

VÍA HOTEL

La revista líder del sector hotelero

Es una publicación de GRUPO VÍA

“

El éxito no está en prever el futuro, sino en prepararnos para un futuro no previsto, una filosofía que define la apuesta de Grupo Fedola por una hotelería sostenible, especializada y con propósito

”



Victoria López Fuentes
Presidenta de Grupo Fedola



NUEVA COLECCIÓN
DE SUELOS LAMINADOS
TARKETT FABRICADOS
EN EUROPA.

*La mejor alternativa
a la madera.*

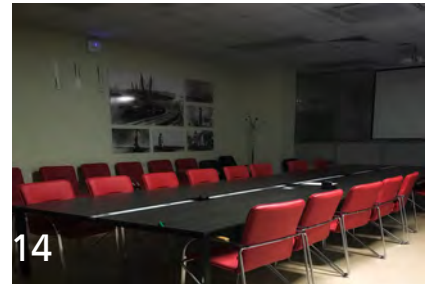


Descubra más:



www.tarkett.es
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. ACCOR ABRIRÁ CUATRO NUEVOS
HOTELES EN ESPAÑA EN 2026

06. NH COLLECTION RELANZA REETHI RESORT
CON LUJO SOSTENIBLE EN MALDIVAS

08. ANTONELLA PUGLISI TOMA LAS RIENDAS
DEL ICÓNICO MEZZATORRE HOTEL EN ISCHIA

09. HYATT REGENCY VILAMOURA ABRE
EN EL ALGARVE

10. ROYAL PALM BEACHCOMBER RECIBE
EL FIVE-STAR FORBES

Informe

12-14. ESPECIAL MICE
**El sector MICE en España: presente
sólido y oportunidades de futuro**

22-23. ESPECIAL RESTAURACIÓN
Restauración hotelera en España

Entrevista

16. VICTORIA LOPEZ

PRESIDENTA DE GRUPO FEDOLA

Noticias

24. ZAFIRO CAN PICAFORT REDEFINE EL LUJO
FAMILIAR EN MALLORCA

Únicos

27. HOTEL FORTE DE GAIA

28. HOTEL INTERCONTINENTAL MADRID

29. HOTEL SILKEN PUERTA DE VALENCIA

30. ONLY YOU HOTEL SEVILLA

31. GRAN HOTEL TAORO

32. ROOM MATE COLLECTION ISABELLA

33. ROOM MATE LUCA

34. INHALA HOTEL GARDEN

36. RESTAURANTE LA BALSA

37. ABYA RESTAURANTE

38. RESTAURANTE LE CAFÉ

39. RESTAURANTE IL GATO PARDO

GRUPO  VÍA

EDITORA
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

Meliá suma el Hotel Granada Palace a su cartera

Meliá Hotels International refuerza su presencia en Granada con la incorporación del Hotel Granada Palace a su red Affiliated by Meliá desde marzo de 2026.

Ubicado en Monachil, este cinco estrellas combina cultura, naturaleza y conectividad, clave para el turismo MICE.

Con 107 habitaciones, arquitectura mozárabe y 3.700 m² para eventos, ofrece restaurante Ítalo, Rooftop Bar, spa y gimnasio. Responde a la demanda de viviendas de alta calidad, urbanismo sostenible y excelencia en hospitalidad.

Gabriel Escarrer destaca la confianza en el modelo Meliá, que impulsa la inversión inmobiliaria y el Networking Arquitectura Madrid. Este proyecto refuerza el enfoque en Futuro Arquitectura Madrid, Diseño y Hospitalidad Mallorca: Arquitectura Hotelera y promueve el uso de materiales de construcción innovadores.

Alineado con las tendencias en construcción hotelera, rehabilitación eficiente, desarrollo urbano, interiorismo de lujo, infraestructura turística, arquitectura responsable, planificación hotelera y gestión de activos, el hotel se posiciona como motor del sector en el sur de Europa.



Zona Franca de Cádiz acogerá un hotel y una residencia de estudiantes

La Zona Franca de Cádiz avanza en su transformación con dos nuevos proyectos: un hotel de 150 habitaciones y una residencia universitaria con 353 plazas.

Con una inversión conjunta de más de 38 M€, ambos desarrollos impulsan el desarrollo urbano, la inversión inmobiliaria y un modelo de urbanismo sostenible orientado a revitalizar el polígono exterior.

El hotel, situado en la antigua Ibérica Aga, tendrá seis plantas, mirador en azotea y aparcamiento subterráneo, con posibilidad de aumentar

su categoría. La residencia, gestionada por RYA Residencias S.L., ofrecerá piscina, comedor, gimnasio y salas de estudio, respondiendo a la demanda del Campus de Cádiz.



Accor abrirá cuatro nuevos hoteles en España en 2026

Accor anuncia cuatro nuevas aperturas en España para 2026, fortaleciendo su presencia con más de 100 hoteles en operación y consolidando su apuesta por el turismo urbano, el confort accesible y el diseño hotelero funcional.

Las nuevas incorporaciones se reparten entre País Vasco, Alicante, Benidorm y Barcelona, ampliando su red en destinos clave. El ibis Styles Zumaia-Zestoa, con 77 habitaciones, abrirá en el segundo trimestre con un diseño vinculado a la geología vasca, cercano al Geoparque de la UNESCO. Le seguirá el greet Alicante, con 65 habitaciones, diseño sostenible y mobiliario reciclado, alineado con valores de urbanismo sostenible.

En verano, Benidorm recibirá el ibis Styles Cala Marina, con 131 habitaciones y acceso directo



al mar. Finalmente, el ibis budget Barcelona 22@, con 189 habitaciones, abrirá en el distrito tecnológico, enfocado al viajero corporativo y nómadas digitales.

Este plan refuerza la estrategia de Accor de impulsar la inversión inmobiliaria, el desarrollo urbano, la infraestructura turística, la construcción hotelera eficiente y el Networking Arquitectura Madrid, en línea con su expansión global de 350 nuevos hoteles.

Odyssey incorpora el Novotel Valencia Lavant a su portfolio

Odyssey Hotel Group refuerza su presencia en el mercado español con la incorporación del Hotel Novotel Valencia Lavant, el segundo mayor activo de su cartera y el primero de la marca en Valencia.

La operación se ha cerrado mediante un contrato de alquiler a largo plazo con Ibervalles Hoteles Socimi, consolidando su estrategia de expansión hacia diseño hotelero, urbanismo sostenible y construcción hotelera de vanguardia. El hotel, completamente renovado en 2025, cuenta con 370 habitaciones, rooftop en dos niveles, piscina y una destacada oferta gastronómica. Su ubicación entre el Palacio de Congresos y el centro histórico de Valencia lo convierte

en un referente para el turismo MICE, combinando infraestructura turística, arquitectura hotelera, y conectividad estratégica.

Con más de 650 m² para eventos y el diseño del estudio Sundukovy Sisters, reconocido por sus proyectos en París, Liverpool y Ámsterdam, el hotel introduce un estilo moderno, funcional y atemporal. Este hito fortalece la apuesta del grupo por el Futuro Arquitectura Madrid, la inversión inmobiliaria en España y el crecimiento del Networking Arquitectura Madrid, consolidando a Odyssey en los sectores de hospitalidad, gestión de activos, desarrollo urbano, materiales de construcción sostenibles, interiorismo de lujo y planificación hotelera.

Nordeste Properties compra el Meliá Bilbao y refuerza su cartera

La sociedad patrimonialista **Nordeste Properties Socimi** ha adquirido el **Hotel Meliá Bilbao** por **63 M€**, en una operación orientada a reforzar su estrategia de inversión inmobiliaria en activos hoteleros de primer nivel.

El establecimiento, ubicado en el eje cultural y financiero de la ciudad, cuenta con 210 habitaciones y amplias instalaciones de restauración, wellness y espacios MICE.

El hotel continuará siendo operado por **Meliá Hotels International** mediante un contrato de arrendamiento a largo plazo, lo que garantiza estabilidad y posicionamiento de marca. Con esta adquisición, la compañía avanza en su plan de crecimiento apostando por activos estratégicos con operadores consolidados.

El edificio, diseñado por el arquitecto mexicano **Ricardo Legorreta**, es uno de los iconos arquitectónicos de la ciudad. Se ubica junto a referentes como el **Museo Guggenheim Bilbao** y el **Palacio Euskalduna**. Su reciente renovación ha reforzado su competitividad en el mercado hotelero urbano.

El hotel ocupa un inmueble de 1855 con una superficie de 3.677 m² y arquitectura neoclásica isabelina. Durante la reforma se han restaurado elementos originales como la escalera y el ascensor histórico, preservando así el valor patrimonial del edificio mientras se modernizan sus espacios interiores.



El Petit Palace Puerta del Sol concluye su reforma

El hotel **Petit Palace Puerta del Sol** ha completado una reforma integral tras una inversión de **1,3 M€**, con el objetivo de reforzar su posicionamiento en el centro de Madrid.

El establecimiento, situado en la calle Arenal a pocos metros de la Puerta del Sol, ha renovado sus instalaciones para adaptarse a las nuevas demandas del turismo urbano.

La intervención ha incluido la actualización de las 64 habitaciones, los baños y las zonas comunes del hotel. El proyecto, diseñado por el Grupo Plan bajo la dirección de Ana Guasp, ha buscado combinar la conservación del carácter histórico del edificio con un diseño contemporáneo orientado al confort del huésped.

El hotel ocupa un inmueble de 1855 con una superficie de 3.677 m² y arquitectura neoclásica isabelina. Durante la reforma se han restaurado elementos originales como la escalera y el ascensor histórico, preservando así el valor patrimonial del edificio mientras se modernizan sus espacios interiores.

El hotel ocupa un inmueble de 1855 con una superficie de 3.677 m² y arquitectura neoclásica isabelina. Durante la reforma se han restaurado elementos originales como la escalera y el ascensor histórico, preservando así el valor patrimonial del edificio mientras se modernizan sus espacios interiores.

Bless Hotels refuerza su proyección internacional desde Ibiza

Palladium Hotel Group abrirá **Bless Ibiza The Site** en junio dentro del complejo **The Site Ibiza**.

El nuevo hotel contará con 461 habitaciones y reforzará la oferta de lujo contemporáneo del destino. El proyecto se integra en el desarrollo lifestyle impulsado por el grupo en Playa d'en Bossa.

El interiorismo ha sido diseñado por **Lázaro Rosa-Violán**. La apertura forma parte del plan de expansión de **Bless Collection Hotels**, con futuros proyectos en Barcelona, Vietnam y Milán. Con este proyecto, el grupo busca consolidar Ibiza como uno de los destinos clave del turismo de lujo en el Mediterráneo.



Annua Signature Hotels lanza un hotel boutique de lujo en Tramontana

El grupo hotelero **Annua Signature Hotels** inaugurará el **Gran Hotel Margalida** el **1 de junio de 2026** en **Banyalbufar, Mallorca**.

El establecimiento, ubicado en la Serra de Tramuntana, contará con 29 habitaciones con

vistas al mar y reforzará la presencia de la cadena en el segmento de hoteles boutique de lujo en Baleares.

El proyecto arquitectónico, diseñado por el arquitecto Álvaro Onieva junto a Estudio Mesonero Romanos, apuesta

por una integración paisajística con volúmenes escalonados y materiales mediterráneos. El hotel incluirá restaurante, spa, piscina infinita y experiencias vinculadas al territorio, consolidando la propuesta de hospitalidad de lujo de Annua en la isla.

Mojácar tendrá un hotel Hyatt de cinco estrellas

El Ayuntamiento de Mojácar ha aprobado la construcción de un hotel cinco estrellas en **Macenas Mediterranean Resort** que operará bajo la marca **Destination by Hyatt**. El proyecto, impulsado por la familia **Cosentino**, contará con una inversión superior a **40 M€** y prevé su apertura en **2028**.

El establecimiento dispondrá de 143 habitaciones y buscará posicionar el complejo como un destino turístico de lujo en el Mediterráneo.

El diseño del hotel seguirá criterios de sostenibilidad e integración paisajística, con el obje-

tivo de obtener la certificación **BREEAM**. Además, el proyecto ampliará la oferta del resort, que ya incluye campo de golf, club social y nuevos desarrollos residenciales, consolidando a Mojácar como un enclave turístico y residencial de alto nivel.



NH Collection relanza Reethi Resort con lujo sostenible en Maldivas

NH Collection ha reabierto su icónico resort en el Atolón Baa de Maldivas, transformado en el nuevo NH Collection Maldives Reethi Resort.

Ubicado en una isla privada dentro de una reserva de la biosfera de la UNESCO, el resort ha sido rediseñado con un enfoque en la sostenibilidad y el confort contemporáneo. Las 105 villas reformadas, incluyendo opciones sobre el agua y familiares con piscina privada, destacan por su arquitectura con materiales naturales como bambú y madera, integrándose con el

paisaje y ofreciendo una experiencia de hospitalidad de alta calidad.

El resort ofrece experiencias para distintos perfiles de viajeros: desde buceo en Hanifaru Bay hasta tratamientos de bienestar en el REVIVE Spa. Su oferta gastronómica abarca ocho restaurantes y bares con menús que combinan sabores globales y locales. Este nuevo capítulo posiciona al resort como una referencia en diseño y hospitalidad sostenible, reforzando el compromiso de NH Collection con el lujo responsable y el turismo consciente.



Danieli renace como Four Seasons y redefine el lujo en Venecia

Venecia se prepara para recibir una nueva joya hotelera: el histórico Hotel Danieli reabrirá sus puertas en 2026 bajo el nombre Danieli, A Four Seasons Hotel, Venice, tras una ambiciosa restauración a cargo del reconocido diseñador Pierre-Yves Rochon.

