta velocidad y servicios audiovisuales.

El bienestar se encuentra en el lujoso Wine Oil Spa, un santuario de más de mil metros cuadrados que ofrece un circuito hidrotermal de 90 minutos y masajes con productos locales como aceite de oliva Arróniz y uva Tempranillo. Para el ocio, la piscina exterior de temporada y los amplios jardines invitan a la calma, mientras que la terraza del Bar-Cafetería "El Villa" ofrece vistas panorámicas del jardín, perfectas para un aperitivo o una velada. El Silken Villa de Laguardia garantiza una estancia que se adapta a las necesidades y pasiones de sus huéspedes.



# HOTEL MOLINA LARIO



## HOTEL MOLINA LARIO

103 habitaciones  
5 suites

La Terraza Molina Lario cuenta con impresionantes vistas del Puerto y de la Catedral y dispone de piscina en la azotea  
Restaurante Matiz

4 salas totalmente reformadas y 1 terraza privatizable con vistas a la Catedral  
Menú degustación, Love is in the air, Tour por el centro histórico de Málaga, Botella de cava

C. Molina Lario, 20  
29015 Málaga  
+34 952 062 002  
info@hotelmolinario.com  
www.hotelmolinario.com  
www.restaurantematiz.com

**Molina Lario**  
MÁLAGA  
\*\*\*\*\*

**E**l Hotel Molina Lario, situado en el corazón de Málaga frente a la catedral y junto a la Calle Larios, ha renovado todos sus espacios mediante un ambicioso proyecto de restyling a cargo del estudio de interiorismo Caramba. La intervención ha consolidado el establecimiento como uno de los hoteles más exclusivos y cosmopolitas de la ciudad, reflejando la esencia malagueña a través de la luz, la calidez y la autenticidad de sus espacios.

La reforma se ha inspirado en la costa mediterránea y en el carácter abierto de Málaga, utilizando tonos naturales, materiales nobles y una luminosidad que evoca las calles del centro histórico. En el vestíbulo y las zonas comunes, el diseño apuesta por la versatilidad y la comodidad, creando entornos acogedores que invitan tanto al descanso como al trabajo.

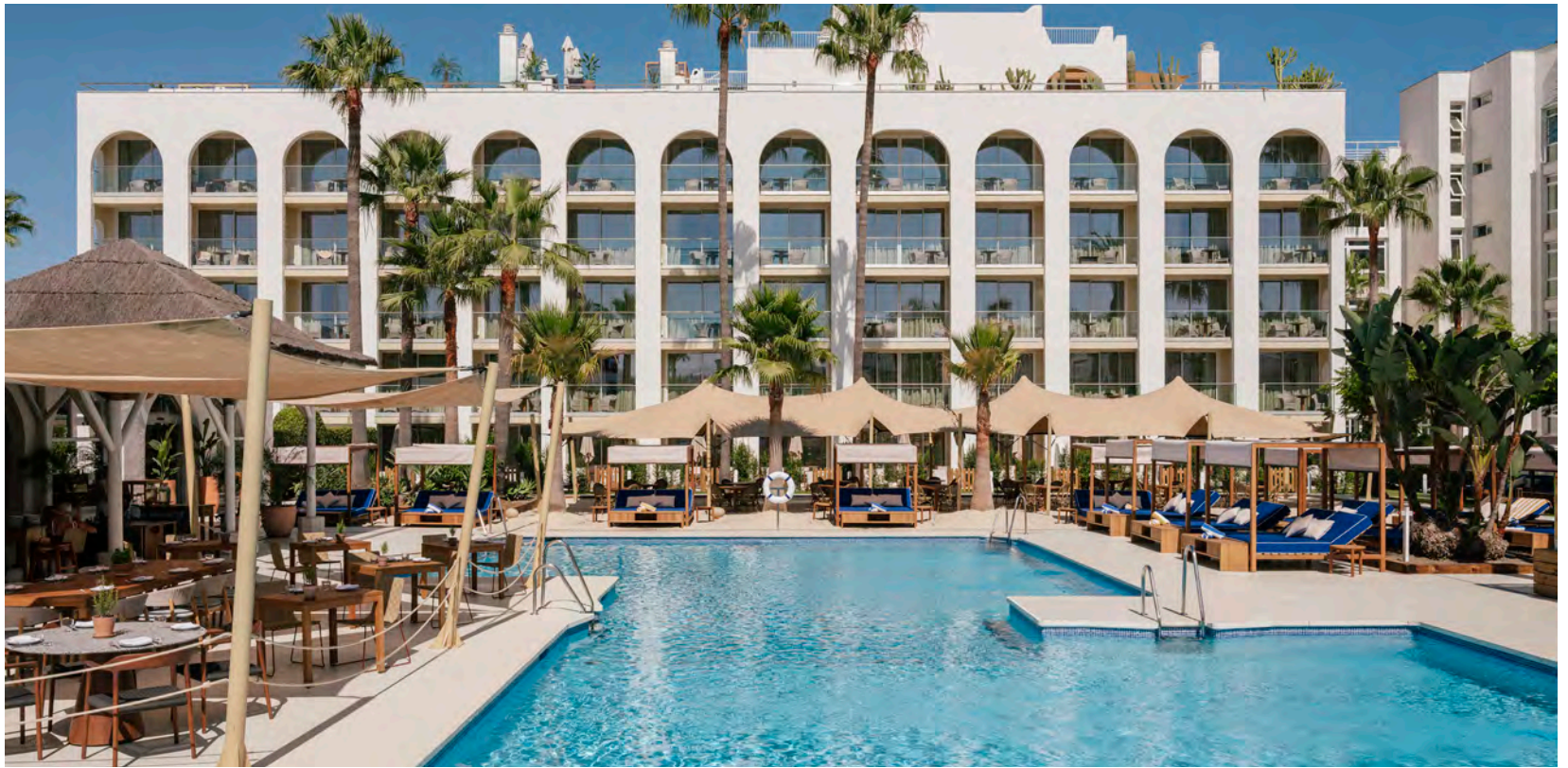
Las habitaciones se han transformando por completo con una estética serena y contemporánea. Incorporan nuevas ventanas que mejoran la insonorización y la eficiencia energética, proporcionando mayor confort y bienestar al huésped.

