

VÍA HOTELTEL

La revista líder del sector hotelero

Es una publicación de GRUPO VÍA

Nº 80 3 Año 2021



“De esta crisis saldremos más fortalecidos aún y con mucho aprendizaje interiorizado”

Albert Olivé
CEO
AXEL HOTELS

Hoteleros de Baleares.
Objetivo: recuperar
la confianza y poner el
destino en valor



El 98% de los viajeros
españoles tienen
previsto irse de vacacio-
nes este verano



BEND



ACTIU

BEND

Colección modular y orgánica de **Soft Seating**

www.actiu.com

SUMARIO

GRUPO VÍA

Silvia Puig Editor **Edilberto Serrano** Socio-Director General
Adriana Puig Directora viahotel@grupovia.net **Will Jarque** Redacción y Diseño de Únicos

Barcelona
C/ del Figueral, nº 43- Esc. 2, 3º 1ª
08880 Cubelles
Tel.: 93 895 79 22
info@grupovia.net
www.grupovia.net

Depósito legal: M-14214-2006

Consejo Asesor

Javier Faus, Presidente de Meridia Capital · **Jordi Frigola**, Consejero Delegado de Izaka · **Marcel Forn**, Director General de Gebta España
Laurent de Kousemaeker, SVP Development Caribbean & Latin América en Marriott International · **Abel Matutes**, Presidente de Empresas Matutes y Fiesta Hotel Group · **Antonio María Rodríguez**, Project Director UK, Ireland & Western and Southern Europe en Hilton Worldwide · **Carlos Díez de la Lastra**, Director General de Les Roches Marbella Global Hospitality Education · **Sara de la Mata**, Presidente de Bunch Arquitectura



El Grupo RIU compra a TUI su participación del 49% en 19 hoteles de la cadena



Barceló La Nucía Hills y Barceló La Nucía Palms, dos nuevos 5* en Alicante



AC Hotels by Marriott se estrena en Tenerife



B&B Hotel Madrid Centro Plaza Mayor, nuevo diseño por estudio de diseño CuldeSac



La demanda europea, clave para la recuperación del sector hotelero de Baleares



Hoteles Bestprice se estrena en Girona

Hoteles Bestprice inaugura su nuevo hotel en pleno centro de la ciudad de Girona. Dispone de 50 habitaciones y ocupa el emblemático edificio Pegaso de la ciudad. Con un diseño moderno y vanguardista, el nuevo establecimiento hotelero aspira a convertirse en una referencia para la ciudad dada su ubicación en pleno centro. Hoteles Bestprice cuenta con tres hoteles operativos en Barcelona y uno en Madrid.

Room Mate Group ofrece fraccionar el pago de sus reservas hasta tres meses

Room Mate Group, en colaboración con el banco Klarna, ofrecerá en todos sus hoteles y edificios de apartamentos la posibilidad de fraccionar el pago de sus reservas hasta en 3 plazos sin intereses. A diferencia de otros servicios similares, los clientes realizarán el primer pago en el momento del check out, el segundo a los 30 días y el último pago a los 60 días.

Bain Capital y Stoneweg compran el H10 Andalucía Plaza (Marbella)

El hotel, de 400 habitaciones, se someterá a una importante rehabilitación



Bain Capital Credit, LP ("Bain Capital Credit") y **Stoneweg Hospitality** ("Stoneweg") a través de su joint venture inmobiliaria hotelera, anuncian la adquisición del complejo hotelero **H10 Andalucía Plaza** de 400 habitaciones en Marbella, con el objetivo de renovar el establecimiento para ofrecer una nueva experiencia hotelera en una de las mejores ubicaciones de la costa española. La propiedad seguirá siendo operada por **H10 Hotels** hasta finales de 2021.

El elegante y luminoso hotel de estilo arquitectónico andaluz se encuentra en el corazón de Puerto Banús, uno de los destinos más exclusivos de España para el turismo de lujo internacional, a muy poca distancia de la playa, el puerto deportivo, las mejores boutiques, bares, restaurantes y campos de golf. H10 Andalucía Plaza es, sin duda, el mejor complejo turístico de la Costa del Sol durante todo el año. Las instalaciones del hotel incluyen 400 habitacio-

nes, varios bares y restaurantes, piscina, múltiples salas de reuniones, gimnasio y spa. Históricamente, H10 Hotels ha operado el hotel solo para adultos.

La rehabilitación del hotel transformará este icónico establecimiento situado junto al Casino de Marbella en un destino de Lifestyle único y un punto céntrico para los múltiples eventos que tienen lugar a lo largo del año en Marbella. Las obras incluirán la remodelación de las habitaciones, áreas comunes como el lobby, la piscina, los distintos puntos de venta de F&B y los jardines y terraza exterior.

El hotel fue la primera edificación de Puerto Banús, construido en los años 70. A su vez, Marbella, con 2.900 horas de sol al año, hoteles emblemáticos, casi 30 kilómetros de playas mediterráneas y una oferta gastronómica excepcional -tiene 8 restaurantes que ostentan una estrella Michelin-, es un destino consolidado para el turismo de lujo a escala mundial los 365 días

año. El H10 Andalucía Plaza se ubica en Puerto Banús, un enclave marbellí que cada año visitan cinco millones de turistas.

"Estamos muy contentos de haber adquirido este gran hotel en una ubicación tan privilegiada, en el corazón de Puerto Banús en la Costa del Sol", ha declarado Fabio Longo, director general de Bain Capital Credit. "Nuestra experiencia en el sector hotelero español nos permitirá invertir estratégicamente en sus instalaciones y rehabilitar el recinto para que alcance todo su potencial, en colaboración con Stoneweg."

Joaquín Castellví, Socio fundador y Responsable de las adquisiciones en Europa de Stoneweg, ha destacado: "Estamos realmente satisfechos con el cierre de esta operación. Queremos ofrecer una experiencia con un concepto más lifestyle de primer nivel, adaptándonos a la nueva y creciente demanda de la Costa del Sol."

Barceló Hotel Group incorpora 5 nuevos hoteles en Andalucía



Barceló Hotel Group consolida su presencia en Andalucía convirtiéndose en la cadena hotelera líder en la región al gestionar 24 hoteles y 6.071 habitaciones en 6 provincias (Almería, Cádiz, Granada, Huelva, Málaga y Sevilla). La compañía, que actualmente tiene operativos el 60% de sus hoteles en Andalucía, pone en marcha su plan de reaperturas con el objetivo de tener abiertos todos los establecimientos para la primera quincena de junio.

Gaspar Sáez, Director General Sur de España de Barceló Hotel Group, ha dado a conocer esta mañana la situación actual de la compañía, las nuevas aper-

turas en Andalucía y las previsiones para la próxima temporada de verano, en una rueda de prensa que ha tenido lugar en el hotel Barceló Sevilla Renacimiento en la capital hispalense. Barceló Hotel Group se posiciona como la cadena hotelera con más presencia en Andalucía tras la incorporación de cinco nuevos hoteles en los últimos 18 meses. Después de la inauguración de Barceló Arcena (Huelva) y Occidental Sevilla Viapol en 2020, la cadena hotelera ha iniciado el 2021 con la apertura de 2 hoteles en la provincia de Málaga y, a principios de junio, inaugurará un hotel de nueva construcción en Cádiz.

Accor se estrenará en Benidorm a final de año

Accor inaugurará a finales de 2021 la reforma integral que se ha realizado sobre el antiguo hotel Benilux Park, en Benidorm, que servirá para reposicionar el activo. De este modo pasará de contar con 216 a 186 habitaciones y la categoría del hotel se elevará de tres a cuatro estrellas superior. Para este proyecto icónico,

Casa Coco, un nuevo hotel boutique en Lloret de Mar

El próximo 4 de junio abrirá sus puertas en Lloret de Mar, en la Costa Brava, Casa Coco Nature Hotel & Spa, un hotel boutique de nueva construcción dirigido al segmento adults only, de categoría cuatro estrellas superior y con 22 habitaciones. Ubicado en el Barrio de los Pescadores en Lloret de Mar, está rodeado por un bosque de pinos y un palmeral, a solo 500 metros de la playa.



El Grupo RIU compra a TUI su participación del 49% en 19 hoteles de la cadena

Tras la operación, que incluye además dos hoteles en construcción en México y Senegal, el Grupo RIU pasará a ostentar el 100% de la titularidad de los inmuebles



El Grupo RIU adquirirá a TUI el 49% de la propiedad de 19 hoteles que operan bajo la marca RIU Hotels & Resorts, además de dos terrenos con proyectos en desarrollo. Hasta el momento, estos activos eran propiedad de los dos socios estratégicos con una participación de TUI Group del 49% y de la familia Riu en un 51%. La operación, que ha aprobado el 27 de mayo el Consejo de Ad-

ministración de TUI, está valorada en 670 millones de euros. La lealtad ha presidido las negociaciones de esta operación puesto que ambas empresas tienen la firme voluntad de mantener y reforzar su relación estratégica y comercial a largo plazo. De hecho, TUI mantiene la participación del 50% en RIUSA II S.A., empresa que gestiona y opera los hoteles de la marca RIU y

que fundaron ambas compañías en 1993.

Esta operación se enmarca en la situación de crisis provocada por la pandemia de la COVID-19 que ha afectado profundamente a la industria turística. A pesar de ello, la compañía informa en un comunicado que gracias a un esfuerzo de endeudamiento extraordinario, RIU sigue y seguirá apoyando a su socio estratégico y comercial a largo plazo. Además, tras la constatación de que el modelo patrimonialista ha resultado una ventaja para afrontar esta crisis, la propiedad total de estos 19 hoteles aporta un extra de agilidad ante los posibles cambios de paradigma del futuro cercano.

RIU mantiene su posición de fortaleza, su gestión seguirá como siempre de fortaleza, su gestión marcada por la prudencia y la estabilidad y seguirá trabajando en la reactivación, con la intención de mantener todos los puestos de trabajo.