Ubicado en la prestigiosa Riva degli Schiavoni, el hotel ocupará tres palacios interconectados y ofrecerá 120 habitaciones y suites, fusionando legado aristocrático con elegancia contemporánea y el servicio distintivo de Four Seasons.

La propuesta incluirá el rooftop Restaurant Terrazza Danieli, con vistas a la laguna y cocina de

proximidad, además de dos sofisticados bares. Bajo la dirección de Christian Zandonella, el nuevo Danieli se enfocará en experiencias personalizadas, artesanía local y conexión cultural auténtica, consolidando su posición como uno de los grandes iconos del lujo en el renacimiento turístico de Venecia.



Summum impulsa su expansión en Canarias con 1881 Las Madrigueras

Summum Hotel Group consolida su estrategia de expansión con la incorporación del 1881 Tenerife Las Madrigueras Golf Hotel, un elegante cinco estrellas ubicado en Playa de las Américas.

Con 57 habitaciones y un enfoque claro en el turismo premium y el golf, el hotel

ofrece acceso preferencial al campo Golf Las Américas y buggy con GPS por habitación. Este nuevo activo refuerza el posicionamiento de la marca 1881 Hotels en destinos vacacionales de alta gama. Se trata de un paso estratégico clave para Summum en su diversificación hacia el mercado canario.



Set Hotels suma el Occidental Menorca a su oferta en Punta Prima

El grupo menorquín Set Hotels ha adquirido el Hotel Occidental Menorca, un emblemático cuatro estrellas con 374 habitaciones ubicado en Punta Prima, que pasará a denominarse Seth Punta Prima.

Con esta operación estratégica, el grupo consolida su cre-

cimiento en la isla y amplía su oferta en uno de los enclaves turísticos más valorados de Menorca.

La incorporación del nuevo activo con múltiples servicios, zonas de ocio y acceso privilegiado a una de las playas naturales más reconocidas refuerza el posicionamiento

de Set Hotels como referente en el turismo de calidad y sostenible. Con ocho hoteles, villas, restaurantes y espacios exclusivos, la compañía demuestra su apuesta decidida por una inversión hotelera de alto valor y la mejora constante de la experiencia del cliente.

OHLA y Mohari reparten activos en Canalejas (Madrid)

OHLA y Mohari Hospitality han formalizado el acuerdo definitivo para dividir los activos clave del Complejo Canalejas de Madrid, marcando una nueva etapa de gestión independiente y más eficiente.

OHLA conservará la Galería Canalejas y el aparcamiento principal, asumiendo un tercio de la deuda bancaria, mientras que Mohari se queda con el hotel Four Seasons, el local de Hermès y su aparcamiento vinculado.

Esta reestructuración mejora la operatividad de cada socio y re-

fuerza el valor individual de los activos, especialmente el de la Galería Canalejas. La simplificación societaria incrementa la atraktividad para inversores, abriendo paso a nuevas oportunidades en el segmento inmobiliario prime en el centro de Madrid.



APOYOS PARA PAVIMENTO FLOTANTE



MATERIAL RECICLABLE

Visite nuestro catálogo técnico
PRESTO www.lizabar.com

MODELOS
PATENTADOS



PARA USO EN:

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



SECTOR CONSTRUCCIÓN



SECTOR ENTARIMADOS

Columnas gran altura regulables
Resistencia 1.000 kg
Alturas ilimitadas

GRAPAS
OCULTAS PARA
ENSAMBLAJE
DE TARIMAS
NATURALES Y
SINTETICAS



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



NUEVO

LIZABAR
PLASTICS s.l.



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

www.lizabar.com

Zafiro Hotels refuerza su apuesta por el turismo deportivo en Mallorca

Zafiro Hotels apuesta por el turismo deportivo como motor de desestacionalización en Mallorca.

Con instalaciones específicas para ciclistas, triatletas y nadadores, sus hoteles en Puerto de Alcudia atraen a equipos internacionales incluso en invierno.

El modelo combina hospitalidad de alta calidad, nutrición adaptada y espacios wellness, consolidando a la cadena como referencia en el segmento. Su apoyo al Ironman refuerza su estrategia de promover hábitos saludables en un entorno privilegiado como la Sierra de Tramontana.



España afianza un turismo sostenible y anualizado

España lidera en Europa una nueva tendencia: el auge del turismo fuera de temporada.

Según el informe Hotel Booking Trends 2025 de SiteMinder, los precios hoteleros crecieron un 4,8% anual, alcanzando los 215,02 €, con los mayores aumentos registrados en enero (+9,5%) y abril (+6,8%),

lo que evidencia una demanda más equilibrada a lo largo del año. Aunque julio y agosto siguen siendo los meses más activos, el crecimiento de estancias en abril, octubre y noviembre confirma una desestacionalización del turismo. Además, crece el peso del turismo nacional (40,93%), y los viajeros planifican con más

antelación y optan por estancias más largas, consolidando un entorno ideal para estrategias hoteleras más dinámicas y centradas en experiencias de valor y fidelización.

La desestacionalización refuerza la inversión hotelera y exige estrategias más dinámicas. Crece el turismo nacional y las estancias se alargan.

Lujo invernal en el Pirineo con Canfranc Estación y BMW



Canfranc Estación, a Royal Hideaway Hotel 5*GL, presenta para la Semana Blanca 2026 una experiencia que fusiona esquí, bienestar, historia y alta gastronomía en el Pirineo Aragonés.

El hotel ofrece traslados exclusivos en BMW X7 a las estaciones de Astún y Candanchú, además de actividades como rutas con raquetas y visitas guiadas a la estación internacional de Canfranc.

La experiencia se completa con sesiones de spa y el ritual Josephine Baker, seguido de una cena en el restaurante Canfranc Express, con una estrella Michelin. De la mano de BMW, el hotel redefine la escapada invernal con una propuesta de confort, exclusividad y emoción.

Antonella Puglisi toma las riendas del icónico Mezzatorre Hotel en Ischia

Pellicano Hotels Group ha anunciado el nombramiento de Antonella Puglisi como nueva directora general del Mezzatorre Hotel & Thermal Spa, marcando una nueva etapa para este icónico hotel de Ischia, reconocido por su belleza natural y su herencia única.

Con más de una década de experiencia internacional en hos-



pitalidad de lujo, Puglisi ha liderado complejos sostenibles en destinos como las Islas Salomón, Camboya y Canadá. En 2020 regresó a Italia para dirigir Capofaro Locanda & Malvasia en Salina (Islas Eolias) y asumir la dirección de hospitalidad del grupo vitivinícola Conte Tasca d'Almerita.

Su perfil combina una sólida base operativa y estratégica, desarrollada inicialmente en Ernst & Young Consulting, con una sensibilidad especial por la autenticidad y el entorno local, valores que comparte con el espíritu de Mezzatorre. Según Marie-Louise Sciò, CEO del grupo, su visión internacional y compromiso con la excelencia refuerzan la identidad del hotel como referente de hospitalidad italiana.

Un nuevo concepto de tardeo diurno transforma el après-ski en Hesperia Andorra



Esta temporada de esquí, Hesperia Andorra presenta una propuesta innovadora que rompe con el concepto clásico de après-ski nocturno.

Cada tarde, de 16:30 a 19:30 h, el hotel invita a disfrutar de un tardeo en The Lobby, un espacio acogedor para compartir en familia tras un día en la nieve. La oferta gastronómica incluye pancakes, sándwiches calientes, smoothies y chocolate caliente, en un ambiente cálido con música y zonas lounge, pensado para relajarse sin perder

el encanto del momento social. Con esta iniciativa, el hotel se posiciona como referente en Escaldes-Engordany, ofreciendo una alternativa más diurna y familiar al ocio tradicional. El nuevo concepto conecta especialmente con la comunidad catalana, principal visitante en temporada de nieve, y refuerza el valor de Hesperia Andorra como un espacio versátil que combina bienestar, autenticidad y desconexión, ideal tanto para escapadas de esquí como para planes tranquilos en el corazón del Principado.

NH Madrid Paseo de la Habana renueva su imagen y oferta gastronómica

NH Hotels & Resorts impulsa su estrategia de renovación en España con la transformación integral del NH Madrid Paseo de la Habana, ubicado en pleno corazón financiero de Chamartín y a pocos pasos del Estadio Santiago Bernabéu.

El proyecto ha modernizado 88 habitaciones alcanzando un total de 155 completamente reno-

vadas, así como la recepción, salones, bar, restaurante y zonas comunes.

El resultado es un hotel funcional y elegante, que combina diseño contemporáneo, confort y una estética natural. El nuevo lobby-bar ha sido concebido como un espacio polivalente ideal tanto para reuniones informales como encuentros corporativos, respondiendo

a la creciente demanda de Networking Arquitectura Madrid.



Canarian Hospitality impulsa un resort de lujo en Playa Blanca

Canarian Hospitality da un paso más en su expansión en el archipiélago canario con el anuncio de un nuevo resort cinco estrellas en Playa Blanca (Lanzarote).

Ubicado junto a Marina Rubicón, el proyecto contará con 97 suites de alta gama con acceso swim-up, servicio de mayordomo y una

propuesta gastronómica de autor, convirtiéndose en un nuevo referente del turismo de lujo en la isla.

El complejo, promovido por Grupo Acosta Matos y un grupo de inversores locales, refleja una apuesta clara por el urbanismo sostenible, la integración con el entorno y el valor añadido para el destino. Destaca por su enfoque en la

privacidad, exclusividad y diseño contemporáneo, alineado con las tendencias globales en hospitalidad de alta gama. Las obras comienzan en febrero de 2026, con apertura prevista para la primavera de 2028, bajo el paraguas de la alianza estratégica con Radisson Hotel Group.

B&B Hotels sigue creciendo en Madrid con una nueva apertura en Vallecas



B&B HOTELS amplía su red en España con la apertura del B&B HOTEL Madrid Vallecas La Gavia, su 16º establecimiento en la Comunidad de Madrid y el número 64 a nivel nacional.

Con 159 habitaciones y una propuesta basada en el concepto Smart Simplicity,

el hotel ofrece comodidad, diseño funcional y una excelente relación calidad-precio para el viajero moderno.

El edificio ha sido promovido por Avintia Inmobiliaria y construido mediante el sistema ávita de construcción industrializada, que mejora la eficiencia energética y reduce el impacto ambiental. Esta nueva apertura refleja la firme apuesta de la cadena por el urbanismo sostenible y por seguir creciendo en zonas urbanas clave como Madrid.

Hyatt Regency Vilamoura abre en el Algarve



Hyatt Hotels Corporation ha inaugurado oficialmente el Hyatt Regency Vilamoura Algarve, tras una inversión de 35 M€ en la renovación del histórico Dom Pedro Vilamoura.

Ubicado en una de las zonas más exclusivas del Algarve portugués, el hotel se reposiciona como un resort de categoría upper-upscale, gestionado por Details Hospitality Sports & Leisure, y diseñado para atraer a un público di-

verso que busca bienestar, deporte, gastronomía y ocio de calidad.

Con 257 habitaciones y 21 suites inspiradas en la artesanía y colores del sur de Portugal, el hotel ofrece una experiencia inmersiva en confort, diseño contemporáneo y tecnología. Su propuesta se completa con una oferta gastronómica diferenciada, espacios para eventos de hasta 300 personas, un spa de primer nivel, y amplias zonas deportivas que incluyen pistas de pádel, minigolf y gimnasio.

Además, se sitúa a pocos minutos de campos de golf de campeonato y lugares históricos como Cerro da Vila, convirtiéndose en una opción ideal tanto para escapadas de lujo como para estancias corporativas.

Silken incorpora un hotel en Ribadesella



SILKEN HOTELES amplía su presencia en la Costa Asturiana con la incorporación del Silken Don Pepe, consolidando su apuesta por Ribadesella, donde ya opera el Gran Hotel del Sella.

Este nuevo establecimiento, ubicado en un enclave natural privilegiado, refuerza su oferta para un turismo de calidad, sostenible y conectado con el entorno. Con habitaciones funcionales y servicios adaptados al viajero actual, la cadena apuesta

por el confort sin renunciar a la identidad local. Con esta apertura, la cadena reafirma su estrategia de expansión en destinos clave, combinando confort, cercanía y compromiso con el territorio. Una muestra más de su enfoque en urbanismo sostenible, hospitalidad diferenciada y experiencias de alta calidad. Esta operación consolida a Ribadesella como un enclave atractivo para la inversión inmobiliaria en el sector hotelero del norte peninsular.

El sector hotelero se une en la nueva Fundación AEDH

La Asociación Española de Directores y Directivos de Hotel (AEDH) ha lanzado la Fundación AEDH con el objetivo de profesionalizar la acción social en el sector hotelero.

La iniciativa busca pasar de acciones puntuales a un modelo estructurado y permanente de impacto social.

La fundación se centrará en tres áreas: formación

e inserción laboral para personas en riesgo de exclusión, colaboración con entidades sociales para ofrecer apoyo logístico desde el sector, y promoción de un liderazgo ético entre los directivos hoteleros.

Con esta apuesta, la AEDH pretende que la hotelería no solo se mida por ocupación o rentabilidad, sino también por su contribución a la sociedad. La fundación refuerza el papel

del sector como agente activo en la transformación social.