En la azotea, la icónica terraza del Molina Lario y el patio Matiz se han reinventado como oasis urbanos donde disfrutar de vistas únicas a la catedral y de una oferta gastronómica inspirada en la tradición local con un toque actual. Predominan los colores cálidos y una distribución pensada para potenciar la comodidad y la experiencia sensorial.

La renovación ha consolidado al Hotel Molina Lario como un referente de sofisticación contemporánea, capaz de combinar diseño, identidad local y hospitalidad en un entorno donde la luz, el mar y la cultura de Málaga se funden en una experiencia única.



## HOTEL ME MARBELLA



## HOTEL ME MARBELLA

200 Habitaciones

24 Suites exclusivas

Mar Mediterráneo, Sierra Blanca,  
jardines interiores

Diseño de Adriana y Álvaro Sans

Formas orgánicas, materiales  
naturales, colores ocres, blanco cal y  
azules del marLujo emocional, lifestyle creativo,  
punto de encuentro cultural en la  
Costa del SolC/ Mario, Vargas Llosa, Nueva Andalucía  
29660 Marbella, Málaga  
[www.melia.com](http://www.melia.com)

ME

MARBELLA

**F**irmado por los arquitectos Adriana y Álvaro Sans (Estudio ASAH), el edificio rinde homenaje a la arquitectura mediterránea más pura, reinterpretada a través de una mirada transgresora. Formas orgánicas, líneas depuradas, texturas naturales y una paleta que evoca los ocres de la sierra, el blanco de la cal y los azules del mar convierten cada espacio en una experiencia sensorial.

Las 200 habitaciones, incluidas 24 exclusivas suites, han sido concebidas como refugios personales de luz, belleza y serenidad. Con vistas privilegiadas al Mediterráneo, a la Sierra Blanca o a exuberantes jardines interiores, cada estancia ofrece amenities de alta gama y una atmósfera envolvente que invita a la desconexión y al reencuentro con uno mismo.

ME Marbella se posiciona como un nuevo referente del lujo emocional y conectado. Lejos de ser un simple alojamiento, el hotel se convierte en un punto de encuentro para viajeros inconformistas, creadores, locales cosmopolitas y amantes del diseño, el sabor y la belleza.

Su arquitectura de autor y su visión audaz del lifestyle lo consolidan no solo como un destino imprescindible en el mapa del turismo internacional, sino como un auténtico motor creativo en la Costa del Sol.