PortAventura World invierte 16 M en la ampliación del Hotel Colorado Creek



PortAventura World abre el nuevo edificio Creek Valley, una extensión del Hotel Colorado Creek, que suma 141 habitaciones deluxe al hotel. La ampliación ha sido diseñada bajo la misma temática que respira el conjunto del hotel de cuatro estrellas, inspirado en la fiebre de oro del lejano Oeste, y que traslada a los huéspedes a los ranchos de lujo de Rock Creek, en los Estados Unidos. Con una inversión de 16 millones euros y una ampliación de la superficie del hotel de cerca de 18.000 metros cuadrados, este proyecto demuestra la firme apuesta

de PortAventura World por el desarrollo y la ampliación de su parque hotelero, así como su voluntad de ofrecer nuevos productos e instalaciones a sus huéspedes. "Con la ampliación del Hotel Colorado Creek, PortAventura World continúa reforzando su liderazgo en el segmento de ocio y vacaciones familiares de Europa, desarrollando un concepto de ocio vacacional que pone la satisfacción del cliente y la sostenibilidad en el centro de nuestra estrategia", ha señalado **David Garcia**, director general de Negocio de PortAventura World.

B&B Hotels explotará un hotel adquirido por Primonial en Sant Cugat del Vallés



B&B HOTELS ha empezado a explotar el Hotel The Site Sant Cugat, que pasará a denominarse **B&B Hotel Barcelona Sant Cugat**. La operación, que ha contado con el asesoramiento de **Cushman & Wakefield**, se ha estructurado con un fondo inter-

nacional de inversión inmobiliaria, **Primonial REIM**. Dicho fondo ha adquirido la propiedad del hotel y permitirá a **B&B HOTELS** explotarlo en régimen de alquiler garantizado durante al menos 15 años, afianzando su modelo de negocio 'asset light' en la Península.



Anantara abrirá hotel de lujo en Amsterdam

Anantara Hotels, Resorts & Spas anuncia el próximo lanzamiento de su primera propiedad en los Países Bajos. Anantara Grand Hotel Krasnapolsky Amsterdam se unirá a la cartera de lujo de la marca en otoño de 2021. La propiedad actualmente funciona como NH Collection Grand Hotel Krasnapolsky, un icono de la ciudad con más de 155 años de historia que ahora será remodelado para llevarlo a un nivel superior.

Catalonia ofrece financiar sus reservas

Catalonia Hotels & Resorts es la primera cadena hotelera española que desde el pasado mes de septiembre está ofreciendo a sus clientes la opción de financiar sus reservas. La hotelera ofrece seleccionar el pago de la reserva a 3 meses sin intereses o la opción de financiación a 4, 6, 12 o 18 meses con cuotas fijas. Con esta funcionalidad se quiere contribuir a reactivar las reservas y ofrecer a los clientes soluciones fáciles y flexibles.

SILICIUS gestionará el hotel Barceló Nura en Menorca

Fruto de un acuerdo con Barceló Hotel Group gestionará este hotel que adquirió durante el primer trimestre de 2021



SILICIUS Real Estate, SOCIMI especializada en la gestión de inmuebles a largo plazo y con rentas estables, ha cerrado un acuerdo con Barceló Hotel Group para la gestión del hotel situado en el sur de Menorca que adquirió durante el primer trimestre de 2021. Su apertura está prevista para el próximo mes de julio de 2021 con el nombre Barceló Nura, en referencia a la influencia de los fenicios en la cultura de la isla.

Valorado por encima de los 20 millones de euros, este hotel de nueva construcción y edificado bajo los estándares de cinco estrellas, abrirá con una

categoría inicial de cuatro estrellas, pero el objetivo de ambas partes pasa por obtener las cinco estrellas durante la primera temporada.

Barceló Nura cuenta 131 habitaciones con espectaculares vistas al mar, 45 de ellas con piscina privada, y se sitúa en la urbanización de Biniancollet, a cinco minutos a pie de la playa de Biniancolla, en el término municipal de Sant Lluís. Ideal para unas vacaciones de relax en pareja, el hotel dispone de dos restaurantes, 2 bares, tres piscinas con un amplio solárium y un spa con gimnasio. Tanto los materiales como los acabados y la propia vegeta-

ción que rodea al hotel son autóctonos de la isla.

El director general de SILICIUS, Juan Diaz de Bustamante, ha destacado que "el acuerdo que hemos alcanzado con Barceló Hotel Group nos va a permitir poner en valor este activo hotelero, recién construido, que está ubicado en una de las zonas con mayor potencial de crecimiento del turismo en España". "Estamos muy satisfechos de poder trabajar con un especialista de reconocido prestigio nacional e internacional como es Barceló Hotel Group", ha señalado.

Pilar Andalucía Hotel Boutique abre tras una inversión de 10 M



El Pilar Andalucía Hotel Boutique ha abierto este mes de mayo sus puertas en Estepona (Málaga), gestionado por la cadena Silken y tras una inversión de más de 10 millones de euros. Situado en plaza de Las Flores del centro

de Estepona, el hotel cuenta con 36 habitaciones y cuenta con categoría cuatro estrellas. Ubicado en el casco antiguo de la población, en sus casi 3.000 metros cuadrados se ubican cuatro restaurantes, un spa y dos salones de actos.

Barceló inaugura un centro de convenciones en Sevilla



Barceló Sevilla Renacimiento presenta la ampliación de más de 800 m² de su centro de convenciones, bautizado con el nombre de Sevilla Internacional Convention Center (SICC). El diseño diáfano y versátil de este espacio hace del hotel uno de los centros de reuniones más flexi-

bles y polivalentes del sur de Europa. Además de contar con 36 salas para reuniones de varios tamaños y con atrios diversos, suma también los salones Gran Sevilla de 1.024 m², dotados de una zona acristalada de más de 1.200 m² que deja pasar la luz natural y dispone de vistas al Guadalquivir.

Sanjose reformará Hotel Cala Graçió en Ibiza

Tanit Management ha adjudicado a Sanjose Constructora las obras de ampliación, reforma, modernización y puesta en valor del hotel Cala Graçió de Ibiza. Una vez completadas las obras el hotel, que subirá de categoría a 5 estrellas, contará con un nuevo diseño más actual y 50 habitaciones (4 Suites). El proyecto busca convertirse en referencia de sostenibilidad al implementar los criterios BREEAM.

Radisson Collection abre hotel en Turquía

Abre el primer hotel Radisson Collection en Turquía, en la costa del mar Egeo en Bodrum. El hotel cuenta con 80 lujosas habitaciones y suites con balcones o terrazas con vistas al mar. Radisson Collection Hotel Bodrum forma parte del proyecto original de viviendas Anthaven Aspat de Ant Yapi y será gestionado por Access Hotel Management Tourism Investment and Consultancy Company, con más de 30 años de experiencia en el sector.



Minor International ha acordado una ampliación de capital

NH Hotel Group abrirá 15 nuevos hoteles en 2021 en Europa, Oriente Medio y EEUU

El acuerdo con Minor junto con las nuevas aperturas, permite a la compañía reforzar su liquidez e ir recuperando su actividad hotelera



Bajo las marcas **NH Collection**, **NH Hotels**, **nhow** y **Anantara Hotels, Resorts & Spa**, la cadena hotelera **NH Hotel Group** tiene prevista la apertura de quince nuevas propiedades durante el ejercicio 2021, lo que le permitirá consolidar aún más su posición en destinos competitivos de Europa y aterrizar con su marca upper-upscale, **NH Collection**, en Estados Unidos y Dinamarca y con **NH Collection** y **NH Hotels** en Oriente Medio.

NH Collection: ocho nuevas aperturas, tres nuevos países

La marca **NH Collection** ha desembarcado este mes en Estados Unidos de la mano de **NH Collection New York Madison Avenue**, ubicado en Madison Avenue y que ha sido renovado por completo. El hotel cuenta con 288 habitaciones, algunas de ellas

con vistas al Empire State. Además de estrenarse en el mercado norteamericano, el grupo también dará sus primeros pasos en Catar y en Dinamarca con la marca **NH Collection**. El hotel **The Vyra Suites NH Collection Doha**, ubicado en la capital de Catar y con 228 apartamentos, abrirá sus puertas durante el último trimestre de 2021 y el hotel **NH Collection Copenhagen**, que cuenta con 394 habitaciones, estará disponible en la segunda mitad del año y supondrá el debut del grupo en los países nórdicos.

Asimismo, próximamente abrirán dos propiedades que pertenecen al acuerdo entre **NH Hotel Group** y **Covivio** firmado el pasado año. Por un lado, **NH Collection Prague Carlo IV**, disponible a partir de este mes, que pone a disposición de sus clientes 152 estancias. Y, por otro lado, **NH Collection Firenze Pa-**

lazzo Gaddi, un hotel en el corazón de Florencia, que cuenta con 86 habitaciones y que abrirá sus puertas este mismo mes de mayo.

También en Italia, **NH Collection Venezia Murano Villa**, un hotel boutique ubicado en una de las islas más famosas de Venecia, abrirá en junio ofreciendo 104 estancias en un entorno inigualable.

Además, en el último año, la cadena hotelera ya ha abierto las puertas del hotel **NH Collection Palazzo Verona**, el único hotel de la compañía en la ciudad de los enamorados que abrió tras una gran remodelación, y que dispone de 70 estancias; y el hotel **NH Collection Venezia Grand Hotel Palazzo dei Dogi**, uno de los hoteles de alta gama procedentes del antiguo portfolio **Boscolo**, con una ubicación excepcional, un maravilloso jardín secreto y 64 habitaciones.

Senator Hotels & Resorts gestionará El Montanyà Hotel & Lodge

3 Capital Real Estate ha asesorado a la propiedad y a **Senator Hotels & Resorts** en la negociación y firma de un acuerdo para hacerse cargo del histórico complejo “**El Montanyà Hotel & Lodge**” en régimen de arrendamiento.

Este compromiso incluye la completa remodelación del activo para adecuarlo a los actuales estándares de calidad y producto de la cadena.

El complejo se ubica en la Urbanización del Montanyà (Barcelona), al noroeste del Parque Natural del Montseny y junto al club de golf Osona – Montanyà. De categoría 4 estrellas, dispone de 192 habitaciones, un edificio anexo con 31 apartamentos y 4 villas independientes, además de un completo Spa, salones de convenciones-reuniones, auditorio, bar-restaurante para 250 comensales, capilla, pabellón polideportivo y una zona deportiva exterior con piscina, dos campos

de fútbol (uno de césped artificial y otro de césped natural), tres pistas de tenis, vestuarios, hípica/centro de equitación con caballerías, una extensa zona ajardinada, parking y otras instalaciones. En total, más de 100.000 metros cuadrados de superficie catastral.