Diseño y hospitalidad en la Qurtuba Academy

El estudio de arquitectura **gg studio** transforma un antiguo edificio brutalista de Córdoba en la nueva **Qurtuba Academy**, centro de formación gastronómica liderado por el chef **Paco Morales**. La intervención, mínima y respetuosa con la estructura original de **Fernando Moreno Barberá**, crea un espacio abierto, sin barreras entre teoría y práctica,

donde **cocina, aula y observación** conviven en una misma experiencia formativa.

Elementos como la **demo kitchen** en gradas o la pasarela longitudinal refuerzan una pedagogía basada en la transparencia y el trabajo colectivo.

Este proyecto se alinea con los principios de urbanismo sostenible,

el uso responsable de materiales de construcción y las nuevas formas de diseño y hospitalidad en espacios educativos. La propuesta de **gg studio** no solo aporta valor arquitectónico y cultural, sino que redefine la relación entre espacio, aprendizaje e innovación, convirtiendo a **Qurtuba Academy** en un nuevo referente del futuro de la arquitectura en Andalucía.

Logroño impulsa su planta hotelera ante el boom turístico en La Rioja

Logroño cerró 2025 con más de **936.000 viajeros** y prevé superar el millón en 2026.

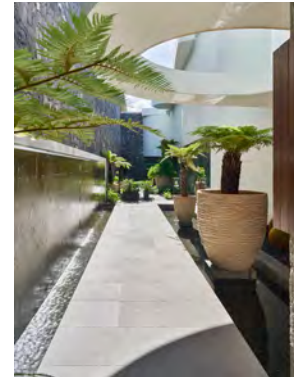
Para responder a esta demanda, la ciudad añadirá 168 nuevas plazas hoteleras con proyectos como el **Eurostars** en Casa Trevijano (15 M€), un hotel **BESTPRICE** en el antiguo casino y un alojamiento boutique

del grupo **Abdón**. Este crecimiento refleja el fuerte dinamismo del turismo urbano en el norte de España.

También se proyecta un hotel de lujo entre Logroño y Oyón. Ante el auge del turismo, el ayuntamiento ha suspendido nuevas licencias de apartamentos durante un año, tras



Royal Hideaway refuerza su propuesta de bienestar con Ocean House en Costa Adeje



El **Royal Hideaway Corales Resort 5 GL*** presenta **Ocean House**, un nuevo espacio de bienestar que redefine la experiencia spa tradicional desde una perspectiva sensorial y holística, con el océano Atlántico como eje conceptual.

Ubicado en primera línea de Costa Adeje, **Ocean House** se integra de forma natural en el entorno marino para ofrecer rituales, trata-

mientos y espacios que conectan cuerpo y entorno a través de los cinco sentidos, incluyendo sonido del mar, fragancias exclusivas, materiales naturales y una línea textil diseñada a medida.

Además de los tratamientos como el **Renacer Marino**, **Ocean House** propone actividades al aire libre como meditaciones en barco o baños de mar al amanecer, e incorpora tradiciones locales de La Caleta (Adeje). Estas experiencias se integran en un calendario anual vinculado a ciclos naturales y lunares, con participación de expertos internacionales. Con esta apertura, **Royal Hideaway** refuerza su posicionamiento en el turismo de bienestar premium, alineado con la naturaleza, la cultura y el cuidado integral del huésped.

Royal Palm Beachcomber recibe el Five-Star Forbes



El **Royal Palm Beachcomber Luxury** ha sido reconocido por tercer año consecutivo con el **Forbes Travel Guide Five-Star Award**, máxima distinción en hotelería de lujo otorgada por **Forbes Travel Guide**.

Este hito refuerza su posicionamiento como referente internacional en excelencia operativa y consolida su atractivo dentro de la inversión inmobiliaria hotelera premium.

Miembro de **Leading Hotels of the World**, el establecimiento destaca por su servicio personalizado, alta gastronomía y apuesta por la calidad constructiva y los materiales de construcción de primer nivel. Su modelo se alinea con el **Gran Debate Hotelero** y el **Futuro Arquitectura Madrid**, siendo referencia en **Diseño y Hospitalidad Mallorca: Arquitectura Hotelera** y en el desarrollo de viviendas de alta calidad y resorts de lujo.

Equipamiento profesional para hoteles

Protege tu negocio y a tus empleados con las **soluciones para vestuarios y zonas comunes** que maximizan higiene, orden y seguridad.



EL SECTOR MICE EN ESPAÑA: PRESENTE SÓLIDO Y OPORTUNIDADES DE FUTURO

Un ecosistema profesional en evolución que impulsa negocio, conocimiento y posicionamiento



La consolidación del MICE como eje estratégico del ecosistema empresarial español

El sector MICE se ha consolidado en España como uno de los grandes motores de la economía profesional y del conocimiento. Más allá de su impacto turístico, los eventos corporativos, congresos y encuentros sectoriales se han convertido en herramientas estratégicas para generar negocio, posicionamiento y relaciones de valor. En un contexto marcado por la transformación digital, la sostenibilidad y la necesidad de volver a conectar de forma presencial, el MICE vive una etapa de madurez que abre nuevas oportunidades para empresas, territorios y plataformas especializadas.

España ocupa una posición privilegiada dentro del mapa MICE europeo. La combinación de infraestructuras consolidadas, conectividad aérea internacional, una amplia oferta hotelera y un atractivo cultural diferencial ha permitido al país mantenerse entre los destinos más competitivos para la celebración de eventos profesionales. Sin embargo, el verdadero valor del sector no reside únicamente en el destino, sino en la capacidad de diseñar encuentros con contenido, enfoque sectorial y visión estratégica.

Especialización y contenido: la evolución del modelo MICE:

El mercado MICE ha evolucionado hacia formatos más especializados y profesionales. Frente a los grandes eventos generalistas, las empresas y los asistentes demandan hoy encuentros más segmentados, capaces de reunir a perfiles decisores y generar conversaciones de alto nivel. En sectores como la arquitectura, el inmobiliario, la hotelería o la construcción, los eventos se han convertido en espacios clave para analizar tendencias,



compartir experiencias reales y detectar oportunidades de inversión y desarrollo.

Este enfoque, basado en la calidad del contenido y en la selección cuidada de los participantes, es uno de los grandes activos del MICE actual. Plataformas como Grupo Vía han sabido interpretar esta evolución, apostando por jornadas, foros y encuentros que priorizan el conocimiento, el networking cualificado y la creación de comunidad profesional. El evento deja de ser un fin en sí mismo para convertirse en un punto de encuentro estratégico dentro de un ecosistema de contenidos y relaciones.

Impacto económico y valor para los territorios

El perfil del asistente MICE destaca por su alto impacto económico. Se trata de un visitante profesional con mayor capacidad de gasto, estancias más largas y una clara orientación al consumo de servicios de calidad. Este impacto se extiende a múltiples sectores, desde la hostelería y el transporte hasta la producción audiovisual, la tecnología, la comunicación o los servicios profesionales.

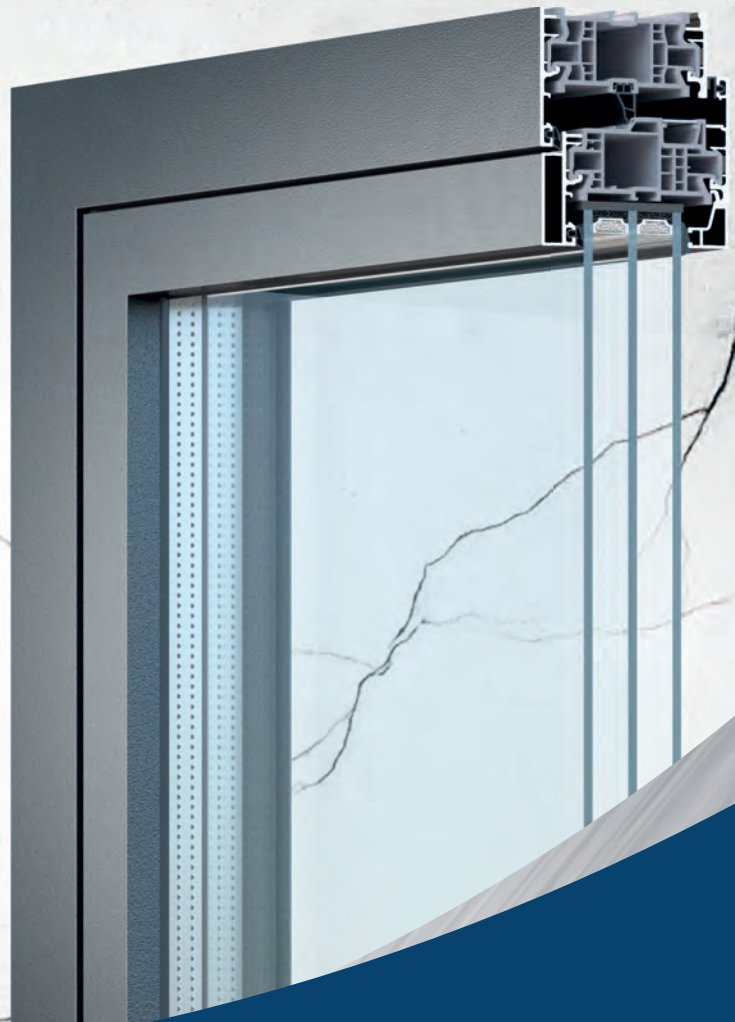
Además, el MICE desempeña un papel fundamental en la desestacionalización del turismo y en la activación de economías locales. A diferencia del turismo vacacional, los eventos profesionales se celebran durante todo el año y permiten posicionar ciudades y destinos como polos de actividad empresarial y profesional. La celebración de encuentros sectoriales en distintas ciudades españolas contribuye a una mayor vertebración territorial y amplía el alcance del ecosistema MICE más allá de las grandes capitales.





ALUNEXT

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



MICE: el negocio que multiplica la rentabilidad hotelera

Cómo los espacios para reuniones y eventos generaron hasta 16.000 millones de euros en España el último año y se han convertido en uno de los activos más estratégicos para los hoteleros

El segmento MICE se ha consolidado como uno de los principales generadores de ingresos estables para los hoteles en España, especialmente en un contexto marcado por la volatilidad del turismo vacacional y la presión sobre los márgenes. Los datos del último ejercicio confirman que los hoteles que cuentan con espacios preparados para reuniones, congresos y eventos corporativos no solo mejoran su ocupación, sino que incrementan de forma notable su rentabilidad global.

Durante el pasado año, el volumen de negocio del turismo MICE en España se situó entre los 14.000 y 16.000 millones de euros, según estimaciones del sector. Más del 60 % de este impacto económico se canalizó directamente a través de hoteles, tanto urbanos como vacacionales reconvertidos al cliente corporativo. Esta cifra refleja una recuperación plena del segmento y, en muchas ciudades, una superación de los niveles previos a 2020.

Desde el punto de vista hotelero, el atractivo del MICE se explica por su alto gasto medio. Un asistente a un evento corporativo genera entre dos y tres veces más gasto diario que un turista de ocio. No solo consume alojamiento, sino también res-

tauración, salas de reuniones, servicios audiovisuales, coffee breaks, cenas de grupo y, en muchos casos, noches adicionales antes o después del evento. Esto se traduce en una mayor facturación por cliente y en una optimización de recursos internos.

Otro dato clave es el impacto directo del MICE en el RevPAR. Los eventos se concentran mayoritariamente entre semana, permitiendo elevar la ocupación en días tradicionalmente más débiles y estabilizar ingresos a lo largo del año. En hoteles urbanos y de costa con estrategia MICE activa, los ingresos procedentes de este segmento pueden representar entre el 25 % y el 40 % de la facturación anual, llegando incluso a porcentajes superiores en establecimientos con una clara orientación corporativa.

El negocio MICE aporta además visibilidad y recurrencia. Las empresas y organizaciones que encuentran una sede eficiente tienden a repetir destino, generando contratos recurrentes y acuerdos marco. Esta fidelización reduce costes de captación, permite planificar con antelación y aporta una mayor previsibilidad financiera, un factor especialmente valorado por la dirección hotelera.



Los datos también muestran una evolución clara en la demanda. El cliente corporativo ya no busca únicamente capacidad, sino experiencias profesionales de alto nivel. Los hoteles que han invertido en diseño, tecnología, flexibilidad de espacios y sostenibilidad están captando eventos de mayor presupuesto y duración. Esta tendencia ha impulsado el reposicionamiento de numerosos hoteles como auténticos hubs de negocio y conocimiento en sus ciudades.

En términos geográficos, Madrid y Barcelona continúan liderando el volumen MICE, pero destinos como Málaga, Valencia, Sevilla, Bilbao o Palma de Mallorca han experimentado crecimientos significativos, gracias a la combinación de conectividad, calidad hotelera y espacios adaptados a eventos profesionales. Paralelamente, hoteles de destinos vacacionales han diversificado su estrategia para atraer eventos fuera de temporada, reduciendo la estacionalidad.

En definitiva, los datos confirman que disponer de espacios MICE no es un complemento, sino un pilar estratégico de negocio. Para los hoteleros, el segmento MICE significa mayor ingreso por cliente, ocupación más equilibrada, fidelización corporativa y una mejora sustancial de la rentabilidad global del activo. En un mercado cada vez más competitivo, el MICE se posiciona como uno de los motores más sólidos y previsibles del negocio hotelero.



Conoce el revestimiento que
eligen las cadenas hoteleras líderes

SOIF
SPAIN



Victoria López Fuentes

Presidenta de Grupo Fedola



Victoria López Fuentes es presidenta de Grupo Fedola, corporación familiar 100% canaria con más de 65 años de trayectoria y más de 1.500 empleados. Desde esta posición lidera la estrategia y el gobierno corporativo del grupo, reforzando su crecimiento sostenible y su consolidación como referente empresarial en Canarias.