# HOTEL BOHO CLUB



## HOTEL BOHO CLUB

20 habitaciones, 19 bungalows y 1 suite

Lujo bohemio, sofisticado y relajado, con diseño y arte contemporáneo

Jardines mediterráneos con palmeras, cactus y vistas a La Concha

Cocina andaluza creativa dirigida por el chef Diego del Río

Boho Wellness con enfoque holístico y terapias conscientes

Obras seleccionadas y ambientación musical envolvente

Espacios diferenciados para cada momento

Hospitalidad personalizada, calidez, detalle y excelencia en el servicio

Urb. Lomas de Río Verde, 144,  
29602 Marbella, Málaga  
+34 952 15 72 22  
info@bohoclub.com  
www.bohoclub.com

**BOHO CLUB**

**B**oho Club es un resort boutique de lujo ubicado entre la Milla de Oro de Marbella y Puerto Banús, rodeado de exuberantes jardines mediterráneos en una finca de 40.000 m<sup>2</sup>. Con una estética bohemia y refinada, este refugio combina diseño, naturaleza y gastronomía de autor para ofrecer una experiencia única y envolvente.

El complejo cuenta con 20 habitaciones, 19 bungalows y 1 suite, diseñados con un estilo boho-chic o retro-chic, donde los materiales naturales, los colores vibrantes y las vistas a los jardines crean una atmósfera de serenidad y confort. Entre sus instalaciones destacan dos piscinas, un gimnasio al aire libre, una boutique con piezas únicas y un centro wellness donde el bienestar se vive como un ritual.

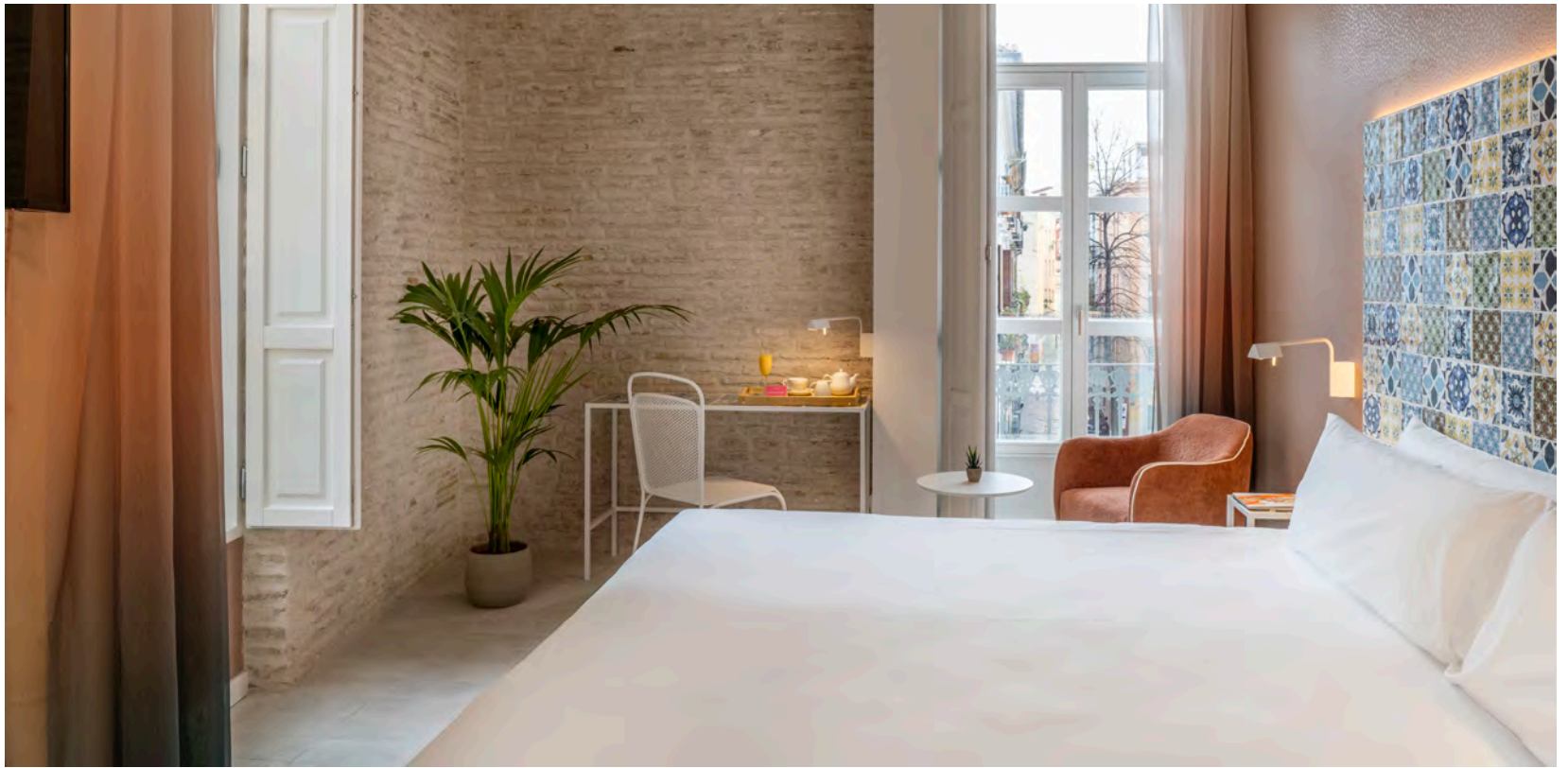
La propuesta gastronómica está liderada por el chef Diego del Río, que fusiona tradición andaluza y técnica francesa con producto local. En Boho Club Restaurant ofrecen platos llenos de sabor y creatividad, además de menús degustación maridados con una bodega de más de 350 referencias. Bohis Bar, por su parte, destaca por su elegante coctelería de autor.