El complejo es conocido por haber sido sede de concentraciones deportivas de varias clubes de las primeras divisiones europeas de fútbol, balonmano, baloncesto, voley ball o bádminton. **Senator Hotels & Resorts** cuenta actualmente con 42 hoteles en 23 destinos de España, México y República Dominicana, muchos de ellos en propiedad. Recientemente, la cadena de la familia **Rossell** inauguró un nuevo hotel 4 estrellas en la playa de Gandía, de 13 plantas y 200 habitaciones. El nuevo establecimiento cuenta con una zona de baños termales de 500 metros cuadrados, gimnasio y cafetería.





Alegría Hotels suma un nuevo hotel en el barrio del Raval de Barcelona

Laborde Marcet ha intermediado la compraventa y posterior alquiler de un hotel en el Raval de Barcelona por parte de la patrimonial Siamese Dream a un propietario privado que será operado por Alegría Hotels. El establecimiento abrirá sus puertas a mediados de junio con el nombre Hotel Curious y cuenta con una superficie total de 860 m², cuatro plantas y 24 habitaciones.

Vincci Hoteles inaugura un nuevo establecimiento en Oporto

El hotel, con categoría de cuatro estrellas, está situado en Vila Nova de Gaia justo al lado del popular puente de Don Luis I. El alojamiento se convierte en el segundo hotel de Vincci Hoteles en Oporto y el cuarto en Portugal, país en el que el grupo hotelero tiene puestos en marcha además distintos proyectos.

Meliá refuerza la presencia en Mallorca de la marca Ininside by Meliá

Con la reinauguración de dos establecimientos: Ininside Cala Blanca e Ininside Alcudia



El hotel INNSiDE Cala Blanca en Palmanova acaba de abrir sus puertas reinaugurándose bajo una de las marcas con mayor crecimiento de Meliá Hotels International. Este hotel, que ha sido adaptado a la marca INNSiDE by Meliá, es una apuesta de la Compañía por potenciar su marca de estilo lifestyle accesible también en destinos vacacionales, además de su compromiso con la reactivación del turismo en Mallorca. A la apertura de este hotel se le sumará en dos semanas la reinauguración del INNSiDE Alcudia, otra

de las nuevas propuestas vacacionales de la marca. También en Mallorca, el hotel INNSiDE Alcudia abrirá sus puertas en breve. Este hotel, ubicado en el Puerto de Alcudia y a tan solo 100 metros de la playa, ofrece unas amplias y renovadas habitaciones decoradas con un estilo moderno y veraniego, combinando tecnología con elementos sostenibles. Este hotel también cuenta con un espacio Open Living, donde los clientes podrán disfrutar de diferentes eventos y actividades, un área co-working, gimnasio y diferentes espa-

cios al aire libre que incluyen una amplia piscina exterior con solárium. La propuesta gastronómica del INNSiDE Alcudia, además de contar un restaurante de concepto buffet y un pool bar, destaca por su restaurante Mascalzone, basado en la gastronomía italiana y mediterránea, con una decoración fresca y natural. Meliá Hotels International ya ha comenzado la reapertura de sus establecimientos en Mallorca, donde la marca INNSiDE by Meliá tiene cada vez más presencia, contando ya con tres hoteles vacacionales.



Mazabi compra el hotel Soho de Puerto de Santa María

La compañía especializada en gestión de patrimonios familiares inmobiliarios, Mazabi, ha formalizado la compra del hotel Soho Boutique Puerto de Santa María en Cádiz, operado por Soho Hoteles, dentro de su plan estratégico de crecimiento que le ha permitido sumar una cartera de activos valorada en más de 1.700

millones de euros. La gestora tiene previsto invertir más de un millón de euros en 2022 para rediseñar y mejorar tanto las zonas comunes como las habitaciones del hotel. Las obras se realizarán de forma gradual, por lo que el hotel permanecerá abierto durante el período de reforma.



Sercotel incorpora un nuevo hotel en Madrid



Siguiendo con su plan de expansión, la cadena hotelera **Sercotel Hotel Group** ha anunciado la incorporación de un nuevo establecimiento en Pozuelo de Alarcón, Madrid. Se trata del decimosegundo hotel de la compañía en la Comunidad de Madrid entre sus

distintas marcas y modelos de negocio y en este caso, operará bajo la marca Sercotel Hotels en régimen de alquiler. Actualmente se está llevando a cabo una reforma de sus instalaciones y un proceso de restyling de la mano del estudio **Madrid in Love**.



Hotel Empordà Golf reabre y presenta su nueva piscina

El Hotel Empordà Golf, que ha vuelto a abrir sus puertas después de una importante reforma de gran parte de sus instalaciones, presenta en sociedad la piscina que se encuentra a los pies del Hotel frente a una amplia y encantadora terraza con vistas. El Hotel Empordà Golf, es un acogedor hotel 4* de 86 habitaciones situado en el corazón del Empordà, rodeado de naturaleza y dos maravillosos campos de Golf.

La canaria Be Cordial aterriza en la Península

El Aparthotel Cordial Mijas Golf pasa a formar parte del portafolio de la cadena Be Cordial Hotels & Resorts, su primera presencia en territorio peninsular español, concretamente en la Costa del Sol. El establecimiento hotelero, de 4 estrellas, ofrece 105 amplios apartamentos, de 1, 2 y hasta 3 dormitorios y está orientado a un público familiar. El hotel está ubicado en Mijas, provincia de Málaga, a medio camino entre las playas y un precioso pueblo blanco típicamente andaluz.

Barceló La Nucía Hills y Barceló La Nucía Palms, dos nuevos 5* en Alicante

Barceló Hotel Group anuncia la apertura de dos hoteles de cinco estrellas de nueva construcción



Barceló Hotel Group anuncia la apertura de dos hoteles de cinco estrellas de nueva construcción en la provincia de Alicante. El hotel Barceló La Nucía Hills se inaugurará el 4 de junio y Barceló La Nucía Palms, a principios de julio.

Ubicados en la comarca de Marina Baja, ambos establecimientos se encuentran cerca de la Playa de Levante, así como del Parque Natural de Sierra Helada y del Castillo Polop. Un entorno privilegiado, dotado de espléndidas playas de arena dorada y hermosos paisajes silvestres, que cuenta con una temperatura media anual de 20 grados, donde la comodidad y el descanso están asegurados.

Además de un atractivo destino de sol y playa, La Nucía es considerada capital del deporte de la Costa Blanca.

Barceló La Nucía Hills:

espaciosos apartamentos de diseño

En los 94 apartamentos que conforman Barceló La Nucía Hills conviven en perfecta armonía el diseño de vanguardia y el confort. Estos espacios, concebidos con todas las comodidades y fácil acceso a las instalaciones de uso común (gimnasio, centro Spa & Wellness, salas de reuniones), resultan ideales para cualquier tipo de viajero, sea de negocios o de placer. La mayoría dispone de una amplia terraza o jardín donde disfrutar del cálido clima de la Costa Blanca.

El hotel se caracteriza también por una variada propuesta gastronómica, cuidada al detalle y diferenciada en tres ambientes: el restaurante bufé Serrella, donde degustar la cocina mediterránea, así como una selección de deliciosas recetas internacionales y los mejores platos cocinados en vivo; el Snack Bar de la piscina, para refrescarse y tomar

un refrigerio entre horas, y el B-Heaven, situado en la última planta del hotel con vistas a la Sierra de Aitana y al mar.

Barceló La Nucía Palms: un magnífico palmeral con piscina

Este hotel, caracterizado por sus exuberantes jardines de palmeras, cuenta con 148 amplias y luminosas habitaciones de estilo moderno, algunas de las cuales disponen de vistas a la piscina y otras tantas gozan de jardín privado.

Barceló La Nucía Palms, al igual que Barceló La Nucía Hills, tiene todo cuanto un deportista pueda soñar. Además de sus completas instalaciones –gimnasio totalmente equipado, cinco cabinas de masaje y un Spa & Wellness con piscina climatizada, jacuzzi, sauna, baño turco y duchas de contrastes–, queda a pocos minutos de la Ciudad Deportiva Camilo Cano.

La marca de lujo SO/ se estrena en el sur de España



La marca de lujo SO/ Hotels & Resorts, del grupo Accor, se estrena en el mercado español este verano con la próxima apertura de SO/ Sotogrande, siendo el primer resort de la marca en Europa. SO/ Hotels & Resorts ya está presente con hoteles urbanos únicos en Tailandia, Singapur, Nueva Zelanda, Alemania, Austria, Rusia y Cuba.

Cada una de las propiedades de la cadena integra su característica filosofía Avant-Garde, moderna y que representa su distinguida oferta hotelera. Presentando su esencia del lujo rebelde, SO/ combina la persona-

lidad vibrante y el estilo vanguardista de un hotel de diseño con el posicionamiento distintivo de una marca de estilo de vida de alta gama y de moda.

SO/ Sotogrande abrirá este verano, con una propuesta inmersiva, ofreciendo un espacio gastronómico diferenciador; una zona wellness dedicada al bienestar y el relax; y unas vistas de Sotogrande y el Mediterráneo impresionantes. Entre las numerosas instalaciones y servicios, sus visitantes encontrarán un centro de fitness, y un gimnasio.

Vincci Gala presenta su nueva azotea "La Galana"



Barcelona está de inauguración con una nueva te-

rraza desde la que disfrutar de su reconocible e inigualable skyline. Vincci Gala 4* presenta su nueva azotea "La Galana", un rooftop que ha llegado al corazón de la Ciudad Condal para permitir vivir el vibrante ritmo de la urbe desde un agradable espacio al aire libre, sobrevolando todo el bullicio de la capital y contemplando su enorme mar de tejados.

Barceló Hotel Group presenta el festival de música 'Santa Catalina Classics'

Santa Catalina, a Royal Hideaway Hotel, el histórico hotel de Las Palmas de Gran Canaria, será la nueva sede del festival de música clásica organizado por Barceló Hotel Group. El festival comenzará el 2 de julio con un concierto extraordinario de Gustavo Dudamel y la Mahler Chamber Orchestra, en coproducción con el Festival Internacional de Música de Canarias.

La Gavina de S'Agaró incorpora la coctelería de Javier de las Muelas

El Hostal de La Gavina ha incorporado a Javier de las Muelas, propietario del grupo Dry Martini, como director de coctelería de todos los espacios de restauración del hotel, así como de La Taverna del Mar y de los Baños de Mar de S'Agaró. El emblemático Hostal de La Gavina, propiedad de la familia Ensesa, ha reabierto este mes de mayo ofreciendo una propuesta de experiencias para toda la temporada.