Se incorporó a la compañía en 2000, entró en el Consejo de Administración en 2001 y en 2005 asumió la Dirección General de GF Hoteles, cuya división supera hoy las 3.100 plazas hoteleras y cerca de 1.200 empleados. Durante su etapa ejecutiva impulsó la expansión y diversificación del grupo en los ámbitos turístico, industrial y de servicios.

Titulada en Ciencias Empresariales y Máster en Gestión de Empresas Turísticas, participa activamente en el ámbito institucional y ha sido reconocida con el Premio Mujer Empresaria CaixaBank (2021), además de figurar entre las 150 personas más influyentes del turismo en España y en la primera lista Forbes de mujeres canarias.

¿Cómo describiría el momento actual que vive el sector hotelero en Tenerife tras los últimos años de recuperación y consolidación turística?

Hemos vivido unos años de progreso y de crecimiento económico. Quienes dicen que Canarias es una tierra de oportunidades, pueden verlo claramente. Se ha notado en el sector turístico y también en toda la actividad económica que se genera a su alrededor.

El sector hotelero sigue tirando del carro de la economía canaria. Si miramos los datos, de cada 100 euros que se generan en las Islas, 45 están vinculados al turismo. Es una aportación muy importante para nuestra economía.

Además, hemos sido protagonistas en la inversión que ha acompañado ese crecimiento. Hemos sabido adaptarnos en los momentos difíciles y avanzar al mismo tiempo. Hemos mejorado en tecnología, en innovación y, especialmente, en sostenibilidad.

Esa actividad y ese esfuerzo también se traducen en un récord de recaudación por IGIC, algo que beneficia al conjunto de la sociedad. Todo esto explica en gran parte el momento que estamos viviendo.

Canarias ha demostrado una gran resiliencia frente a otros destinos vacacionales. ¿Qué factores diferenciales explican el buen comportamiento del mercado en la isla?

Desde el punto de vista medioambiental, Canarias es única en el mundo. Esto, unido a nuestro buen clima, la seguridad en la que vivimos y la tranquilidad que ofrecemos, se ha convertido en nuestra principal carta de presentación.

Esa base es muy importante, pero la clave de que sigamos teniendo buenos resultados está en cómo hemos sabido gestionar todo eso. No nos hemos quedado solo en lo que la naturaleza nos da, sino en cómo lo trabajamos y lo mejoramos.

Aunque Canarias es un destino maduro y consolidado, hemos sabido adaptarnos y adelantarnos a los nuevos gustos y a las experiencias que demanda el turista de hoy. Hemos invertido en mejorar, en innovar y en ofrecer



propuestas que aporten valor. Y, sobre todo, hemos entendido que la diferencia está en el trato y en la atención que damos cada día a nuestros huéspedes.

Grupo Fedola cuenta con establecimientos de referencia en el sur de Tenerife. ¿Qué posicionamiento estratégico buscan consolidar dentro del segmento hotelero?

Tenemos una isla maravillosa, un destino excepcional y hoteles fantásticos. Todo eso es una realidad. Pero como empresa hemos querido ir un paso más allá y preguntarnos qué sentido tiene lo que hacemos. No se trata solo de crecer o de ganar dinero, aunque eso sea necesario. Se trata de hacer las cosas mejor y de construir algo que tenga futuro.

Ahí está nuestro posicionamiento estratégico. Apostamos por ser más sostenibles de verdad. No por imagen, sino por convicción. Porque el mundo lo necesita y porque algún día nuestros hijos y nuestros nietos nos preguntarán qué hicimos con su tierra. Y tenemos que poder mirarlos a los ojos.

En GF Hoteles llevamos tiempo trabajando en propuestas que aporten valor. Scandal Dinner Show y Olé Flamenco Show se han convertido en referentes del ocio nocturno en Tenerife. Y en gastronomía formamos parte de una de las

mayores concentraciones de estrellas Michelin de España, aquí en el sur de la isla. Con Donaire hemos innovado, por ejemplo, aplicando la precisión de la pastelería a la cocina salada como seña de identidad.

Todo esto se completa con la transformación tecnológica, la apuesta por el talento y la innovación constante. Esa es nuestra forma de diferenciarnos.

¿Cómo están evolucionando las expectativas del cliente que visita Tenerife? ¿Qué cambios detectan en los perfiles, motivaciones o nivel de exigencia?

Podemos pensar que somos muy buenos como destino, y lo somos. Pero debemos tener cuidado con la estrategia de marketing para no caer siempre en lo mismo. No puede ser solo cosmética: paisajes idílicos, naturaleza y poco más. Nuestros turistas llegan y ven la realidad, ven hoteles renovados y con calidad. Por eso nuestro marketing tiene que ser coherente con lo que realmente ofrecemos.

Tenemos que ser, como digo muchas veces, darwinianos. Adaptarnos con rapidez a lo que el huésped espera. Escuchar, observar y ajustar. Nosotros nos definimos como un destino familiar y, en el caso de GF Victoria 5* GL, hemos ampliado servicios para todos los miembros de la familia, especialmente para adolescentes. Sorprender también es entender que dentro de una misma familia hay perfiles distintos.

El valor del destino no está en función del coste, sino de cómo nos perciben quienes nos visitan. Hoy el turista busca experiencias genuinas, que conecten con el lugar y se adapten a sus gustos. Además, la segmentación ya no es solo por nacionalidades, sino por motivaciones y estilos de viaje cada vez más diversos.

La calidad del producto y la renovación de activos son claves en un destino maduro. ¿Qué importancia tiene la inversión en reposicionamiento y modernización dentro de su grupo?

Uno de los retos que nos estamos encontrando en nuestro grupo, en nuestra cadena hotelera, es el cambio en los hábitos de quienes nos visitan. El cliente no es el mismo que hace diez años. Por eso intentamos tener una visión amplia, mirar qué está pasando fuera y adelantarnos a lo que puede influir en nuestras decisiones de inversión.





El reto ahora es definir bien nuestra propuesta de valor. Qué servicios y qué productos tenemos que incorporar para seguir siendo competitivos. Buscamos ofertas diferenciadas: hoteles más especializados, más accesibles, también pet friendly, y adaptados a nuevas demandas. La especialización y la personalización son clave. Hablamos de seniors jóvenes, de adolescentes que quieren su propio espacio, de familias que buscan compartir tiempo juntos, pero también tener momentos para ellos. Todo esto complementa nuestro tradicional modelo de sol y playa.

Hoy ya no vale solo piscina, habitación y parque infantil. Innovar es profundizar.

La modernización forma parte de ese camino. Nos ayuda a ser más competitivos, a reforzar nuestra marca y a integrar innovación, sostenibilidad y servicios que realmente mejoren la experiencia del cliente.

La sostenibilidad se ha convertido en un eje prioritario en el sector turístico. ¿Cómo se traduce este compromiso en la operativa y gestión de los hoteles de Grupo Fedola?

Somos una empresa que ha decidido implicarse para obtener resultados, en lugar de quejarse o esperar a que otros hagan las cosas.

Desde 2007 empezamos a dar pasos hacia un futuro más sostenible, en el ámbito medioambiental, social y económico. Nuestra idea siempre ha sido clara. Dejar la menor huella posible en el entorno y, al mismo tiempo, generar un impacto positivo en la sociedad y en el desarrollo económico.

Incorporar cambios en una empresa no es fácil. Existe una inercia que muchas veces frena. Muy pronto entendimos que las personas eran la clave. Invertir en tecnología o en nuevos procesos sin contar con el equipo no iba a funcionar. La verdadera transformación llegó cuando incorporamos a nuestros profesionales a la estrategia y a las decisiones. Ahí es cuando todo empezó a tener sentido.

Hoy la sociedad canaria espera que seamos sostenibles. También nuestros huéspedes, turoperadores, agencias, entidades financieras y organismos reguladores. La tecnología evoluciona constantemente y, si hay implicación real, se pueden hacer grandes cosas. En definitiva, la sostenibilidad se ve en la gestión diaria, en cómo tomamos decisiones para ser más eficientes y en cómo cuidamos a nuestros equipos. El destino lo necesita y el cliente lo exige cada vez más.

En un contexto de creciente debate sobre el modelo turístico en Canarias, ¿cómo cree que debe evolucionar el desarrollo hotelero en Tenerife para garantizar equilibrio y competitividad?

Dicen que somos la industria de la felicidad y asumimos esa responsabilidad con mucha seriedad. En nuestro sector hablamos de innovación, de experiencias, de sostenibilidad, de respeto al territorio y de convivencia con los residentes. Todo eso debe estar en equilibrio, porque sin equilibrio no hay futuro.

Para mí, el equilibrio también significa diversificar la economía. Que el sector hotelero crezca

de forma responsable y que, al mismo tiempo, se fortalezca todo lo que se genera a su alrededor.

Contamos con uno de los convenios de hostelería más avanzados. Somos un sector especialmente regulado, inspeccionado y con importantes exigencias en materia de sostenibilidad que no siempre se ven en otros ámbitos. Es un modelo de éxito, tractor de la economía y motor para sectores como el primario, la construcción o el ocio. Por eso, cuando se habla de revisar o replantear el modelo, el sector debe estar en la mesa.

Lo que no podemos aceptar es que se responsabilice al turismo de déficits históricos en planificación o de la falta de inversión pública en carreteras, vivienda e infraestructuras. El equilibrio real exige corresponsabilidad y visión a largo plazo desde el ámbito público.

Solo desde ese equilibrio social, territorial y económico seguiremos siendo competitivos.

¿Qué retos principales afronta actualmente el sector en la isla: costes operativos, talento, regulación, presión social, conectividad...?

Hoy el sector comparte preocupaciones muy claras. La conectividad es una de nuestras mayores fortalezas como destino. No solo para poder llegar a Canarias en buenas condiciones, sino también para movernos dentro de la isla con infraestructuras adecuadas. Eso es clave para no perder competitividad frente a otros mercados. Desde la actividad hotelera llevamos tiempo trasladando la necesidad de invertir en aeropuertos, carreteras e infraestructuras. Son planteamientos conocidos por las administraciones públicas, pero necesitamos un diálogo más abierto y constructivo para avanzar.

La productividad y el absentismo laboral son otro reto importante. El incremento de las bajas impacta directamente en los costes y sitúa a Canarias en cifras muy superiores a la media nacional. Es una realidad que debemos analizar con rigor y afrontar de forma conjunta.

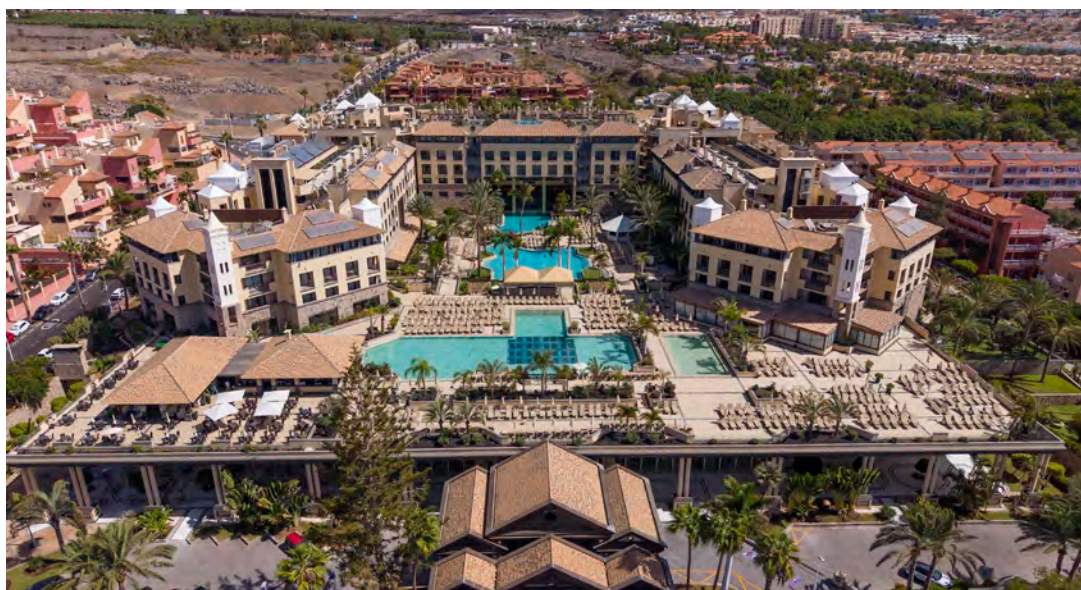
A esto se suma el colapso burocrático para realizar inversiones. La complejidad administrativa retrasa proyectos, encarece las actuaciones y genera inseguridad jurídica. Esto no solo afecta al sector hotelero, sino también a otros ámbitos estratégicos como la construcción.

Sin planificación, coordinación y voluntad de acuerdo, estos retos seguirán creciendo y afectando al desarrollo de la isla.

El turismo premium y experiencial está ganando peso. ¿Observa una tendencia hacia una mayor segmentación del producto hotelero en Tenerife?

Sin duda, Tenerife ha evolucionado hacia un destino más especializado, aunque todavía podemos avanzar mucho más en la segmentación del producto.

La segmentación no es una moda, es una forma de entender mejor al cliente. En 2025 comenzamos a proyectar GF Victoria, un cinco estrellas gran lujo pensado para familias con adolescentes. Muchos lo veían arriesgado. Un hotel de alta gama centrado en una etapa familiar exigente no parecía lo habitual. Sin embargo, confiamos en el concepto y desarrollamos una propuesta realmente diferencial.