Boho Club es también un espacio para los eventos a medida, desde bodas íntimas hasta celebraciones corporativas, siempre con un servicio cálido y personalizado.

Miembro de Preferred Hotels & Resorts, Boho Club ha sido reconocido con premios como Mejor Desayuno de Hotel en España (Madrid Fusión) y Mejor Restaurante de Hotel (Premios Gurmé ABC), reafirmando su posición como uno de los destinos más especiales del Mediterráneo.



# AXEL HOTEL VALENCIA



## AXEL HOTEL VALENCIA

72 habitaciones  
Café de las Horas  
Gimnasio  
Jacuzzi  
Sauna  
Hammam  
Mirador

Calle Roterros, 25  
46003 Valencia  
+34 960 669 393  
valencia@axelhotels.com  
www.axelhotels.com

**AXEL HOTEL**  
VALENCIA

**A**xel Hotels es la primera cadena de hoteles para el colectivo LGBTQIA+ del mundo, y continúa su expansión con Axel Hotel Valencia, un lugar seguro, diverso y libre en el que se puede ser unx mismx.

Axel Hotel Valencia es un edificio del siglo XVII con mucha historia en la ciudad de los naranjos. Discoteca en los 70's, okupado en los 90's y ahora un templo queer con una sala noble y cúpula patrimonio cultural del barrio.

Está en pleno barrio del Carmen, en la Casa Vella de la calle Roterros No. 25.

Las 72 habitaciones de Axel Hotel Valencia combinan el carácter histórico con vigas de madera y mosaicos, combinados con un diseño de interiorismo moderno y actual. Sus paredes de piedra y los azulejos en colores cálidos se fusionan con el entorno histórico de la ciudad a través de sus ventanas.

Cuenta con un rinconcito Wellness con todo lo necesario para cuidarse: gym, jacuzzi, sauna seca y de vapor.

Desde su mirador en la azotea, la ciudad entera te estará observando.

Y como guinda del pastel, en el mismo hotel se encuentra el mítico Café de Las Horas, el lugar de encuentro y sin etiquetas de la ciudad para que te tomes un Agua de Valencia entre otros cócteles.

Axel Hotels es un lugar en el que solo cabe la libertad en el más amplio sentido de la palabra. Definiendo el lema "Celebrating freedom inside" promovemos espacios seguros, un hogar sin estigmas donde poder celebrar con otras personas que existimos, que convivimos y que estamos viviendo la vida que queremos vivir.



# HOTEL GF VICTORIA



## HOTEL GF VICTORIA GL

242 suites

Bio-Spa Victoria — Mejor Spa del Mundo

Restaurante Donaire — Estrella MICHELIN

Zambra SkyBar — Solo adultos

Scandal Dinner Show — Solo adultos

Espacios infantiles

Gimnasio

Concierge

Calle Fernando López Arvelo 1,  
38660 Costa Adeje, Tenerife  
+34 922 98 71 77  
repcion@gfvictoria.com  
www.gfvictoria.com



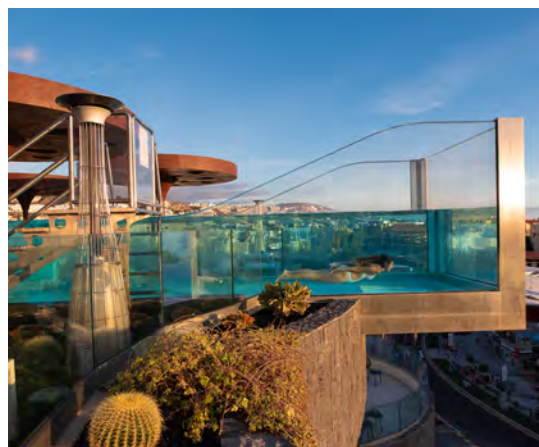
**G**F Victoria es un hotel de 5 estrellas gran lujo ubicado en Costa Adeje, a pocos pasos de la playa del Duque.