La marca Tribute Portfolio de Marriot Bonvoy debutará en Ibiza en julio

Abrirá sus puertas un nuevo hotel de 116 habitaciones



Está previsto que la marca Tribute Portfolio de Marriot Bonvoy haga su debut en el mes de julio en Ibiza con el Hotel Riomar, a Tribute Portfolio hotel. Situado a orillas de la bohemía bahía de Santa Eulalia, el hotel estará ro-

deado al mismo tiempo por las aguas cristalinas de la isla e idílicos paisajes verdes de montaña. Ubicado en primera línea de mar, el hotel aportará equilibrio y serenidad a través de una conexión armoniosa con la natura-

leza. Su diseño minimalista e intemporal contará con una suave paleta monocromática intercalada con cálidos toques rojizos, inspirado en la riqueza natural del suelo ibicenco.

Gallery Hoteles ofrece largas estancias en sus hoteles



Gallery Hoteles después de crear en sus hoteles el primer coliving para profesionales -galardonado con el premio Horeca New Business Models Awards 2021-, ahora presenta para este verano la fórmula Staycation - Your Vacation Home, una nueva oferta en sus hoteles de Mallorca y Málaga que permite a sus clientes disfrutar, como en su casa de verano, de una larga estancia vacacional reservable por semanas.

De esta manera, el grupo lanza Staycation para que sus huéspedes puedan alojarse en sus hoteles por largas estancias desde 800 euros/semana, con todos los servicios de un hotel de 4 estrellas superior, con desayuno buffet, spa, gimnasio, piscina y, además, poder disfrutar de sus restaurantes de cocina local tradicional actualizada: Salicornia, en Mallorca, y Matiz, en Mála-

ga. Todo ello, con las ventajas de un hogar que cuenta con un espacio común habilitado para el cliente de larga estancia y con servicio de comida take away.

"Desde Gallery Hoteles queremos recuperar la idea de segunda residencia, entendida como el sitio donde te instalas durante semanas o para todo el verano, allí donde creas tu propio espacio personal y conectas con tu entorno vacacional" - explica **Marta Golobardes**, directora general de Gallery Hoteles- "este hecho tan arraigado en España, lo maximizamos con nuestro Staycation con un precio cerrado por semanas. Ya hicimos el pasado otoño una fórmula para los profesionales creando el primer coliving, ahora lo hemos vuelto hacer, pero pensando en el cliente vacacional y adaptando la oferta y los establecimientos a sus necesidades".

El Club Privado The Sircle llega a hotel Sir Victor Barcelona



El grupo hotelero **Sircle Collection**, con sede en Ámsterdam, se propone reunir, revitalizar e inspirar a la ecléctica y heterogénea ciudad de Barcelona con The Sircle, su nuevo club privado situado en su elegante hotel recientemente inaugura-

do, **Sir Victor**. El establecimiento de cinco estrellas, ubicado en el centro del Eixample, ya se ha convertido en un destino cultural aclamado por la crítica. Atravesando la distintiva fachada del Sir Victor se descubre un impresionante

interiorismo, 91 habitaciones y suites, un lujoso spa y gimnasio, el restaurante The Rooftop y la piscina con vistas a la Casa Milà de Gaudí, una extraordinaria colección de arte catalán y mucho más. Además, ahora los miembros de The Sircle tendrán acceso a beneficios adicionales tanto fuera como dentro del hotel.

Tras la apertura de The Sircle Barcelona, Ámsterdam abrirá sus puertas el próximo otoño dentro del emblemático edificio W Amsterdam, en el corazón de la ciudad. The Sircle Vienna le seguirá en 2022. Una vez los socios son miembros de The Sircle pueden acceder al catálogo completo de beneficios en todas las ubicaciones del club.

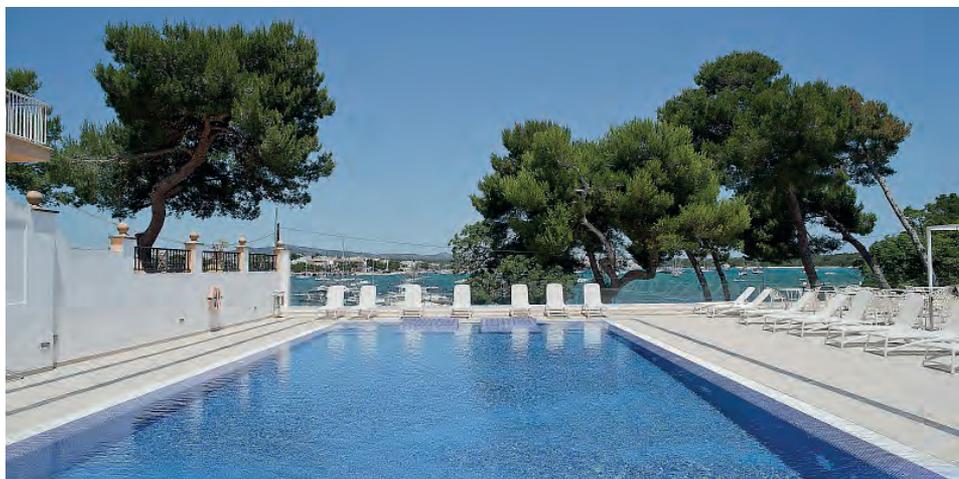


Marítim Hotel Galatzó abrirá bajo la gestión de ADH Hotels & Resorts

Maritim Hotel Galatzó confirma su apertura este año 2021 a partir del 17 de junio. Considerado como un hotel emblemático de Mallorca por su fantástica ubicación, en una colina en la Costa de la Calma, este elegante 4 estrellas gestionado por Adh Hotels & Resorts abrirá al público el conjunto de sus sensacionales instalaciones, incluyendo sus reconocidos espacios gastronómicos y el área wellness y spa.

Pierre & Vacances reforma y reabre el Hotel Vistamar en Mallorca

Tras una inversión de más de 1,7M€ procedente de un fondo gestionado por Swiss Life Asset Managers France



Pierre & Vacances ha anunciado su desescalada también en las islas baleares. Como novedad para este año el grupo francés ha renovado uno de sus hoteles insignia en Mallorca, el **Hotel Vistamar**, de 4 estrellas y que abrió el pasado 4 de junio, con una inversión de más de 1,7M€ procedente de un fondo gestionado por **Swiss Life Asset Managers France** y que ha comportado una reforma de cinco meses. De este modo, se han actualizado todas las instalaciones del estableci-

miento, para ofrecer un mayor confort y una experiencia superior a los huéspedes, con actuaciones en todas las áreas del hotel. Se ha realizado una renovación completa de los baños de las habitaciones, y de todo el mobiliario de las mismas, además de cambios en la iluminación y de pintura; en las zonas comunes se ha renovado por completo la recepción, así como las áreas de acceso, la zona de la piscina y se ha adaptado el hotel para los ciclistas. Además, se ha actuado también en la zona buffet

y en el mobiliario de las zonas de F&B.

Para **José María Pont**, presidente ejecutivo de **Pierre & Vacances España** "esta renovación supone un antes y un después para nuestro hotel y se enmarca dentro de la voluntad de Pierre & Vacances de seguir apostando por destinos turísticos de calidad con una clara apuesta por las Islas Baleares" y añade "esperamos que a través de esta actualización nuestros huéspedes se sientan a gusto para poder seguir ofreciéndoles un servicio de calidad que genere, a la vez, empleo y valor añadido para un territorio tan especial como es Mallorca".

A esta apertura se le suman los otros establecimientos de Pierre & Vacances de las Islas Baleares como son el Establecimiento premium Menorca Binibeca y los Apartamentos Mallorca Cecilia. El resto de complejos como los Apartamentos Mallorca Deya, y Apartamentos Mallorca Portofino, abrirán entre el 11 y el 18 de junio.

Vincci Hoteles incorpora energía 100% verde en casi el 60% de sus establecimientos

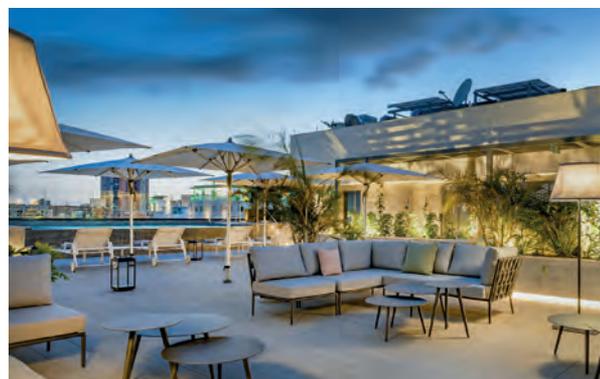
Vincci Hoteles puso en marcha en 2015 el proyecto de suministro de energía 100% verde a sus establecimientos. Desde entonces hasta este año la cadena de la familia Calero ha alcanzado la cifra de 20 hoteles con energía 100% verde, lo que supone casi un 60% de los establecimientos del grupo hotelero.

La marca AC Hotels by Marriott se estrena en Tenerife

Recién inaugurado en marzo de 2021 y marcando el debut de la marca AC Hotels en Tenerife, el hotel ofrece una ubicación inmejorable en el centro histórico de Santa Cruz, así como el elegante estilo característico de AC en su decoración. Situado frente al puerto deportivo, el hotel está a pocos minutos a pie de lugares de interés cultural como el Castillo de San Cristóbal o el Museo Municipal de Bellas Artes, rodeado además de una gran variedad de establecimientos. Los huéspedes podrán además sumergirse en el océano Atlántico o tomar el sol en las impresionantes playas que rodean el hotel.

El hotel ocupa un edificio

construido en los años 80 y mantiene el estilo característico de la época, fundiéndose con el elegante diseño de AC. El hotel ofrece todo lo que los huéspedes puedan necesitar con espacios abiertos cuidadosamente ideados, siempre flexibles para crear una estancia cómoda. Los huéspedes podrán disfrutar del clima soleado de la isla y de las impresionantes vistas desde la terraza de la azotea del hotel, refrescarse en su piscina, degustar platos locales en el AC Lounge y relajarse con uno de sus deliciosos cócteles de autor. Las 83 habitaciones, muy bien equipadas, tienen un diseño elegante a la vez que cómodo.





Room Mate abre su primer hotel en Roma

Room Mate anuncia la apertura de su primer hotel en Roma (el quinto en Italia, donde cuenta dos hoteles en Florencia y un hotel y un edificio de apartamentos en Milán). Se trata del Room Mate Filippo, situado a 500 metros de la plaza de España, y del Gran Filipo Apartments, con 11 apartamentos con zonas comunes. Con estas aperturas, Room Mate prosigue en su proceso de desescalada, con 28 hoteles ya operativos en siete países.