Fue tan especial que el Parlamento de Canarias lo declaró de interés general en plena época de moratoria turística.

Diseñamos servicios e instalaciones específicas para ese segmento y formamos al equipo con ese enfoque. Hoy sabemos que fue una decisión acertada y que la especialización nos permite conectar mejor con el huésped y ofrecerle exactamente lo que busca.

La segmentación no es una moda, es una forma de entender mejor al cliente. En 2025 comenzamos a proyectar GF Victoria, un cinco estrellas gran lujo pensado para familias con adolescentes. Muchos lo veían arriesgado. Un hotel de alta gama centrado en una etapa familiar exigente no parecía lo habitual. Sin embargo, confiamos en el concepto y desarrollamos una propuesta realmente diferencial. Fue tan especial que el Parlamento de Canarias lo declaró de interés general en plena época de moratoria turística.

Diseñamos servicios e instalaciones específicas para ese segmento y formamos al equipo con ese enfoque. Hoy sabemos que fue una decisión acertada y que la especialización nos permite conectar mejor con el huésped y ofrecerle exactamente lo que busca.

¿Cómo valora la colaboración público-privada en la promoción y planificación del destino? ¿Es suficiente para afrontar los desafíos futuros?

Creo que la promoción del destino en ferias y en eventos especializados es positiva. Todo suma. Pero sigo insistiendo en que ese marketing debe ser coherente con lo que el turista encuentra cuando aterriza en Tenerife. No podemos vender una imagen excelente y que luego se encuentre con colas en la autopista, desorden en el control de pasaportes o falta de transporte público, especialmente de taxis al salir del aeropuerto. Ahí es donde debemos actuar con más determinación.

La mayor fortaleza de nuestro destino no está solo en los hoteles o en las playas, sino en la conectividad aérea. Sin esa capacidad de conexión, no hay destino. Por eso es fundamental seguir mejorando y planificar con visión de futuro.

También creo que no podemos quedarnos esperando únicamente decisiones de las instituciones públicas para favorecer la movilidad.

En nuestros hoteles trabajamos con Ciclogreen, una empresa que ofrece una plataforma para compartir diferentes medios de transporte y fomentar una movilidad más sostenible.

Está funcionando muy bien y demuestra que, cuando hay voluntad, se pueden impulsar soluciones reales.

Aun así, me siento privilegiada. Tenemos un destino extraordinario y un gran potencial si trabajamos unidos.

Próximos años ¿Contemplan nuevas inversiones, ampliaciones o diversificación?

Si hablamos de Grupo Fedola, lo primero que hay que recordar es que somos una empresa familiar. Nuestro crecimiento siempre tiene que ser sostenible desde el punto de vista económico y coherente con nuestra forma de entender la empresa. Y mantenemos como parte de nuestra cultura la diversificación económica.

En el ámbito hotelero vamos a seguir invirtiendo, pero no para crecer en número de establecimientos, sino para renovar y situar a la vanguardia los complejos que ya tenemos.

Estamos acometiendo una inversión muy importante en GF Gran Costa Adeje y seguiremos mejorando el resto. También queremos desarrollar más propuestas vinculadas al ocio y a la gastronomía, con nuevos restaurantes y experiencias complementarias.

En el sector tecnológico estamos avanzando en robótica, en inteligencia artificial aplicada a procesos y en mejoras constantes en protección medioambiental.

En construcción creemos claramente en la construcción industrializada como parte del futuro, desarrollando nuevos materiales más sostenibles, más rápidos y de mayor calidad.

Y seguimos apostando por el sector primario, con campos de ensayo para variedades de papa más sostenibles y productivas, además de innovar en productos responsables para el sector hotelero.

Nuestro objetivo es seguir creciendo, pero con sentido.

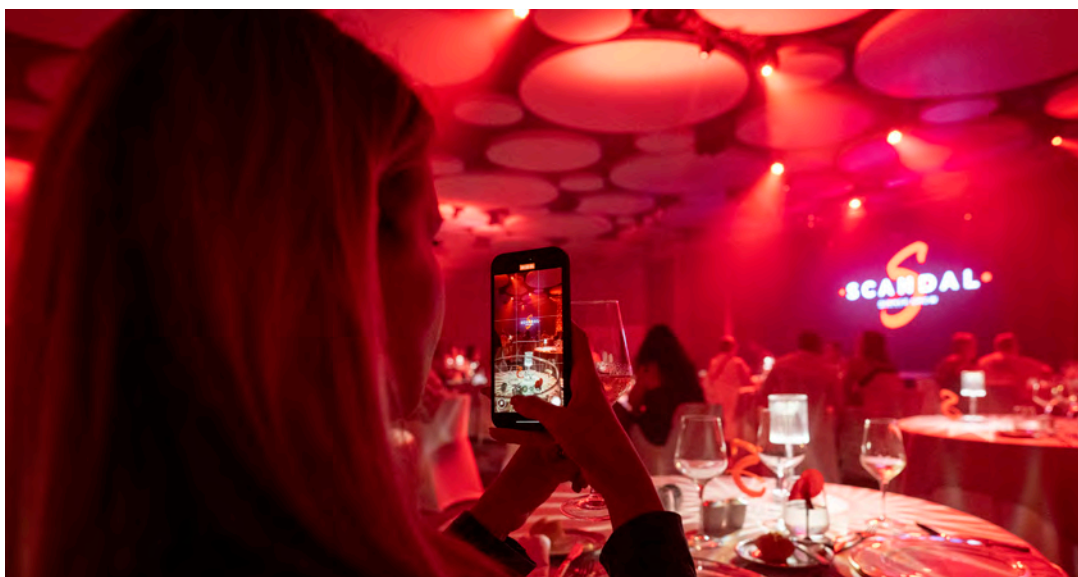
A nivel personal, ¿qué visión tiene sobre el futuro del sector hotelero en Tenerife en la próxima década y qué papel le gustaría que desempeñara su grupo en esa evolución?

Estamos diseñando un nuevo tiempo y Grupo Fedola quiere ser protagonista de ese cambio, no un espectador más. La próxima década será decisiva para el sector hotelero en Tenerife y la capacidad de cooperación entre empresas y administraciones públicas será clave. Nosotros queremos estar ahí, sentados en las mesas de decisión, influyendo y aportando. Porque todo lo que se decida afectará, de una forma u otra, a las familias que forman parte de nuestro grupo.

Para afrontar ese futuro necesitamos prepararnos mejor. Tenemos que seguir formándonos y atraer el mejor talento. Los retos serán cada vez más exigentes y debemos estar listos. Al mismo tiempo, no podemos perder nuestra esencia. Nuestra forma de ser, la cercanía y la calidez seguirán siendo fundamentales.

A veces una simple sonrisa genera un impacto enorme en quien nos visita, y eso no se puede sustituir con tecnología.

Hay una frase de Michael Hammer que me gusta mucho: "El éxito no está en prever el futuro, sino en prepararnos para un futuro no previsto". Y esa es exactamente nuestra actitud.





Nuevo VRV 5: El futuro de la climatización de edificios

1 Sostenible

La solución para reducir la huella de CO₂ de tu edificio

R-32

2 Adaptable

Tecnología flexible que puede adaptarse a cualquier edificio en cualquier lugar

3 Inteligente

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



4 Soporte

Amplia red de expertos para ofrecerte asesoramiento especializado **BREEAM**

5 Tecnología Shirudo

Sonda de fuga de refrigerante en todas las unidades interiores



BLUEEVOLUTION



R-32

Descubre todo lo que
el VRV5 puede cambiar
en los edificios



Fuerte Group Hotels impulsa la experiencia del viajero con la tecnología de Oyra

Fuerte Group Hotels ha firmado una alianza estratégica con OYRA Transfers and Experiences para digitalizar y comercializar en tiempo real las experiencias de sus ocho hoteles en Andalucía e Ibiza.

El acuerdo permitirá reservar servicios como daypass frente al Mediterráneo, rituales de bienestar, talleres artesanales o tratamientos de alta cosmética, ampliando la propuesta más allá del alojamiento tradicional y generando nuevas vías de ingresos complementarios.

La iniciativa refuerza la estrategia del grupo —con marcas como El Fuerte Marbella, Daia Slow Beach Hotels, Amàre Hotels y Fuerte Hoteles— de evolucionar hacia un modelo experiencial integral, alineado con las tendencias del turismo premium 2026. El objetivo es optimizar canales de venta, incrementar ingresos por servicios complementarios y consolidar el hotel como espacio abierto al destino, accesible tanto para huéspedes como para visitantes no alojados.



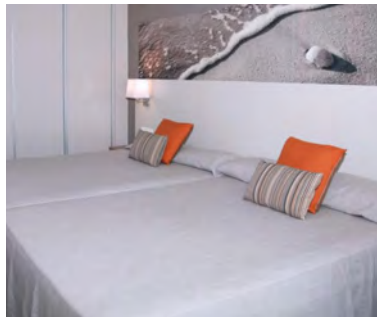
Sixth Street traspasa un hotel en España por 13,1 M€

El fondo estadounidense Sixth Street ha cerrado la venta del Hotel Salou Sunset (Tarragona) por 13,1 M€, activo que estaba operado por Pierre & Vacances tras su reposicionamiento. El comprador ha sido una sociedad controlada por Tikehau Capital.

La operación se enmarca en la estrategia de optimización y rotación de activos turísticos del fondo en España.

El hotel formaba parte de una cartera adquirida hace cinco años junto a Pierre & Vacances, que incluía establecimientos en Benidorm, Lloret de Mar y Salou, superando las 1.000 habitaciones. Tras

integrar los activos en la socimi Global Cortiguera, Sixth Street ha iniciado su desinversión gradual, recuperando parte del capital invertido y consolidando su presencia en el mercado inmobiliario y hotelero español, donde también mantiene participaciones como la promotora residencial Vía Célere.



Blasson se hace con el Ibiza Corso con una inversión de 40 M€

Blasson Property Investments, a través de su división Veltaro, ha adquirido el Ibiza Corso Hotel & Spa en Marina Botafoc (Ibiza) con el objetivo de acometer una renovación integral valorada en 40 M€.

El activo será reposicionado en el segmento cinco estrellas y reducirá su capacidad de 175 a 154 habitaciones y suites, todas con terrazas privadas y vistas al puerto y al mar. El proyecto incorporará restaurante de día, lobby bar, rooftop con piscina y solárium, además del club Lío Ibiza, reforzando

su propuesta lifestyle en uno de los enclaves más consolidados del Mediterráneo. La gestión será asumida por Arabella Hospitality España mediante contrato HMA a partir de abril de 2026, en su primer acuerdo en España para un activo no propio. Tras la reforma, el hotel reabrirá en primavera de 2027 como Hotel Corso Puerto Ibiza, Autograph Collection, integrándose en Marriott International dentro de la estrategia asset light de expansión de Arabella Hospitality en el segmento premium.

La prima de las branded residences en España, ajustada a mercado

El Branded Residences Monitor, presentado en Galería Canalejas y basado en 36.000 transacciones, concluye que la prima atribuida a las branded residences está sobreestimada si no se compara con los máximos históricos.

Aunque el mercado habla de sobrepre-

cios del 25%-40%, el incremento estructural real se sitúa en torno al 5,74%, lo que evidencia que el ciclo de la inversión inmobiliaria pesa más que la marca.

El estudio confirma que la marca actúa como consolidada de valor: cataliza precios en destinos emergentes y estabiliza en

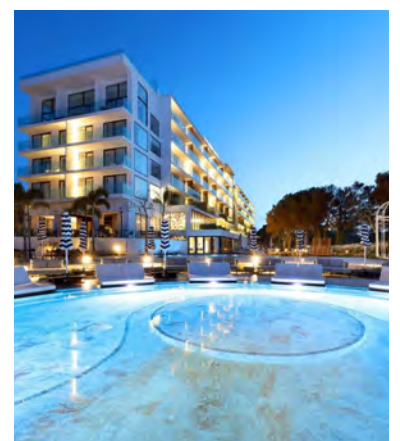
mercados maduros. En línea con el Gran Debate Hotelero y el Futuro Arquitectura Madrid, el valor diferencial reside en la calidad, los materiales de construcción y el posicionamiento en viviendas de alta calidad y proyectos de Diseño y Hospitalidad Mallorca: Arquitectura Hotelera.

Grupo Empresas Matutes compra tres hoteles de lujo por 300 M€

Grupo Empresas Matutes ha comprado el 75% que Azora mantenía en tres hoteles de lujo en Ibiza y Sicilia por 300 M€, culminando la joint venture iniciada en 2019 para reposicionar estos activos, que suman cerca de 1.000 habitaciones en segmentos luxury y premium all-inclusive: Bless Hotel Ibiza, TRS Ibiza Hotel y Grand Palladium Sicilia Resort & Spa.

Los establecimientos seguirán siendo gestionados por Palladium Hotel Group, garantizando continuidad y estándares de excelencia. La operación refuerza

la apuesta de Grupo Empresas Matutes por consolidar su liderazgo en destinos mediterráneos de alto valor, mientras Azora avanza en su estrategia de rotación y desarrollo hotelero en Europa.