Concebido tanto para familias como para adultos, ofrece espacios amplios, privacidad y un servicio de alta calidad en una de las zonas más exclusivas del sur de Tenerife.

Entre sus instalaciones destacan el Bio-Spa Victoria, la terraza panorámica Zambra SkyBar —ideal para disfrutar de los atardeceres—, y una oferta de ocio nocturno diferencial con espectáculos como Scandal Dinner Show y Olé Flamenco Show.

En el ámbito gastronómico, el restaurante Donaire galardonado con una Estrella MICHELIN y un Sol Repsol— propone una cocina creativa que incorpora técnicas de pastelería en platos salados. La precisión, el detalle y la estética son parte esencial de una propuesta culinaria única, que destaca por su ejecución minuciosa y personalidad en cada pase.

Las suites del hotel, todas con salón independiente y terraza, están pensadas para brindar comodidad y amplitud. Completan la experiencia varias piscinas diferenciadas para adultos y familias, incluyendo una piscina de cristal suspendida con vistas.



# INHALA HOTEL GARDEN



## INHALA HOTEL GARDEN

202 habitaciones

Piscina exterior de agua salada en azotea

1.200m2 salas de reunión

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

Jardín Colgante:  
1.000m2 de superficie  
con más de 260 especies vegetales, una cascada de 20 metros de altura

Récord Guinness al mayor jardín vertical del mundo en 2011

Calle San Bernardo 1

28013 Madrid

+34 915 47 98 00

reserva@inhalahotel.com

www.inhalahotel.com



**U**bicado en pleno centro de Madrid, Inhala Hotel Garden es un espacio único que combina hospitalidad, diseño consciente y un profundo respeto por el entorno. Concebido como un verdadero oasis urbano, el hotel invita a sus huéspedes y visitantes a disfrutar de una experiencia de bienestar integral en un entorno sostenible y reconfortante.

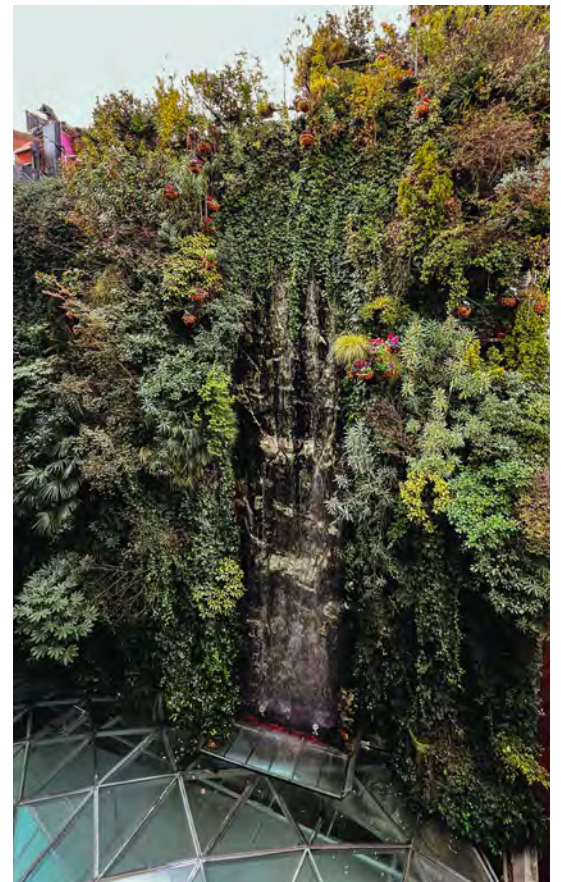
Su elemento más distintivo es un espectacular jardín colgante de 1.000 metros cuadrados que actúa como pulmón verde, mejorando la calidad del aire y ofreciendo un refugio de serenidad en medio de la ciudad. Este espacio natural alberga una variada biodiversidad y conecta visualmente con todos los rincones del hotel.