Nace en Sevilla una plataforma de coliving en hoteles

Emprendedores sevillanos han creado Coliving Hotels, la primera plataforma que facilita el proceso de vivir una temporada en un hotel, fomentando su uso híbrido. Esta plataforma se especializa en estancias medias y largas por lo que impulsa el coliving, una nueva modalidad de residencia que propone vivir en un alojamiento hotelero por temporadas tanto para residentes que necesiten un alojamiento temporal como para nuevos tipos de viajero, como el nómada digital.

Barceló Hotel Group recupera la gestión del hotel Barceló Illetas Albatros

La cadena hotelera anuncia la reapertura de este emblemático hotel solo para adultos ubicado en la bahía de Palma de Mallorca



Barceló Hotel Group reabre las puertas del Barceló Illetas Albatros – Adults only después de recuperar la gestión de este emblemático hotel de 4 estrellas y solo para adultos situado en primera línea de la bahía de Palma de Mallorca.

Escapada de desconexión frente al mar

Barceló Illetas Albatros – Adults only es un exclusivo hotel solo para adultos con una privilegiada ubicación

frente al mar y a tan solo 15 minutos del centro de Palma. Se caracteriza por el acceso privado a una cala natural, así como por su inigualable zona de piscinas con camas balinesas y bañeras de hidromasaje, para disfrutar del sol y el mar con toda comodidad.

Sus habitaciones de diseño minimalista y equipadas con la última tecnología en servicios y equipamiento, son ideales para unas vaca-

ciones de relax con espectaculares vistas al Mediterráneo.

El hotel cuenta con una zona Wellness donde se puede disfrutar de numerosos tratamientos, relajarse en el área de bienestar o cuidar el cuerpo en la zona de fitness. Para aquellos que quieran combinar el relax con el deporte, muy próximos al hotel se encuentran los mejores campos de golf de la isla.



El arte local canario encuentra su sitio en The Ritz-Carlton, Abama

The Ritz-Carlton, Abama ha inaugurado su exposición de arte Tinerfeño "Resiliencia" que se quedará expuesta de forma permanente en las salas del hotel.

El proyecto que tiene como objetivo desarrollar y dar a conocer el Turismo Cultural en el sur de la Isla, ha sido promovido por el Centro de Iniciativas y Turismo en la Comarca Sur de Tenerife

(CITSur) con la colaboración de los 9 ayuntamientos de las comarcas de Chasna e Isora y gestionado por Obispo Art Gallery.

Esta exposición une el talento de tres artistas Tinerfeños de gran relevancia, Juan Antonio Hernández (El patrón chico), Sergio Linares y Víctor Reyes que participan con un total de 40 obras expuestas.



Hilton celebra el primer evento neutro en carbono de España



Purobeach Barcelona, de **Hilton Diagonal Mar**, acogió el 17 de junio el primer gran encuentro de networking y negocios neutro en carbono, con el que se propone marcar el inicio de la era de los eventos presenciales con certificación de neutralidad en carbono. Gracias al sistema de

monitoreo y gestión **LightStay**, "**Hilton RE-ConnectiON**" calculará la huella medioambiental en base al número de asistentes, las comidas servidas, el número de habitaciones reservadas, el espacio utilizado, la duración del evento y el plan de medidas de ahorro energético ya existentes en el hotel.



Cap Vermell Grand Hotel en Mallorca contará con el primer restaurante ROKA en España

El japonés de fama mundial ROKA, abrirá las puertas de su primer restaurante en España el próximo 1 de julio. Y lo hará en Mallorca, en un marco incomparable y de tremenda belleza paisajística como es Cap Vermell Grand Hotel ubicado en Canyamel, Capdepera. ROKA Mallorca estará ubicado en una de las terrazas más espectaculares del hotel, con vistas al valle de Canyamel por un lado y al mar de Capdepera por otro.

LJs Ratxó, nace un nuevo hotel de lujo sostenible en Mallorca

Ubicado la Sierra de Tramuntana, en una espectacular finca del Siglo XIV de 2,6 millones de m², es un hotel de 5 estrellas y 25 habitaciones



LJs es un grupo empresarial mallorquín propiedad de Lorenzo Fluxá Domene y Lisa Jane Cross, que tiene sus orígenes en el mundo del calzado. Con un concepto familiar que engloba a sus 4 hijos, todos los negocios de la compañía tienen como hilo conductor la voluntad de respetar el medioambiente, y el explotar la naturaleza de manera sostenible. Además de la hostelería, cuyo primer proyecto es LJs Ratxó, la empresa ha querido diversificar sus inversiones en otros ámbitos como la agricultura, a través de la plantación de viñas ecológicas, y la creación de su propia bodega de vinos; la explotación sostenible de olivos para la producción de madera y aceite de consumo propio y en los hoteles de la cadena; y la adquisición de una fábrica de cerveza artesanal; entre otras.

LJs Ratxó emerge uniendo distintos edificios de arquitectura local, revestidos de la tradicional piedra vista ma-

llorquina, en los que se ubican las 25 habitaciones de entre 25 y 80 metros cuadrados del hotel, todas ellas con terraza o jardín, un atributo imprescindible para poder gozar de tanta belleza; y las más exclusivas con piscina privada propia. Un mobiliario rústico de Can Garaña, y diseños absolutamente mediterráneos como la tela de aguas, el cristal soplado, los envases de barro de Terracuita o las lámparas elaboradas por los ebanistas del hotel con madera proveniente de la finca, aportan un plus de autenticidad a un establecimiento que se presenta como referente de la Mallorca más auténtica.

El nuevo lujo: LJs Ratxó es un destino en sí mismo. Una clasificación que para muchos es sinónimo del nuevo lujo, y que hace referencia a un sentimiento, más que a una serie de objetos materiales. Es todo aquello que genera un continuo "uau" en los clientes: jacuzzis de tamaño XL; restaurantes como Roots

construidos junto a la montaña; terrazas espectaculares con vistas a una piscina de ensueño; un spa que invita a sumergirse en la más absoluta relajación; experiencias mindfulness diseñadas a medida y pavos reales a todo color, que reclaman su lugar, reivindicando el rol estelar que la naturaleza tiene en este singular establecimiento.

LJs Ratxó ha nacido con un plan de gestión sostenible global, de ámbito 360°. A iniciativas actuales como el uso racional del agua, el control individual de los aires acondicionados, la iluminación LED, la eliminación de productos de plástico de un solo uso, la digitalización de todos los materiales impresos para reducir el consumo de papel, la sustitución de cafeteras de cápsulas por otras que funcionan con café en grano, la utilización de productos reciclados como tazas fabricadas con posos de café, la contratación de más del 70% del personal residente en la isla y el consumo de productos locales de cercanía, kilómetro 0 e incluso cultivados en el propio huerto del hotel; se unirán pronto otras aún más revolucionarias como la limpieza de los bosques aledaños, la recuperación de la flora autóctona, la incorporación de vehículos eléctricos, y la instalación de distintos sistemas y equipamientos que abastecerán al complejo de energías renovables, y que permitirán el tratamiento sostenible de todos los residuos que genera, entre otras.

Iberostar apoya la recuperación de los ecosistemas costeros

Bajo el lema 'In love with the Ocean' Iberostar pone en marcha un programa de actividades artísticas e iniciativas culturales para sensibilizar sobre la importancia de cuidar los océanos a través de su compromiso con el turismo responsable. En varios hoteles, artistas locales comprometidos con la sostenibilidad, trabajarán en un mural a tiempo real e interactivo con los clientes.

Fuerte Conil, un resort al estilo caribeño en Cádiz

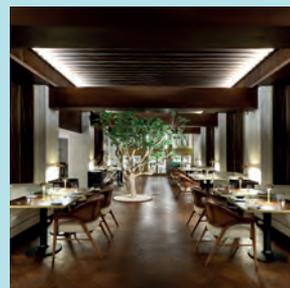


El conocido complejo, ubicado frente a la impresionante Playa de la Fontanilla, e integrado por 3 hoteles, será comercializado por primera vez como un único resort, al estilo del Caribe. Los clientes de este precioso resort, que cuenta con 25.000 metros cuadrados de terra-

zas y jardines, podrán utilizar todas sus instalaciones y servicios, independientemente de en qué hotel se alojen. Tras el exitoso lanzamiento de la temporada pasada, Forte Conil – Resort ha reforzado sus prestaciones, con la ampliación de su propia terraza-solárium.



BLESS Hotel Ibiza propone 48 horas de placer gastronómico



BLESS Hotel Ibiza, el hotel de la marca BLESS Collection Hotels de Palla-

dium Hotel Group, propone un plan para disfrutar durante 48 horas de su gastronomía sin salir del hotel. Bajo el lema 'The Best of living', BLESS Hotel Ibiza defiende el lujo hedonista, ejemplo de ello son sus cinco espacios gastronómicos dispuestos para disfrutar de cada momento, uno de ellos Etxeko by Martín Berasategui, alta gastronomía-

Nace la primera solución de pago integral para hoteles que conecta con PMS y motor de reservas

PaynoPain, fintech especializada en herramientas de pago online para hoteles; Witbooking, motor de reservas hoteleras; y Ulyses Cloud, software de gestión hotelera en la nube de Tesipro Solutions, se han unido para ofrecer a los hoteleros una oferta integral que satisfaga todas sus necesidades de gestión, reserva y pagos sin renunciar a la seguridad y la conversión.

White Brand Hotels presenta su proyecto Hotel Management 2.0



Luis Rubió y Björn Wild, socios fundadores de White Brand Hotels, han presentado recientemente un innovador proyecto Hotel Management 2.0. La propuesta es un híbrido entre la gestión hotelera clásica y el *asset management*, "que permitirá a la propiedad crear valor para su propia marca y activo hotelero, y no para la marca de la gestora como sucede hasta la fecha" explica la compañía en un comunicado.

Hotel Management 2.0 ofrece una alternativa a los propietarios que quieren crear su propia marca y mantener su esencia, sin renunciar a la gestión profesional que te ofrece la externalización.

Esta fórmula permitirá a la propiedad, desarrollar todo el conocimiento necesario para estar preparada en pocos años y tomar las riendas de la gestión con un equipo y conocimientos consolidados. De tal modo, White Brand Hotels pasará a supervisar la operativa y cumplimiento de los objetivos marcados, así como el mantenimiento del activo hotelero.