RESTAURACIÓN HOTELERA EN ESPAÑA

La evolución de la gastronomía como eje de valor en los hoteles



CÓMO LA RESTAURACIÓN HOTELERA ALCANZA UN NUEVO PUNTO DE EQUILIBRIO Y SE CONSOLIDA COMO MOTOR ESTRATÉGICO

La restauración hotelera (restaurantes de hotel abiertos a cliente externo, rooftops, lobby bars, desayunos, banquetes y eventos MICE) ha entrado en 2025 con una base de demanda muy sólida, impulsada por el récord de turismo internacional y por un cambio claro en el patrón de gasto: menos “volumen” como único objetivo y más foco en valor, experiencia y rentabilidad por cliente.

En 2025, España volvió a situarse en máximos históricos de turismo internacional, con 97 millones de turistas extranjeros y un gasto turístico récord (en torno a 135.000 M€ según análisis sectoriales), consolidando al turismo como motor estructural de ingresos para hoteles urbanos y vacacionales, con efectos directos sobre la ocupación, el consumo interno y la rentabilidad hotelera.

La restauración hotelera (restaurantes de hotel abiertos a cliente externo, rooftops, lobby bars, desayunos, banquetes y eventos MICE) ha entrado en 2025 con una base de demanda muy sólida, impulsada por el récord de turismo internacional y por un cambio claro en el patrón de gasto: menos “volumen” como único objetivo y más foco en valor, experiencia y rentabilidad por cliente.

En 2025, España volvió a situarse en máximos históricos de turismo internacional, con 97 millones de turistas extranjeros y un gasto turístico récord (en torno a 135.000 M€ según análisis sectoriales), consolidando al turismo como motor estructural de ingresos para hoteles urbanos y vacacionales, con efectos directos sobre la ocupación, el consumo interno y la rentabilidad hotelera.



La experiencia gastronómica como producto estratégico: rentabilidad y profesionalización del F&B

La restauración hotelera evoluciona de servicio complementario a elemento central de la propuesta de valor. El hotel compite como destino gastronómico, especialmente en segmentos premium y lifestyle, donde concepto, identidad, integración local y consistencia operativa marcan la diferencia entre 2025 y 2028.

La presión sobre costes y márgenes impulsa una gestión más técnica y basada en datos. El F&B se apoya en control de mermas, escandallos dinámicos y optimización de espacios y cartas, consolidándose como un área clave para sostener la rentabilidad hotelera en un contexto de crecimiento moderado.

Cuando la regulación y la sostenibilidad se convierten en obligación y la tecnología en ventaja competitiva

La normativa en desperdicio alimentario y gestión de envases convierte la sostenibilidad en un requisito de cumplimiento. Entre 2025 y 2028, los hoteles que integren estos criterios en sus procesos operativos ganarán eficiencia, reputación y atractivo para el cliente corporativo.

La digitalización se incorpora de forma progresiva en la restauración hotelera para mejorar previsión, control y personalización. La tecnología se orienta a optimizar la operación y liberar tiempo del equipo, manteniendo la hospitalidad y la calidad del servicio como ejes centrales.

La transformación de la restauración hotelera en España: nuevas dinámicas, rentabilidad y experiencia entre 2025 y 2028

Entre 2025 y 2028, la restauración hotelera en España consolida su transformación de servicio accesorio a elemento central de la propuesta de valor del hotel.

El crecimiento sostenido del turismo internacional y el aumento del gasto por visitante refuerzan el papel del F&B como una palanca clave de ingresos, pero también elevan el nivel de exigencia en términos de diferenciación, calidad y rentabilidad.

El restaurante del hotel deja de concebirse únicamente como un espacio para el huésped y pasa a competir activamente como destino gastronómico, especialmente en hoteles urbanos, resorts y establecimientos de

posicionamiento premium y lifestyle. En este periodo, la propuesta gastronómica se integra de forma más clara en la identidad del hotel, aportando coherencia al relato de marca y reforzando la experiencia global del cliente.



Concepto, diseño, servicio y consistencia operativa se convierten en factores determinantes para atraer tanto al cliente alojado como al público local, cada vez más dispuesto a consumir en hoteles que ofrecen experiencias diferenciadas y alineadas con valores como la autenticidad, la calidad del producto y la conexión con el entorno.

Paralelamente, la restauración hotelera avanza hacia modelos más eficientes y orientados al incremento del gasto medio por cliente, frente a estrategias basadas exclusivamente en volumen.

La segmentación por momentos de consumo desayunos de mayor valor añadido, propuestas

all-day dining, bares y rooftops con identidad propia, así como una oferta específica para eventos permite optimizar recursos, mejorar ratios de ocupación y adaptar la estructura de costes a una demanda más previsible. Esta evolución resulta especialmente relevante en un contexto de presión sobre márgenes y costes operativos crecientes.

En este escenario, la restauración hotelera se consolida como un activo estratégico de largo recorrido, capaz de generar impacto más allá de la cuenta de resultados inmediata. Entre 2025 y 2028, los establecimientos que apuesten por propuestas gastronómicas bien definidas estarán mejor preparados para competir en un mercado cada vez más exigente.

Especial Restauración Hotelera

Eficiencia operativa y sostenibilidad: el nuevo estándar de la restauración hotelera

La gestión de la restauración hotelera se profesionaliza de forma notable entre 2025 y 2028, impulsada por la necesidad de controlar costes, mejorar la rentabilidad y cumplir con un marco normativo cada vez más exigente. El uso de herramientas de análisis, control de mermas, escandallos dinámicos y previsión de demanda se generaliza, permitiendo una toma de decisiones más informada y alineada con los objetivos económicos del hotel.

La sostenibilidad deja de ser un elemento reputacional para convertirse en un factor operativo y de cumplimiento, especialmente tras la entrada en vigor de la normativa relacionada con el desperdicio alimentario y la gestión de envases. Los hoteles que integran estos criterios en sus



procesos desde la compra y el porcionado hasta la gestión de residuos y la reutilización no solo reducen costes, sino que refuerzan su posicionamiento ante clientes corporativos y organizadores de eventos, cada vez más sensibles a los criterios ESG.

En este escenario, la tecnología actúa como un facilitador clave. La digitalización de procesos, la automatización de tareas repetitivas y el uso de herramientas de predicción permiten liberar tiempo del equipo para centrarse en la calidad del servicio y la experiencia del cliente. La restauración hotelera avanza así hacia un modelo más equilibrado, donde eficiencia y hospitalidad conviven, y donde el F&B se consolida como un activo estratégico dentro del modelo económico del hotel.

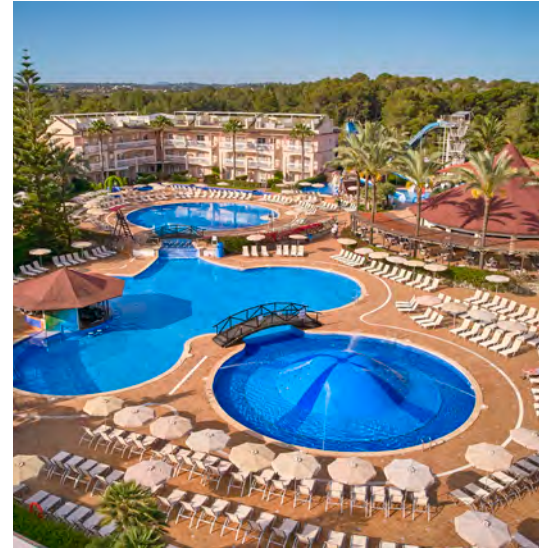
Zafiro Can Picafort redefine el lujo familiar en Mallorca

El Zafiro Can Picafort reabrirá el 27 de marzo tras una ambiciosa reforma que consolida su apuesta por el segmento familiar dentro del ámbito de Diseño y Hospitalidad Mallorca: Arquitectura Hotelera.

Ubicado junto a Playa de Muro y Puerto de Alcudia, el establecimiento ha rediseñado todas sus habitaciones con un concepto mediterráneo contemporáneo, incorporando suites con jardín privado, Penthouse dúplex con jacuzzi, suites Swim Up y una nueva suite con piscina privada, alineándose

se con la demanda de viviendas de alta calidad en destinos vacacionales consolidados.

La renovación incorpora dos nuevos restaurantes a la carta, La Tavola y Blackwell's Corner, que, elevan la experiencia del huésped y refuerzan el reposicionamiento del activo, en línea con el Gran Debate Hotelero. Con modernas instalaciones, apuesta por materiales de construcción sostenibles y una propuesta vinculada al urbanismo sostenible, el complejo fortalece su atractivo para la inversión inmobiliaria en Baleares.



Vestige Collection abre el hotel boutique Binidufà en Menorca

La operadora Vestige Collection ampliará su presencia en Menorca con la apertura de Binidufà el próximo 30 de abril, su segundo hotel boutique dentro de una finca de 800 hectáreas en el norte de la isla.

El nuevo establecimiento operará de forma conjunta con Son Ermità, que iniciará temporada el 15 de abril, consolidando un complejo turístico integrado que compartirá servicios e instalaciones.

Ubicado en una antigua finca agrícola de origen árabe, Binidufà contará con 11 habitaciones y suites rehabilitadas mediante técnicas tradicionales y materiales locales, combinando interiorismo contemporáneo con el respeto por la

arquitectura histórica. El proyecto apuesta por la gastronomía vegetal a través del restaurante Mesura y actividades vinculadas a la naturaleza. Con tarifas desde 650 euros por noche, la apertura refuerza la estrategia de la compañía centrada en la preservación y regeneración de enclaves de alto valor arquitectónico y ambiental.



SmartRental impulsa 'Suio' con 768 unidades en Europa hasta 2028

SmartRental Group refuerza su estrategia de crecimiento con el lanzamiento de SUIO, su nueva marca centrada en el flex living, un segmento en plena expansión que combina el alquiler tradicional con servicios propios del sector hotelero.

Con esta apuesta, la compañía amplía su posicionamiento en el mercado residencial flexible, respondiendo a una demanda creciente de estancias medias en las principales ciudades europeas y apoyándose en su experiencia en hospitality y living.

La nueva vertical nace con un pipeline de 768 unidades hasta 2028 en España, Alemania y Grecia, configurando una plataforma paneuropea. El plan prevé 265 unidades en su primer ejercicio, 213 en 2027 y 290 en 2028, con aperturas en Alcobendas y Madrid en 2026, expansión a Berlín en 2027 y nuevos proyectos en Málaga y el eje Atenas-Pireo en 2028. Actualmente, el grupo opera 38 activos en Europa y supera las 3.500 unidades, consolidando el alojamiento flexible como uno de sus principales motores de crecimiento.

Accor gana 449 M€ (-26%) y añade 51.000 habitaciones

Accor obtuvo en 2025 un beneficio neto de 449 millones de euros, por debajo de los 610 millones del año anterior, cuando los resultados estuvieron impulsados por plusvalías extraordinarias.

A pesar de esta caída, el grupo abrió 303 hoteles y 51.000 habitaciones, elevando su cartera a 5.836 establecimientos y más de 881.000

habitaciones en todo el mundo. En el plano operativo, los ingresos alcanzaron los 5.639 millones de euros (+4,5 % a tipo de cambio constante) y el EBITDA recurrente los 1.201 millones (+13,3 %), superando previsiones. Accor destaca la diversificación de su cartera y el impulso del segmento Luxury & Lifestyle como claves para afrontar 2026 con confianza.

METT Barcelona impulsa su nueva oferta gastronómica mediterránea

El METT Barcelona refuerza su posicionamiento lifestyle con 1925 Vermutería y el restaurante Albarada, reinterpretando la tradición mediterránea desde una óptica contemporánea.

1925 recupera el ritual del aperitivo barcelonés con tapas clásicas como gildas o croquetas, en un entorno con vistas panorámicas alineado con las tendencias en Diseño y Hospitalidad Mallorca: Arquitectura Hotelera y la demanda de experiencias vinculadas a viviendas de alta calidad. El espacio se concibe como un punto de encuentro

que reivindica la pausa, la conversación y la gastronomía informal de calidad como parte de la identidad urbana de Barcelona.

Albarada, dirigido por Rubén Briones y diseñado por Astet Studio, apuesta por producto local en un espacio inspirado en el Mediterráneo y el Noucentismo, integrando arquitectura y paisaje. Con materiales de construcción naturales y una propuesta ligada al urbanismo sostenible, el hotel refuerza su atractivo para la inversión inmobiliaria en Barcelona.





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)

ÚNICOS

LOS HOTELES MÁS EXCLUSIVOS

FORTE DE GAIA, AUTOGRAPH COLLECTION



FORTE DE GAIA, AUTOGRAPH COLLECTION

119 habitaciones y suites

Piscina exterior climatizada

Gimnasio

Pool Bar

Aparcamiento público vigilado

las 24 horas junto al hotel

Renata Restaurant & Terrace

con vistas a la ciudad de Porto

Dos salas privadas para eventos y cuatro salas de reuniones, una con capacidad para hasta 280 personas

Roxo Bar Wine & Spirits

Rua Serpa Pinto, 60
4400-307 V. N. Gaia, Porto
+ 351 220 157 540

reservations@fortedegaia.com
www.fortedegaia.com

FORTE DE GAIA
HOTEL PORTO

AUTOGRAPH COLLECTION®
HOTELS

Ubicado en la orilla sur del río Duero, en Vila Nova de Gaia, el Forte de Gaia es un hotel de carácter único que combina historia, diseño contemporáneo y una fuerte conexión con el destino. Integrado en la prestigiosa colección de Autograph Collection, este hotel se distingue por su identidad propia y su cuidada atención al detalle, ofreciendo una experiencia auténtica y sofisticada.