Cada detalle ha sido pensado bajo un enfoque ecológico: desde la incorporación de materiales sostenibles en el proyecto de actualización de habitaciones y zonas comunes, hasta la implementación de prácticas responsables como la eliminación de plásticos de un solo uso y la promoción de la circularidad. En colaboración con expertos en sostenibilidad, se ha desarrollado una estrategia GreenWall centrada en la descarbonización de sus instalaciones.

La experiencia sensorial se completa con fragancias naturales que evocan frescura y naturaleza, envolviendo al huésped en una atmósfera relajante. Además, su propuesta gastronómica en Inhala Terraza destaca por productos de calidad y un enfoque respetuoso con el medioambiente, todo acompañado por vistas panorámicas de 360° sobre Madrid.

Inhala Hotel Garden también ofrece espacios versátiles para eventos y reuniones, integrando tecnología moderna y diseño sostenible.

Más que un lugar donde alojarse, es un modelo de turismo responsable, diseñado para inspirar, reconectar y disfrutar de la ciudad de una forma más consciente.





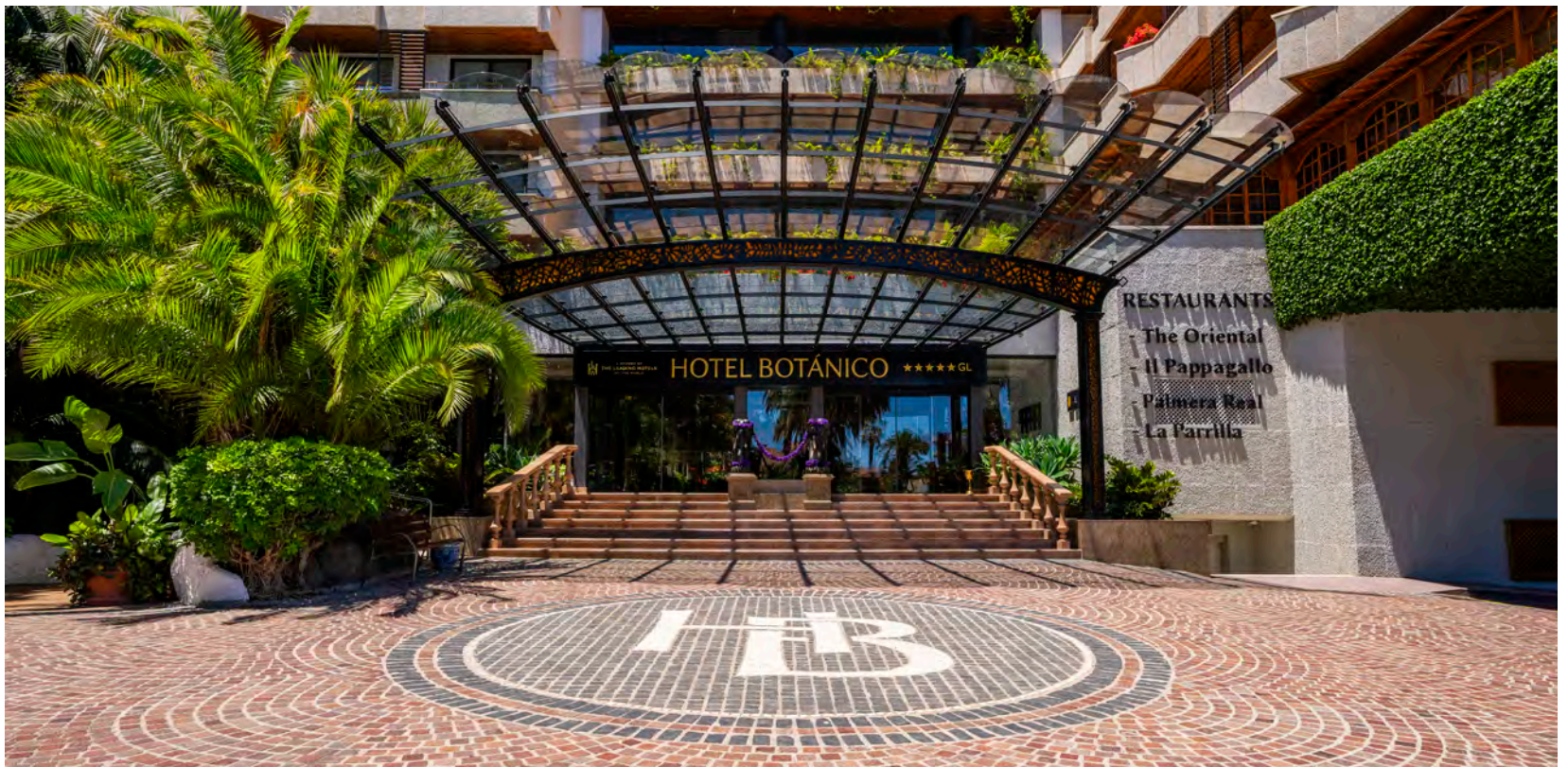
# El planeta lo pide, NOSOTROS TE LO DAMOS A TRAVÉS DE LA PINTURA

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

Pinturas Macy, 45 años contigo.