White Brand Hotels ha desarrollado diferentes verticales que le permiten adaptar su gestión Hotel Management 2.0 a las necesidades y al concepto que se acuerde con la propiedad del hotel, como son Luxury Boutique Resort, Urban Design Hotels

y Sport Resorts. Para esta última se ha hecho acompañar por un equipo de ex deportistas profesionales con amplios conocimientos en la industria deportiva, de las inversiones y del ocio.

White Brand Hotels ofrece dos tipologías de servicio según detalla la compañía de la siguiente manera:

"1. la gestión del activo utilizando la marca propia del hotel, formando al equipo ejecutivo del propio hotel, fortaleciendo el destino, y por tanto, los recursos del hotel son reinvertidos para incrementar el valor del propio hotel.

2. Y, por otro lado, también ofrece la opción de "gestión & co-inversión", donde White Brand Hotels detecta y desarrolla una oportunidad de inversión y presenta la oportunidad a su pool de inversores."

La compañía presenta un ambicioso plan de expansión para los próximos 5 años donde crecer, principalmente, en la gestión de hoteles boutique, de entre 30 y 100 habitaciones, y de categoría entre 4*S y 5*GL.

Luis Rubió, cofundador de White Brand Hotels, ha destacado que "esta innovadora propuesta permite a la propiedad externalizar la gestión al tiempo que invierten en su marca y activo, lo que evita que cuando se marche la gestora tu hotel pierda valor, o lo haya perdido".

La hackatón Miró in Cube pone el foco en proyectos innovadores que destaquen la resiliencia del turismo

El concurso de innovación turística Miro In Cube, que cuenta con el centro universitario CETT, como partner estratégico, apuesta en su IV edición por la temática de la resiliencia del sector turístico. Las claves para la reactivación del turismo o las soluciones para la práctica de un turismo más resiliente para un destino son algunas de las cuestiones sobre las que girará la hackatón.



Todos los Paradores contarán con fibra óptica a primeros de julio

Paradores ha seleccionado a Telefónica, a través de un concurso público, como socio tecnológico único para culminar su digitalización implantando una red de alta disponibilidad y banda ancha ultrarrápida en los 97 establecimientos que tiene repartidos en 16 Comunidades Autónomas. Se estima que a primeros de julio estará instalada todos los Paradores.

La evolución de los servicios de comunicaciones de Paradores será la base para desarrollar su plan de transformación digital, que mejorará tan-

to la gestión interna como la experiencia del cliente. Además, servirá para ampliar su público con visitantes que requieren tele-

trabajar, viajeros digitales o turistas más jóvenes que buscan una atención sostenible gracias al uso de la tecnología.



La tecnología se adapta a las preferencias del viajero

FITURTECHY, la sección de innovación, tecnología y sostenibilidad de FITUR, organizada en colaboración con el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), ha celebrado este mes de mayo su XIV edición en el marco de FITUR 2021, «Especial Recuperación Turismo» que organiza IFEMA MADRID. Una edición que resalta la vital importancia que está jugando el papel de la innovación turística y tecnológica para poder reactivar esta industria.

El hotel del Futuro



En el hotel del futuro de esta edición, dedicada a cómo la tecnología se adapta a las preferencias del viajero, la experiencia de cliente sigue siendo una prioridad. En este espacio se ha presentado una piscina dentro de una habitación con tecnología que muestra al cliente los indicadores de seguridad del agua en tiempo real, además de contar con un control domótico de todos los servicios de la habitación desde su propio dispositivo, para evitar, en la medida de lo posible, el contacto con los objetos.

Entre las herramientas tecnológicas que incorpora el nuevo hotel del Futuro de FITURTECHY, se encuentran dispositivos para realizar el check-in on line, puesto de autocheckin, sistemas inteligentes de control de aforos, biometría para facilitar los pagos, robots sociales, colchón inteligente, televisión conectada con los servicios del hotel mediante IPTV y los contenidos digitales como prensa digital gratuita para el cliente en su propio dispositivo proporcionada por el hotel, marketing olfativo personalizado, robots que ayudan a los empleados del hotel y mejoran la experiencia del cliente en diferentes departamentos y tecnología que ayuda a mejorar la creación de espacios seguros en cuanto a control del aire, limpieza y desinfección.

Acuerdo mundial de BYHOURS con Sabre

Sabre Corporation (NASDAQ: SABR), el principal proveedor de software y tecnología que impulsa la industria global de viajes, y BYHOURS, la startup internacional líder en microestancias hoteleras, han firmado un nuevo acuerdo para ampliar el catálogo de productos que ofrece a la comunidad de agencias de Sabre la posibilidad de vender habitaciones por horas a través de la App Sabre Red de BYHOURS.

STAYmyway capta 1,2 M de euros

La startup española STAYmyway, proveedora tecnológica de llave digital o mobile key para hoteles y apartamentos turísticos, ha recibido una inyección de recursos por un importe de 1,2 millones de euros. La ronda dio por concluida el pasado mes de abril, pero el proceso de financiación comenzó en 2020. STAYmyway ha firmado y ejecutado varios contratos de transformación de establecimientos analógicos en digitales desde hace más de 6 años.



Stay lanza una versión gratuita de su plataforma hotelera para conectar staff con huéspedes



Muy sensibilizada con los estragos de la pandemia en el sector del turismo, la compañía española líder en digitalización de hoteles STAY ha desarrollado una versión gratuita de su plataforma de Guest Experience, con la que se puede crear, en minutos, una completa App para conectar al staff con los huéspedes.

Ya es incuestionable que cualquier tipo de hotel necesita digitalizar sus procesos para ser más eficientes y adaptarse a las exigencias del nuevo huésped, cada vez más exigente y que requiere una gestión más rápida, autónoma y deslocalizada, sostenible gracias al ahorro de papel, y más segura, minimizando el contacto físico. Para eso nació STAY, una herramienta que permite adaptar toda la operativa durante la estancia con un sistema autogestionable que cumple con todas las necesidades de los huéspedes.

Su plataforma all-in-one en la nube ya está imple-

mentada en más de 1.000 hoteles de 58 países diferentes, entre ellos grandes cadenas como Meliá, Barceló, NH, The Ritz-Carlton o Vincci, mejorando la estancia de más de 6 millones de huéspedes. "Queremos apoyar al sector en su reapertura. Los hoteles están en una situación muy delicada y necesitan ayudas, pero tardarán en llegar. Pensamos que nuestra versión freemium permitirá, sobre todo a establecimientos con menos necesidades o que ahora no están en su momento más solvente, reabrir más preparados para la 'nueva normalidad'; eso hará que sus clientes se sientan más seguros, disfrutando de un servicio intachable y de una experiencia óptima. No queremos que nadie carezca de servicios digitales por razones de coste o complejidad", explica Joan Lladó, fundador y CEO de STAY, quien espera un crecimiento del 300% en el uso de la plataforma antes del fin del año.

SayOBO impulsa el sector turístico y lo ayuda en su digitalización sostenible



SemanticBots, empresa de base tecnológica de Castellón formada por profesores e investigadores del grupo Temporal Knowledge Bases Group (TKBG) de la Universitat Jaume I, quiere ayudar a los municipios y localidades a alcanzar la catalogación DTI (Destino Turístico Inteligente), un hecho que les facilitaría enormemente la recuperación económica de cara al verano.

La estrategia de digitalizar de modo sostenible el sector turístico para superar la crisis pandémica cuenta con una financiación de 1.900 millones de euros por parte del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y está pensada para hacer más competitiva toda la oferta turística de nuestro país, tanto la de sol y playa (la más numerosa), como la urbana y la rural. Esta última se verá especialmente reforzada, gracias a que tiene un amplio margen de desarrollo y permitirá mejorar la calidad de vida de los residentes, así como su tejido asociativo y empresarial a escala local.

Además, las Comunidades Autónomas darán subven-

ciones para proyectos que consigan revalorizar de forma sostenible el turismo de sus comarcas que mejoren la empleabilidad, cubran una necesidad no cubierta del territorio o desarrollen la zona teniendo en cuenta factores sociales, territoriales y ambientales. Esta herramienta de inteligencia turística, basada en inteligencia artificial y big data, ya ha empezado a funcionar en municipios turísticos como Santa Pola, Vinaròs o Morella. Para Turismo Santa Pola, ya ha dado resultado, consiguiendo esta localidad la categorización de nivel 3 en la red de destinos turísticos inteligentes de la Comunidad Valenciana gracias a la incorporación de Paula, su chatbot turístico inclusivo, y de otras aplicaciones informáticas predictivas.

Asimismo, estos destinos también cumplen con los objetivos marcados en la Agenda 2030 y con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), entre los que se encuentran, el trabajo decente y el crecimiento económico, la reducción de las desigualdades, la igualdad de género

o una alianza mundial en pro del desarrollo sostenible. Estos objetivos van de la mano con la catalogación DTI, ya que ambas buscan el desarrollo sostenible, la posibilidad de que cualquier localidad pueda vivir del turismo, y que haga este accesible para todo el mundo.

Para optar a estas ayudas, cada destino deberá cumplir una serie de requisitos que aseguren una mejora en la dinamización del territorio a largo plazo, un desarrollo sostenible tanto económico, ambiental y social o mejorar sus recursos turísticos, entre otros. Es en esta digitalización sostenible de los destinos donde SayOBO puede acelerar de forma radical este apartado: gracias a su chatbot inclusivo también permite a personas con discapacidades visuales, o personas mayores más alejadas de la tecnología, contar con mayor accesibilidad a experiencias turísticas en destinos cada vez más digitales.

SayOBO adapta el texto escrito a las características requeridas por el usuario, creando una interfaz específica al momento. Esto hace que pueda integrarse fácilmente en cualquier página web, app u otros canales digitales de empresas y organizaciones para comunicarse con sus clientes o usuarios, haciéndolos más accesibles para personas con discapacidades visuales. Además, es capaz de contestar en distintos idiomas, y al tratarse de un sistema inteligente, se va adaptando a las necesidades de cada persona a medida que se utiliza incrementando su base de conocimiento para poder ofrecer nuevas respuestas.



Valentín Sancti Petri estrena decoración

Uno de los hoteles más emblemáticos de la costa gaditana, el Valentin Sancti Petri, estrena interiorismo en sus habitaciones. Es un precioso establecimiento de estilo colonial de 553 habitaciones, que destaca por su ubicación frente a la kilométrica Playa de la Barrosa; por estar rodeado de 4.000 hectáreas de pinos; y por contar con más de 25.000 metros cuadrados de terrazas y jardines. Textiles más modernos y elegantes, y nueva iluminación son algunos de los cambios más destacables.