El edificio tiene su origen en la Real Companhia Velha, una de las casas vinícolas más antiguas de Portugal, lo que confiere al hotel una profunda relación con la tradición vinícola de la región. Esta herencia se reinterpreta a través de un diseño elegante y envolvente, firmado por la reconocida diseñadora portuguesa Nini Andrade Silva, donde materiales nobles, texturas cálidas y referencias culturales dialogan con un lenguaje contemporáneo.

Las habitaciones y suites destacan por su amplitud, confort y atmósfera serena, pensadas para ofrecer descanso y bienestar. Algunas de ellas cuentan con balcones o terrazas y ofrecen vistas al río Duero y a la ciudad de Porto, permitiendo disfrutar de la luz natural y del paisaje urbano desde una perspectiva privilegiada.

La propuesta gastronómica es otro de los grandes pilares del hotel, con una cocina portuguesa reinterpretada con influencias de países con herencia cultural portuguesa. Esta experiencia se acompaña de una cuidada selección de vinos nacionales e internacionales, pensada para complementar cada momento gastronómico. A ello se suman una piscina climatizada, espacios dedicados al relax y salas privadas ideales para eventos sociales o encuentros exclusivos.

Gracias a su ubicación privilegiada en Vila Nova de Gaia, el hotel es el punto de partida perfecto para explorar las bodegas históricas, cruzar el río hacia Porto o descubrir la riqueza cultural y gastronómica del norte de Portugal. Forte de Gaia es, en esencia, un destino en sí mismo: elegante, auténtico y profundamente conectado con su entorno.



HOTEL INTERCONTINENTAL MADRID

HOTEL INTERCONTINENTAL
MADRID

302 habitaciones y 33 Suites

16 salas reunión

Club Lounge

Restaurante El Jardín

Bar 49

Terraza de verano

Wellness Center

Servicio de habitaciones

Servicio personalizado de
conserjería

Brunch de los domingos

P.º de la Castellana, 49, Chamberí

28046 Madrid

+34 917 007 300

icmadrid@ihg.com

www.madrid.intercontinental.com

INTERCONTINENTAL.
MADRID

InterContinental Madrid es, desde su inauguración, uno de los hoteles de cinco estrellas más emblemáticos de la capital. Situado en pleno Paseo de la Castellana, a pocos minutos de la exclusiva Calle Serrano y con excelentes conexiones a los principales puntos de interés de la ciudad, el hotel combina a la perfección tradición, sofisticación y un servicio a la altura de los viajeros más exigentes.

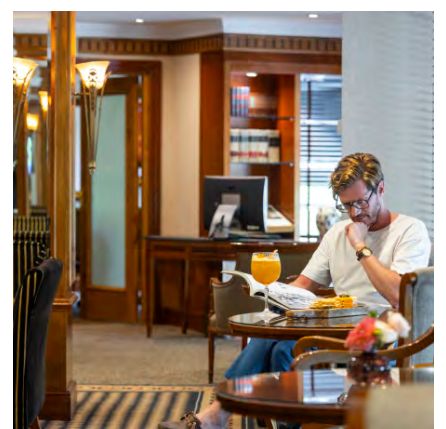
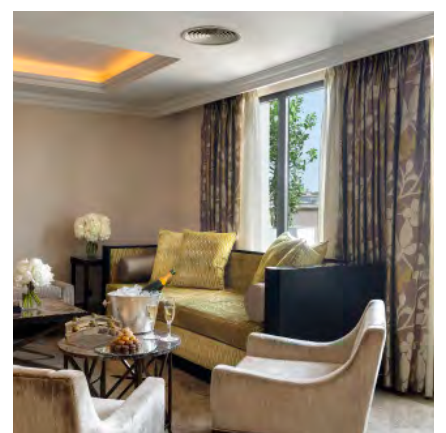
Con 302 habitaciones, entre ellas 33 elegantes suites y un exclusivo Club InterContinental, el hotel ofrece un portafolio de alojamiento único en Madrid. Su joya más preciada es la Suite Real, un espectacular espacio de más de 400 m² con una terraza de 220 m² que se asoma a la Castellana. Dividida en cuatro ambientes, esta suite representa una armoniosa fusión de arte y diseño contemporáneo y se ha convertido en el escenario perfecto para los eventos privados más exclusivos.

El compromiso del hotel con la excelencia se extiende al ámbito de los eventos y reuniones. Con 16 salas luminosas y versátiles, capaces de adaptarse a cualquier ocasión, InterContinental Madrid es un referente en organización de eventos corporativos, sociales e institucionales. Su acceso directo desde la Castellana convierte al hotel en un escenario excepcional para presentaciones de automóviles, y sus instalaciones cuentan con avanzadas tecnologías de gestión y un firme compromiso con el medio ambiente. No es casualidad que haya sido reconocido hasta en seis ocasiones por los World Travel Awards como "Mejor Hotel MICE de España".

El equipo del hotel trabaja de manera conjunta para diseñar experiencias a medida, donde cada detalle importa. La gastronomía ocupa un lugar central en esta filosofía: desde los menús para eventos y almuerzos de negocios servidos en el restaurante El Jardín, hasta el célebre Brunch dominical bajo la cúpula principal, considerado uno de los mejores de la ciudad.

Además, gracias a la colaboración internacional entre la marca InterContinental y la aplicación TimeShifter, todos los huéspedes disfrutan de acceso gratuito a esta herramienta pionera en la gestión del jet lag, lo que les permite aprovechar al máximo su estancia en Madrid.

InterContinental Madrid continúa siendo un icono de la hotelería de lujo y un escenario incomparable donde celebrar los momentos más exclusivos, combinando historia, confort y un servicio impecable para quienes buscan una experiencia verdaderamente excepcional.



HOTEL SILKEN PUERTA DE VALENCIA



HOTEL SILKEN PUERTA DE VALENCIA

Ubicación estratégica entre el centro y la
Ciudad de las Artes

150 habitaciones, 6 Junior Suite, 1 Suite
400m2 en salas de reuniones modulares

Servicios adaptados para reuniones
corporativas y eventos sociales

Convenio con gimnasio Viva Gym

Restaurante de cocina local y room
service

Desayuno buffet con productos
seleccionados

Excelente conexión con transporte
público

Servicio de alquiler de bicicletas
Parking privado

Avenida Cardenal Benlloch 28

46021 Valencia

+34 963 936 395

eventos.puertavalencia@hoteles-silken.com

www.hoteles-silken.com

Silken
PUERTA
VALENCIA



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

Cercano al centro de la ciudad y al recién estrenado estadio Roig Arena, al cual se puede llegar fácilmente haciendo uso de las múltiples opciones de transporte público situadas muy cerca del hotel.

El hotel Silken Puerta Valencia ofrece la posibilidad de celebrar reuniones en sus instalaciones y, además, aprovechar el tiempo libre para conocer la ciudad, recientemente declarada Capital Verde Europea 2024.

Comprometidos con el bienestar de sus clientes, el hotel continúa con las mejoras de sus instalaciones. En esta ocasión, ha comenzado con la renovación de sus habitaciones, apostando por un diseño contemporáneo sin renunciar a la funcionalidad y la comodidad que lo caracterizan.

El establecimiento dispone de un buffet de desayuno desde primera hora de la mañana, con una amplia variedad de frutas, bollería, embutidos, zumos y mucho más.

Su restaurante ofrece diferentes menús entre semana y fin de semana. Además, cuenta con servicio de room service para quienes prefieran descansar en la habitación.

La propuesta gastronómica incluye sabores de la cocina tradicional valenciana, con platos elaborados con productos frescos, muchos de ellos procedentes de los huertos del litoral valenciano.

La fachada, diseñada por Javier Mariscal, rinde un guiño a la cultura valenciana y constituye uno de los elementos más diferenciadores del hotel.

El hotel Silken Puerta Valencia espera su visita.



ONLY YOU HOTEL SEVILLA



ONLY YOU HOTEL SEVILLA

209 habitaciones

Floristería en lobby by Verde Oliva

Pastelería de autor en

Breakery with Manu Jara

Restaurante Trotamundos con cocina ininterrumpida hasta las 11 pm

Piscina climatizada

Limbo Cocktail & Pool Lounge

Weekend Brunch con música en vivo

Gimnasio 24h

9 espacios versátiles para eventos

Diseño reconocido por el interiorista

Lázaro Rosa-Violán

Ubicación estratégica

frente a Santa Justa

Gastronomía y coctelería de autor

Desayuno buffet

Avenida Kansas City 7

41018 Sevilla

+34 954 91 97 97

sevilla@onlyyouhotels.com

www.onlyyouhotels.com

**Only
YOU**
HOTEL SEVILLA

Only YOU Hotel Sevilla aterriza en la capital andaluza fusionando la esencia de Sevilla con las tendencias cosmopolitas más actuales. Más que un hotel, se presenta como un punto de encuentro natural entre viajeros internacionales y público local. El establecimiento refleja una manera cercana de vivir la ciudad, donde la experiencia va más allá del alojamiento.

Ubicado estratégicamente frente a la estación Sevilla Santa Justa, ofrece una conexión privilegiada con los principales enclaves culturales y comerciales. Su interiorismo, firmado por Lázaro Rosa-Violán, propone una cuidada fusión de culturas, materiales y estilos, dando forma a espacios cálidos, sofisticados y llenos de personalidad. Cada ambiente está concebido para invitar a la pausa, al encuentro y a disfrutar de la ciudad desde dentro.

La gastronomía ocupa un papel protagonista gracias a una propuesta diversa y de calidad que convierte al hotel en un destino en sí mismo. Trotamundos presenta una cocina de inspiración viajera con guiños locales e internacionales, acompañada de una coctelería de autor personalizada; Breakery with Manu Jara se consolida como un referente de la pastelería de autor en Sevilla; y Limbo Cocktail Pool & Lounge aporta una coctelería creativa y un ambiente lifestyle que marca el pulso social del hotel. El hotel dispone de versátiles salas para eventos y reuniones, diseñadas para acoger encuentros corporativos y celebraciones sociales en un entorno elegante y flexible, con un servicio cuidado al detalle y una propuesta gastronómica adaptada a cada ocasión. Para los eventos más especiales, cuenta con una floristería de la marca Verde Oliva, que no solo aromatiza el lobby del hotel, sino que aporta frescura a la propuesta de valor.

Only YOU Hotel Sevilla se posiciona como mucho más que un lugar donde alojarse: representa una forma de vivir Sevilla, de conectar con su energía, su cultura y su manera de disfrutar la ciudad, convirtiendo cada estancia en una experiencia auténtica y memorable.



GRAN HOTEL TAORO



GRAN HOTEL TAORO

Hotel histórico e icónico del siglo
XIX en España

199 Habitaciones y suites

5 Restaurantes & Lobby Bar & Lounge

3 Piscinas climatizadas

Sándara Wellness Center & Gym

4 Salas polivalentes en el hotel
(total de 372m²)

Centro de Congresos anexo al hotel
(total de 625m²)

Servicio X-Plora para ofrecer
experiencias únicas y personalizadas

Ctra. Taoro, 2,

38400 Puerto de la Cruz, Santa Cruz de Tenerife

+ 34 822 24 44 44

reservations@granhoteltaoro.com

www.granhoteltaoro.com

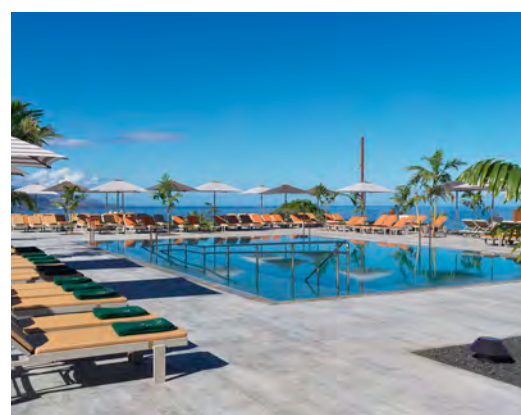


Se adentra en un legado atemporal. El Gran Hotel Taoro reabre sus puertas, reviviendo el primer gran hotel de lujo de España. Meticulosamente restaurado, conserva su arquitectura histórica y combina un refinado diseño colonial con la elegancia contemporánea, dando la bienvenida a un mundo de lujo atemporal con vistas al océano Atlántico y al Teide.

Situadas en lo alto del Atlántico y enmarcadas por el paisaje del norte de Tenerife, las habitaciones y suites del Gran Hotel Taoro combinan la grandeza histórica con la elegancia colonial contemporánea. Cada espacio está diseñado para crear una sensación de calma y exclusividad, con vistas panorámicas al océano Atlántico, al monte Teide o a los históricos jardines del hotel.

Se disfruta de un destino gastronómico único en el norte de Tenerife. Se deleita con las exquisitas creaciones de chefs con estrellas Michelin, que celebran los sabores locales con toques innovadores, y se ofrecen menús elaborados para satisfacer todas las preferencias. La estancia se completa con exclusivos rituales de bienestar en el Wellness Center y el servicio X-plora, que ofrece experiencias únicas y personalizadas.

Un refugio urbano exclusivo sobre el Atlántico donde la elegancia histórica se une al lujo moderno y cada detalle está diseñado para deleitar los sentidos. Desde impresionantes vistas hasta gastronomía de primera clase, experiencias personalizadas y un servicio impecable, cada momento en el Gran Hotel Taoro está pensado para ser inolvidable.