## HOTEL BOTÁNICO &amp; THE ORIENTAL SPA GARDEN



## HOTEL BOTÁNICO &amp; THE ORIENTAL SPA GARDEN

Ubicación exclusiva en el norte de la

Isla de Tenerife

The Oriental Spa Garden

Gastronomía exclusiva

4 restaurantes a la carta

25.000 m2 de jardines tropicales

3 piscinas, pistas de tenis y gimnasio

Servicio cinco estrellas y atención

personalizada

212 Habitaciones

con balcones o terrazas

Ambiente de relax y bienestar

Avda. Richard J. Yeoward, 1  
38400 Puerto de la Cruz Tenerife  
+34 922 381 400

Info@hotelbotanico.com  
www.hotelbotanico.com



HOTEL BOTÁNICO  
& The Oriental Spa Garden  
★★★★★ GL



**E**l Hotel Botánico & The Oriental Spa Garden, situado en el Puerto de la Cruz, Tenerife, es uno de los establecimientos más prestigiosos y emblemáticos de las Islas Canarias.

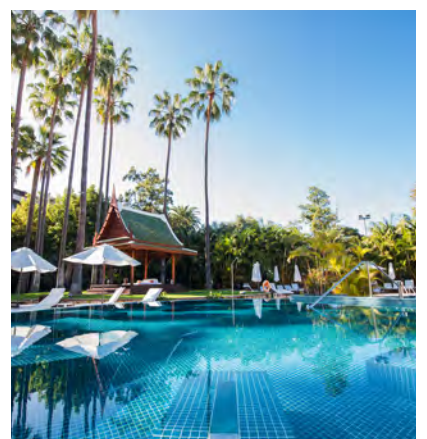
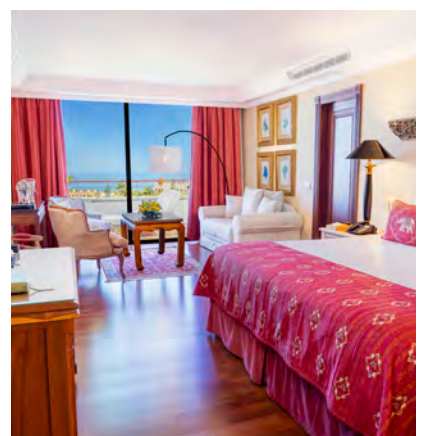
Este hotel de cinco estrellas gran lujo destaca por su elegancia atemporal, su impecable servicio y su entorno natural privilegiado, rodeado de exuberantes jardines tropicales y con vistas panorámicas al majestuoso Teide y al océano Atlántico.

El hotel combina la arquitectura clásica europea con toques de inspiración asiática, creando un ambiente de serenidad y sofisticación. Sus amplias habitaciones y suites están decoradas con un estilo refinado y cuentan con todas las comodidades modernas, además de terrazas privadas que invitan al descanso y la contemplación del paisaje.

Uno de los mayores atractivos del establecimiento es su galardonado The Oriental Spa Garden, reconocido como uno de los mejores centros de bienestar de Europa. Este oasis de relajación ofrece una amplia gama de tratamientos inspirados en las tradiciones orientales, además de instalaciones de primer nivel como piscinas termales, saunas, baños turcos y zonas de aromaterapia. El spa está rodeado de jardines exóticos que potencian la sensación de paz y desconexión.

En cuanto a la gastronomía, el Hotel Botánico cuenta con varios restaurantes que ofrecen una experiencia culinaria excepcional. Desde la alta cocina española hasta especialidades orientales y mediterráneas, cada plato se elabora con ingredientes de primera calidad y un esmero exquisito.

El compromiso con la excelencia, el bienestar y la hospitalidad hacen del Hotel Botánico & The Oriental Spa Garden un destino ideal tanto para quienes buscan unas vacaciones de lujo como para quienes desean vivir una experiencia única de descanso y armonía.