Matild Palace, a Luxury Collection Hotel, Budapest presenta sus cautivadores interiores

El hotel ha acometido una renovación de 5 años de duración para devolver al palacio su antiguo esplendor, reinventando el edificio y convirtiéndolo en un hotel de lujo. Con interiorismo del galardonado estudio MKV Design, dirigido por Maria Katsarou, la estética interior de la propiedad celebra la rica herencia del edificio, arraigada en la cultura y la alta sociedad de Budapest.

Será la primera propiedad en España para la marca hotelera de ultra lujo Rosewood Hotels & Resorts

Rosewood Villa Magna desvela el proyecto de interiorismo



Rosewood Villa Magna, abrirá sus puertas a principios de otoño en Madrid, marcando la presencia del prestigioso grupo **Rosewood Hotels & Resorts** en España. Tras la importante renovación en curso, la emblemática propiedad del Paseo de la Castellana adquirida en 2018 por el grupo mexicano **RLH Properties**, recupera la esencia del palacete madrileño que fue en sus orígenes, combinado esta esencia con el espíritu cosmopolita de **Rosewood Hotels & Resorts**.

Una de las claves de la reforma ha sido poner el foco el acceso peatonal al hotel. Para ello se han diseñado unas escaleras centrales en un bonito entorno natural que conecta el Paseo de la Castellana con la entrada principal del edificio. **Rosewood** traerá a la capital madrileña la filosofía A Sense of Place® que se basa en el principio de que cada hotel de su exclusiva colección refleje su propia historia, cultura y sensibilidad ba-

jo el sello común de la excelencia en el servicio. En su selecto porfolio hay propiedades tan icónicas como el **Hotel Criblon**, de París; **The Carlyle**, de Nueva York; o **Rosewood Mayakoba**, en Riviera Maya (México). Siguiendo el espíritu contemporáneo de **Rosewood** y su clara apuesta por el diseño, cuatro estudios reconocidos a nivel internacional han desarrollado el proyecto.

El reconocido arquitecto español **Ramón de Arana** se ha hecho cargo de la espectacular "envoltura" de la fachada, llamada a ser un nuevo icono visual del Paseo de la Castellana.

El diseño de interiores está liderado por **BAR Studio**, una galardonada firma australiana asociada con proyectos de **Rosewood** que incluyen **Rosewood Phuket** y **Rosewood Rome** (apertura en 2023). **ArtLink**, la compañía del Reino Unido aclamada por su experiencia está seleccionando la colección de

arte contemporáneo del hotel.

Finalmente, el paisajista y arquitecto español **Gregorio Marañón** ha asumido la importante transformación de los jardines del complejo, uno de sus nuevos puntos fuertes. El proyecto se ha centrado en la conexión con el Paseo de la Castellana y la recuperación de zonas ajardinadas creando diferentes tonalidades según la temporada.

Tras una reforma que busca subrayar el carácter de residencia privada contemporánea del inmueble, el hotel contará con 154 habitaciones y suites, entre ellas dos de las suites más amplias y lujosas de la capital de España.

El chef **Jesús Sánchez**, reconocido con tres estrellas Michelin por su restaurante cántabro **El Cenador de Amós**, liderará la oferta gastronómica del restaurante insignia de **Rosewood Villa Magna**, Amós.

El diseño interior del restaurante será supervisado por **Alejandra Pombo**, con sede en Madrid, y se inspira en una taberna madrileña, combinando de forma innovadora tradición y modernidad, con un toque sofisticado.

Sense, A Rosewood Spa, será el tranquilo santuario de bienestar del hotel donde los huéspedes podrán desconectar de la rutina de la vida diaria, gracias a los tratamientos de las marcas de spa de **Rosewood** y terapeutas expertos.

Vincci inaugura su segundo hotel en Oporto, un hotel de nueva construcción



El 15 de junio **Vincci Hoteles** ha inaugurado su segundo establecimiento en Oporto y el cuarto en Portugal, país en el que cuenta con otros dos proyectos en marcha. El **Vincci Ponte de Ferro** es un cuatro estrellas ubicado en Vila Nova de Gaia, al lado del popular puente de Don Luis I.

La sociedad de gestión patrimonial **Caler Advisory&Asset Management**, gestora del fondo de inversión **RSR Singular Assets Europe**, nuevo propietario del inmueble, ha gestionado la adquisición, licencias y obras de adecuación del hotel y project management hasta su entrega a **Vincci Hoteles** como operador del mismo. El importe total del proyecto han sido 29 millones de euros.

El proyecto de arquitectura se ha realizado conjuntamente entre el arquitecto portugués **José Gigante** y el estudio **Barcelona GGV** arquitectura. El interiorismo ha sido diseñado por el estudio de **Rosa Roselló**.

El hotel de 94 habitaciones está formado por un conjunto de edificios y conserva en su

fachada los arcos de piedra del antiguo Convento de São Bento del Ave María. El edificio principal acoge la recepción el lobby bar y una suite en la última planta, con vista panorámica al Duero y Oporto.

El hotel **Vincci Ponte de Ferro** cuenta con cuatro opciones gastronómicas: el lobby bar **Miraponte Bar**; el **Adega Wine Bar**, dedicado al culto al vino y el restaurante a la carta **Ponte de Ferro**. En la planta 12 se encuentra la terraza donde funciona el **6 Ponte Sky Bar** y una piscina.

Con esta apertura **Vincci Hoteles** suma cuatro establecimientos en Portugal: dos en Lisboa y dos en Oporto, ciudad en la que se abrirá un tercero a finales del 2022 y otro en Sintra sin fecha establecida.

El tercer hotel en Oporto será un cuatro estrellas de 102 habitaciones, con restaurante a la carta, terraza y piscina exterior situado junto al metro **Trindade**. Su apertura está prevista para finales de 2022.



El artista urbano Juan Díaz-Faes realiza un mural en la azotea del hotel Aloft Madrid

El Hotel Aloft Madrid Gran Vía y Colección SOLO han presentado la obra del artista Juan Díaz – Faes, un mural único de 8,5 m² titulado "Olaft" realizado expresamente para el hotel y expuesto en uno de los muros del WXYZ Bar en su azotea. La intervención de Díaz-Faes ha tenido una duración de una jornada, tiempo en el que el artista ha convivido con los visitantes y huéspedes del hotel, que han sido testigos directos del proceso de creación.

MedPlaya ha destinado 20 M a mejorar su planta

MedPlaya ha destinado entre 2020 y 2021, 20 millones de euros en reformas y reposicionamientos en colaboración con los propietarios de los hoteles, entre ellos el fondo Azora European Hotel & Lodging. Las reformas más importantes, que han incluido la remodelación de 1.200 habitaciones, una veintena de suites y zonas comunes y exteriores, se han llevado a cabo en los hoteles Calypso y Pirámide (Salou), Pez Espada (Torremolinos), Regente y Agir Springs Hotel (Benidorm), Bali (Benalmádena) y Santa Mónica (Calella).

B&B HOTELS cuenta actualmente con 37 hoteles en España y seis en Portugal, ofreciendo más de 4.000 habitaciones

B&B HOTELS reforma las habitaciones y pasillos de su B&B Hotel Madrid Centro Plaza Mayor de la mano del estudio de diseño CuldeSac

B&B HOTELS, ha reformado su B&B Hotel Madrid Centro Plaza Mayor de la mano del estudio de diseño CuldeSac.

Tras esta reforma, B&B HOTELS y CuldeSac han creado nuevos espacios en las 40 habitaciones que dan forma a este hotel, además de los pasillos, pensados especialmente para sus huéspedes y donde se priorizan las experiencias y el contenido. Para ello, se ha dado mucha importancia a crear ambientes modernos, contemporáneos y minimalistas, pero a la

vez muy cálidos, agradables y acogedores poniendo luces indirectas en elementos estructurales como los cabeceros y espejos.

El recién reformado B&B Hotel Madrid Centro Plaza Mayor ofrece múltiples opciones de alojamiento, de calidad y a precios asequibles, con una oferta variada de 40 habitaciones dobles, individuales, twins y una suite con terraza. Además, ofrece a sus huéspedes desayuno buffet, conexión Wi-Fi de alta velocidad en habitaciones y zonas comunes,

café y bebidas calientes gratuitas y servicio de recepción las 24 horas. B&B HOTELS y CuldeSac ya trabajaron juntos anteriormente con la reforma del B&B Hotel Getafe, creando un espacio bajo el concepto de 'coworking' y 'coliving' pensado especialmente también para sus huéspedes.

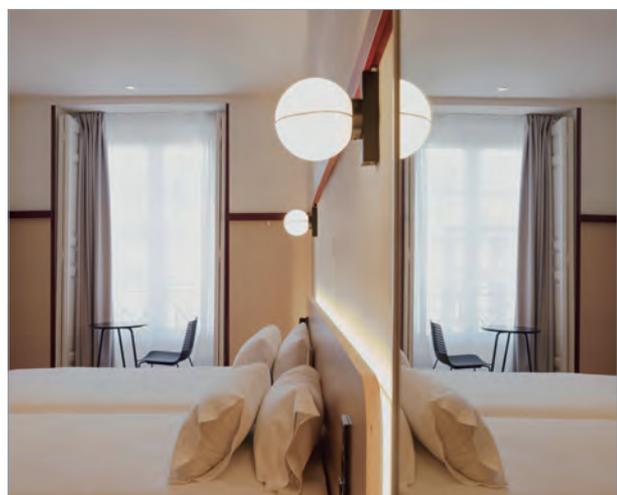
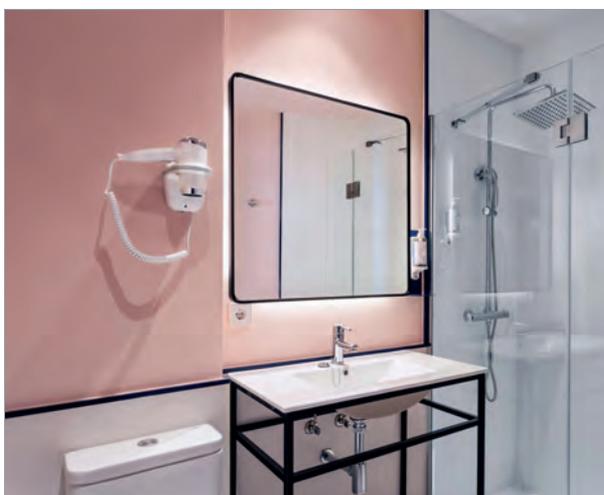
Según **Lucía Méndez-Bonito**, CEO de B&B HOTELS en España y Portugal: "Nuestra responsabilidad es proporcionar la mejor experiencia a los huéspedes, generando espacios de diseño sorprendentes y a la vez de gran calidad. Valores que están en el ADN de B&B HOTELS. El exclusivo diseño del renovado B&B Hotel Madrid Centro Plaza Mayor gracias al estudio de diseño CuldeSac, sin duda mejorará la experiencia de nuestros visitantes, que podrán contar con nuevos espacios para satisfacer todas sus necesidades como ya hicimos en nuestro B&B Hotel Madrid Centro Puerta del Sol

con el estudio de arquitectura **luis vidal + arquitectos**, o en el B&B Hotel Madrid Centro Fuencarral 52".