ROOM MATE COLLECTION ISABELLA


**ROOM MATE COLLECTION
ISABELLA**

22 habitaciones

Ubicación premium en Via de' Tornabuoni

Concepto hotel boutique con ambiente íntimo

A pocos minutos andando de Uffizi, Duomo y

Ponte Vecchio

Wi-Fi gratuito

Recepción 24 horas

Servicio de desayuno (según disponibilidad)

Hotel 4 estrellas

Via de' Tornabuoni, 13,
50123 Florencia, Italia
+39 055 239 6464

isabella@room-matehotels.com
www.room-matehotels.com

Room Mate
HOTELS

Room Mate Collection Isabella es un elegante hotel boutique situado en pleno corazón de Florencia, en la emblemática Via de' Tornabuoni, una de las calles más exclusivas de la ciudad. Su ubicación es uno de sus mayores atractivos: a pocos minutos a pie se encuentran algunos de los lugares más icónicos, como la Galería de los Uffizi, la Piazza della Signoria, el Duomo y el Ponte Vecchio, lo que lo convierte en una base perfecta para descubrir Florencia caminando.

El hotel combina una estética sofisticada con un ambiente acogedor, pensado para viajeros que buscan diseño, comodidad y una experiencia urbana premium. Con una propuesta de estilo contemporáneo y detalles cuidados, Isabella destaca por su atmósfera íntima y exclusiva, ideal tanto para escapadas de ocio como para estancias románticas o viajes culturales. Su tamaño reducido contribuye a un servicio más personalizado y tranquilo, en contraste con el ritmo vibrante del centro histórico.

Además de su excelente localización, el hotel ofrece servicios pensados para maximizar el confort en la estancia, como conexión Wi-Fi gratuita y atención 24 horas. Una opción especialmente atractiva para quienes desean alojarse en una zona privilegiada de Florencia, con un concepto boutique donde el diseño y el descanso se integran en un entorno histórico y sofisticado.



ROOM MATE LUCA



ROOM MATE LUCA

51 habitaciones

Ubicación céntrica, cerca del Duomo

Concepto hotel boutique de diseño

Áreas comunes

con estilo colorido contemporáneo

Wi-Fi para huéspedes

Hotel 4 estrellas

Edificio de estilo elegante

en zona histórica

Servicios de hotel urbano

(recepción y asistencia al viajero)

Via XXVII Aprile, 3,
50129 Florencia, Italia
+39 055 26 45 539

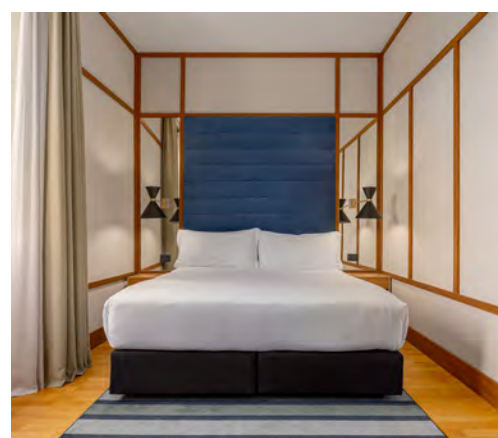
luca@room-matehotels.com
www.room-matehotels.com

Room Mate
HOTELS

Room Mate Luca es un hotel boutique situado en el centro de Florencia, a muy poca distancia de algunos de los principales puntos de interés cultural de la ciudad, como la Basílica de Santa Maria del Fiore (Duomo) y la Galería de la Academia. Su localización lo convierte en una opción especialmente práctica para viajeros que desean explorar la ciudad a pie, combinando turismo, compras y gastronomía en un entorno histórico único.

Con un estilo contemporáneo, colorido y lleno de personalidad, Luca ofrece una experiencia diseñada para quienes buscan algo más que un alojamiento convencional. Las zonas comunes y las habitaciones destacan por una estética cuidada, con una atmósfera vibrante que mantiene la esencia de un boutique hotel urbano. El enfoque de Room Mate es claramente experiencial: comodidad, diseño y un trato cercano para que cada huésped sienta que su estancia está hecha a medida.

El hotel dispone de un número amplio de habitaciones para su categoría, lo que lo hace adecuado tanto para escapadas de pareja como para viajes en familia o estancias de negocio. Entre sus ventajas, se incluye conectividad Wi-Fi, servicios de recepción y un entorno pensado para descansar tras un día de visita por la ciudad. Es una opción muy equilibrada para quienes desean un hotel con carácter, ubicación céntrica y servicios completos en Florencia.



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



Ubicado 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.

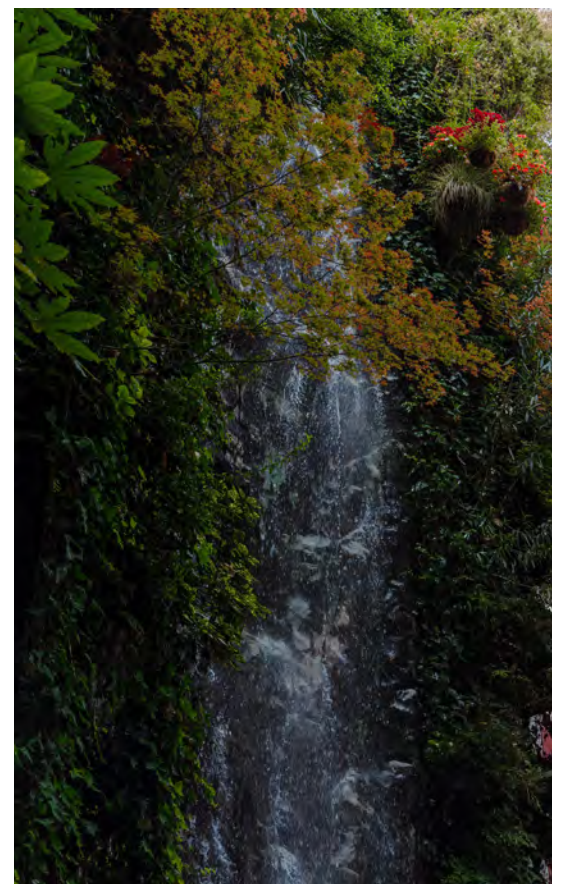
Su elemento más distintivo es un espectacular jardín colgante de 1.000 metros cuadrados que actúa como pulmón verde, mejorando la calidad del aire y ofreciendo un refugio de serenidad en medio de la ciudad. Este espacio natural alberga una variada biodiversidad y conecta visualmente con todos los rincones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



ÚNICOS

LOS RESTAURANTES MÁS EXCLUSIVOS



RESTAURANTE LA BALSAS



Situado en la parte alta de Barcelona, La Balsa abre sus puertas desde 1979, invitando a vivir una experiencia culinaria única donde la pasión por la cocina se refleja en cada plato.

Fundado por Memé y Antonio López de Lamadrid, con el apoyo de la familia Güell, el restaurante conserva la esencia de sus orígenes. Su diseño, obra de Óscar Tusquets y Lluís Clotet, integra los muros de piedra de una antigua balsa de riego y una estructura de madera, creando un espacio único galardonado con el Premio FAD de arquitectura en 1979.

En la carta se encuentran productos locales y de temporada cuidadosamente seleccionados, provenientes de pequeños productores locales y de confianza. Se puede disfrutar de una

deliciosa comida en su amplia terraza, con vistas panorámicas de la ciudad, o relajarse en su elegante interior, donde la luz natural se desliza a través de grandes ventanales.

La Balsa es el lugar perfecto para celebrar ocasiones especiales o simplemente disfrutar en compañía de familiares, amigos o en pareja. Cada año, su chef elabora una carta basada en cocina de mercado donde se potencia la calidad y frescura del producto, acompañada de una elaboración focalizada en cocina tradicional mediterránea con pequeños guiños a las tendencias actuales.

También trabajan con sugerencias de temporada, por lo que siempre hay una gran variedad de platos deliciosos fuera de carta que acompañan en cada estación del año.

RESTAURANTE LA BALSAS
BARCELONA

C/ de la Infanta Isabel 4
08022 Barcelona
+34 932 11 50 48
reservas@labalsa.com
www.labalsa1979.com

la Balsa¹⁹⁷⁹



ABYA RESTAURANTE



ABYA es un espacio gastronómico y cultural de alto nivel ubicado en el histórico Palacio de Saldaña, en pleno Barrio de Salamanca de Madrid. Concebido como un lugar vivo y en constante transformación, ABYA ofrece una experiencia integral que evoluciona a lo largo del día, adaptándose a los distintos ritmos y formas de disfrutar la ciudad.

Distribuido en más de 1.000 m² y cuatro plantas interconectadas, el proyecto combina cocina non stop, coctelería de autor, arte contemporáneo y música en directo en un entorno sofisticado y versátil. Su propuesta gastronómica, reconocida con un Sol Repsol, se basa en una carta abierta y flexible que conecta el recetario español con técnicas contemporáneas, influencias internacionales y una cuidada selección de producto de temporada. Platos pensados para compartir conviven con elaboraciones más elaboradas, siempre bajo una filosofía

de libertad y disfrute sin horarios cerrados. La experiencia se completa con una destacada propuesta de mixología, diseñada para acompañar tanto la oferta gastronómica como las sesiones de DJ y actuaciones en directo, creando un ambiente cosmopolita y sensorial. El arte ocupa un papel central: más de cien obras de artistas contemporáneos convierten el edificio en una galería viva donde dialogan patrimonio histórico y creación actual.

Además, ABYA se ha consolidado como un enclave de referencia para eventos sociales y corporativos, gracias a sus espacios modulables, servicios audiovisuales propios y un equipo especializado en la personalización de experiencias. Todo ello posiciona a ABYA como uno de los destinos más singulares y completos del ocio gastronómico en Madrid, donde cada visita despierta los sentidos y propone una forma distinta de vivir la ciudad.

ABYA RESTAURANTE

MADRID

C. de José Ortega y Gasset 32
28006 Madrid
+34 910 05 43 04
reservas@abya.es
eventos@abya.es
www.abya.es



RESTAURANTE LE CAFÉ



Le Café, ubicado en el lobby del hotel Dom Pedro Lisboa, es un restaurante y bar que ofrece una experiencia gastronómica inspirada en lo mejor de la cocina portuguesa

Con un ambiente relajado y elegante, es el lugar perfecto para disfrutar de una comida agradable en un entorno acogedor, tanto para huéspedes del hotel como para visitantes que desean descubrir los sabores auténticos de Portugal.

La propuesta gastronómica del Chef Gil Martins combina tradición y modernidad. Su menú incluye una cuidada selección de platos clásicos portugueses, así como opciones más contemporáneas, ensaladas frescas, platos vegetarianos y alternativas sin gluten, garantizando una oferta variada que se adapta a todos los gustos y necesidades alimentarias.

De lunes a viernes, a la hora del almuerzo, Le Café presenta su buffet estacional, una verdadera invitación a recorrer las diferentes regiones del

país a través de su rica gastronomía. En el buffet, los comensales pueden saborear especialidades tradicionales como el Cozido à Portuguesa, el Milhojas de bacalao al estilo Brás con patata y la Feijoada tradicional Transmontana, elaboradas con ingredientes frescos y recetas auténticas.

Los clientes también pueden optar por una variada selección de platos a la carta, pensados para satisfacer todos los gustos.

Le Café recibe a sus clientes a lo largo del día con horarios pensados para cada comida: el desayuno se sirve de 6:30 a 10:30, el almuerzo tiene lugar de 12:30 a 15:00, y la cena está disponible de 19:30 a 22:30, en un ambiente acogedor y elegante.

Todos los días: 6:30 a 10:30 | 12:30 a 15:00 y 19:30 a 22:30

Hotel Dom Pedro Lisboa | Lobby del hotel Dom Pedro Lisboa.

RESTAURANTE LE CAFÉ

Av. Eng. Duarte Pacheco 24,

1070-110 Lisboa

+351 213 896 600

www.dompedrolisboa.com



IL GATTOPARDO



Il Gattopardo es el restaurante de alta cocina italiana del Hotel Dom Pedro Lisboa, que celebra la auténtica gastronomía de inspiración italiana, combinando tradición, elegancia y sostenibilidad en cada detalle.

Con una cocina italiana genuina, el restaurante proporciona una propuesta diferenciada en Lisboa, donde cada plato invita a un viaje por los sabores más auténticos de Italia.

Desde pastas frescas elaboradas con esmero hasta refinados platos de carne y pescado preparados con la maestría del Chef Leandro Stenzel, la propuesta culinaria de Il Gattopardo se basa en ingredientes frescos y de temporada.

El restaurante cuenta con una sofisticada sala, terraza y esplanada ideales para disfrutar de una comida al aire libre con

vistas privilegiadas sobre la ciudad y el ambiente combina confort y elegancia, convirtiéndose en un auténtico refugio italiano.

De lunes a viernes, el reconocido Chef elabora un menú especial de almuerzo que se renueva semanalmente.

Il Gattopardo es también un espacio ideal para disfrutar de su bar, abierto de lunes a viernes, donde se puede prolongar la experiencia con una cuidada selección de bebidas.

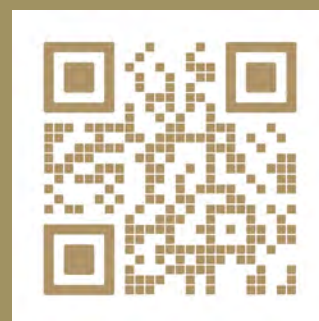
Un destino imprescindible para los amantes de la alta cocina italiana en Lisboa.

De lunes a viernes: 12:30 a 15:00 y 19:30 a 22:30
Hotel Dom Pedro Lisboa | 3.er piso

IL GATTOPARDO

Av. Eng. Duarte Pacheco 24, 3º
1070-110 Lisboa
+351 213 896 600

lisboa.gattopardo@saviotti.pt
www.dompedrolisboa.com



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