# HOTEL HA RETIRO SUITES



## HOTEL HA RETIRO SUITES

36 habitaciones en suite  
 Suites premium con terraza  
 Kitchenette en cada habitación  
 Wifi, smart TV  
 Coffee corner  
 Amenities Ecológicos + Visión sostenible  
 Parking cubierto propio  
 Acceso remoto  
 Desayuno (Vegano, gluten free, continental)  
 Self check-in 24h  
 Late check-out  
 Recepción de 9:00h a 18:00h  
 Diseño funcional y ambiente residencial  
 Ideal para estancias cortas y largas

C/Pío Baroja, 9 - Retiro  
 28009 Madrid  
 +34 646 12 37 70  
 retiro@ha-hoteles.com  
 www.retirosuites.ha-hoteles.com



RETIRO SUITES

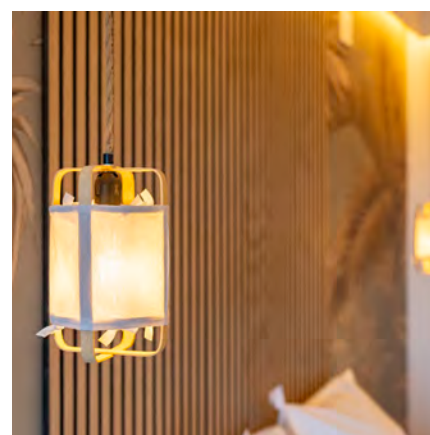
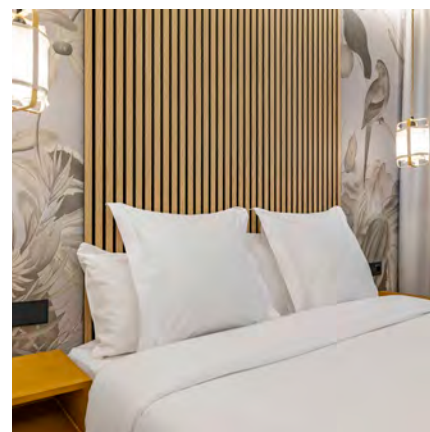
**U**bicado en el tranquilo Barrio del Niño Jesús, el Apartahotel HA Retiro Suites ocupa la cuarta planta de un edificio terciario diseñado por el arquitecto Antonio Bonet Castellana a comienzos de los años 70. Tras una renovación completa en 2025, el espacio se adapta a una propuesta hotelera contemporánea que combina diseño, funcionalidad y autonomía.

A pocos metros del Parque del Retiro, uno de los grandes pulmones verdes de Madrid, el alojamiento ofrece un entorno sereno y residencial sin renunciar a una conexión ágil con el centro de la ciudad y con varios de sus hospitales y espacios culturales más relevantes.

El establecimiento apuesta por una experiencia flexible y 100% autónoma. El sistema de self check-in disponible las 24 horas permite a los huéspedes acceder al hotel sin esperas ni horarios de recepción, ofreciéndoles toda la información necesaria para una llegada sencilla y cómoda. El equipo del hotel mantiene asistencia telefónica y por chat siempre que sea necesario.

HA Retiro Suites dispone de 36 habitaciones totalmente equipadas con cocina, baño privado y elementos de diseño que priorizan la comodidad y la luz natural. Todas cuentan con Wi-Fi de alta velocidad, Smart TV, climatización y opciones que van desde estancias amplias hasta suites con terraza privada.

En conjunto, el apartahotel ofrece una propuesta pensada para viajeros que buscan independencia, tranquilidad y una ubicación excepcional junto al Parque del Retiro, tanto si visitan Madrid por negocios como por ocio.



# Soluciones de climatización para hoteles

Innovación y eficiencia para cualquier tipo de proyecto



## **MULTI V™ i**

**Innovación que se traduce en ahorro y durabilidad:** la inteligencia artificial mejora la eficiencia hasta un 24,7%, mientras que el recubrimiento Black Fin protege frente a la corrosión y su diseño garantiza un rendimiento estable en cualquier clima.

## **INVERTER SCROLL CHILLER**

Diseñadas para la **máxima eficiencia y adaptabilidad**, las soluciones hidrónicas con compresor Scroll All-Inverter combinan bajo consumo, formato compacto e instalación modular para responder a cualquier necesidad.

Expertos en aerotermia.  
Tu partner de confianza

Más info en:



**Life's Good.**