Para **Pepe García**, fundador y director de arte de **CuldeSac**: "Los espacios de hoy en día se intrincan y relacionan con el tejido urbano y las múltiples necesidades de las personas que habitan las ciudades en la era post-COVID. A través del diseño, nosotros no solo nos encargamos de la creación de estos espacios, sino que también trazamos nuevos modelos de negocio emergentes. Entendemos los hoteles como auténticos creadores de nuevos protocolos y experiencias, en donde huéspedes y no huéspedes puedan vivir el cambio constante y disruptivo con libertad y como parte de un proceso natural y placentero. Como diseñadores nuestra máxima es dedicarnos no solo al interiorismo, sino apoyar a nuestros clientes en la evolución de su modelo de negocio redefiniendo su propuesta de valor. El

modelo hotelero actual se encuentra en plena evolución: la gestión de habitaciones y camas está mutando hacia un modelo en donde se priorizan las experiencias y el contenido, donde es tan importante lo que ocurre dentro del hotel como lo que pueda ocurrir fuera. Los hoteles han dejado de ser lugares de reclusión para convertirse en auténticos espacios de conexión, en donde las ventajas de su localización se viven de una manera más intensa y genuina".

Además de sendas reformas del B&B Hotel Madrid Centro Plaza Mayor y B&B Hotel Getafe, B&B HOTELS lleva tiempo apostando por el diseño en sus distintos establecimientos. Prueba de ello son sus aclamados smart boutiques hotels B&B Hotel Madrid Centro Fuencarral 52, finalista a la 'Mejor Rehabilitación Integral de Edificios' durante la XXII edición de los Premios ASPRIMA-SIMA; y B&B Hotel Madrid Centro Puerta del Sol cuyo proyecto de interiorismo fue ejecutado magistralmente por el estudio internacional **luis vidal + arquitectos**, uno de los arquitectos españoles del momento con proyectos tan emblemáticos como la nueva terminal del aeropuerto de Heathrow en Londres o el nuevo diseño de Castellana 77. B&B HOTELS cuenta actualmente con 37 hoteles en España y seis en Portugal, ofreciendo más de 4.000 habitaciones.





Abre un nuevo hotel de diseño por Maisons du Monde

La cadena hotelera independiente Vicartem y la marca de decoración y mobiliario Maisons du Monde han lanzado un nuevo proyecto que sigue combinando la experiencia en el sector hotelero con la forma de ver el diseño. Tras la apertura de dos establecimientos, en Nantes en mayo de 2019 y en el Puerto Viejo de Marsella en enero de 2021, Maisons du Monde Hôtel & Suites inaugura un tercer hotel en La Rochelle.

Los espacios híbridos en hoteles serán clave en el futuro

Según un estudio elaborado por Actiu sobre el uso y el potencial de los espacios híbridos, los encuestados apuntaron que los entornos que serán claves en el futuro serán las oficinas con nuevos usos con el 65,6%, seguidas por el 51,2% de los coworkings, los hoteles con el 39,5%, las cafeterías y restaurantes con el 36,2%, las terminales de transporte con el 20,4% y tiendas o centros comerciales con el 6,9%.

El Gran Hotel Brillante se somete a una gran rehabilitación con el apoyo de la interiorista Beatriz Silveira

La reforma de este hotel boutique ubicado en San Sebastian de Pravia (Asturias) ha durado más de un año y ha supuesto una inversión de 3.000.000 de euros

‘Queremos que te sientas mejor que en tu casa’. Este podría ser el eslogan que defina a la perfección al nuevo Gran Hotel Brillante. Un hotel boutique situado en San Esteban de Pravia (Muros de Nalón, Asturias) que vuelve a abrir sus puertas tras varios años de obras y convertido en uno de los hoteles de referencia en la zona.

La modernidad llegó a San Esteban de Pravia

de la mano del ferrocarril vasco-asturiano y de la pensión Brillante. Durante el primer lustro del S.XX, el puerto murense inició su época dorada. Poetas como Rubén Darío o pintores como Joaquín Sorolla o Mariano Fortuny pasaron sus días entre las paredes de aquella pensión. Décadas después, lo que un día albergó un bar, un negocio de venta de prensa y billetes de auto-

bús y apartamentos de alquiler, abre sus puertas a un nuevo turismo de calidad que valora los detalles, el buen trato y la exclusividad.

14 habitaciones y 8 residencias privadas conforman este edificio situado en Muros de Nalón. El objetivo es hacer que el hotel sea un lugar de descanso y haga de su estancia una experiencia única.

Las residencias privadas,

que están ubicadas en las últimas plantas del hotel serán nombradas con playas del concejo (Guardada, Aguilar, Focarón y Silo) y miradores del pueblo y alrededores (Glayos, Atalaya, Peña Seis y Espíritu Santo) respectivamente.

El edificio que acoge al nuevo Gran Hotel Brillante se ha sometido a una intensa rehabilitación y reforma que ha durado más de un año y ha supuesto una inversión de 3.000.000 €.

Para la ejecución de la obra han querido contar con el apoyo de la interiorista Beatriz Silveira, reconocida diseñadora especializada en interiorismo y decoración de interiores y que ha realizado proyectos con altos estándares de calidad. La fachada y algunos detalles del interior, como la estructura metálica de la escalera y la barra ‘art deco’ del comedor, se han respetado a la hora

de realizar la reforma completa del edificio.

Las habitaciones cuentan con detalles únicos y especiales como los muebles hechos a medida; los cabeceros de las camas, todos diferentes y forrados con telas de la casa inglesa Designers Guild; las sábanas de 400 hilos egipcios de Carmen Borja; las molduras de los techos que recrean las que había antes.

Los cuartos de baño son con mármoles cálidos de Almería, Alicante y Portugal; la grifería portuguesa y muebles a medida.

El lobby está presidido por unas impresionantes pantallas de Otherlamps modelo ‘Calabazas de Pravia’ diseñadas por Paloma Eguilior y Matilde Llado.

En la planta baja, junto a la recepción, y separado por unos escalones, Gran Hotel Brillante cuenta con un acogedor comedor presidido por una impresionante barra de bar de mármol negro de ‘estilo art deco’ y unas columnas de hierro fundido. Han querido mantener las originales.

En este oasis los huéspedes pueden disfrutar de amplios desayunos y deliciosos brunch en los que destacan las tartas caseiras. El comedor tiene capacidad para 38 personas.

Un hotel boutique donde la exclusividad y la hospitalidad se unen para ofrecer una experiencia diferente de Asturias al viajero.



La tecnología del futuro ya está aquí



Creando un futuro sostenible juntos

Decididos a reducir nuestra huella ambiental, nuestro objetivo es alcanzar 'zero' emisiones de CO₂ para 2050. Una economía circular, innovadora e inteligente. ¡Es hora de actuar, únete a Daikin!

Más sostenible. Más versátil. Mayor funcionalidad

Nueva serie Mini VRV 5 con R-32

El nuevo VRV 5 combina todas las aplicaciones de nuestros mini VRV en una solución mucho más sostenible gracias al R-32.

- > **Máxima sostenibilidad** durante todo el ciclo de vida útil gracias al refrigerante R-32 de bajo PCA* y a una eficiencia estacional líder en el mercado.
- > **Compacto:** Hasta 16 kw frigoríficas con un solo ventilador.
- > **Diseño silencioso** con presión sonora de hasta solo 39db (A) gracias a las 5 etapas de nivel sonoro.
- > **Máxima flexibilidad** que permite la instalación en habitaciones de 10m² gracias a las medidas incorporadas de serie.
- > **Diseñado para proporcionar confort** con un control online y por voz intuitivo.
- > **Nueva unidad de clase 10** para habitaciones pequeñas (1 kw de potencia frigorífica)
- > **Ajuste automático** de presión del ventilador para permitir conectar conductos de salida de aire.
- > **Fácil mantenimiento** gracias a la accesibilidad de los componentes dentro de la unidad.

*PCA: Potencia de Calentamiento Atmosférico

R-32



Menor impacto de CO₂

VRV 5

BLUEVOLUTION

Nace la primera solución de pago integral para hoteles que conecta con PMS y motor de reservas

PaynoPain, fintech especializada en herramientas de pago online para hoteles; Witbooking, motor de reservas hoteleras; y Ulyses Cloud, software de gestión hotelera en la nube de Tesipro Solutions, se han unido para ofrecer a los hoteleros una oferta integral que satisfaga todas sus necesidades de gestión, reserva y pagos sin renunciar a la seguridad y la conversión.

White Brand Hotels presenta su proyecto Hotel Management 2.0



Luis Rubió y Björn Wild, socios fundadores de White Brand Hotels, han presentado recientemente un innovador proyecto Hotel Management 2.0. La propuesta es un híbrido entre la gestión hotelera clásica y el *asset management*, "que permitirá a la propiedad crear valor para su propia marca y activo hotelero, y no para la marca de la gestora como sucede hasta la fecha" explica la compañía en un comunicado.

Hotel Management 2.0 ofrece una alternativa a los propietarios que quieren crear su propia marca y mantener su esencia, sin renunciar a la gestión profesional que te ofrece la externalización.

Esta fórmula permitirá a la propiedad, desarrollar todo el conocimiento necesario para estar preparada en pocos años y tomar las riendas de la gestión con un equipo y conocimientos consolidados. De tal modo, White Brand Hotels pasará a supervisar la operativa y cumplimiento de los objetivos marcados, así como el mantenimiento del activo hotelero.

White Brand Hotels ha desarrollado diferentes verticales que le permiten adaptar su gestión Hotel Management 2.0 a las necesidades y al concepto que se acuerde con la propiedad del hotel, como son Luxury Boutique Resort, Urban Design Hotels

y Sport Resorts. Para esta última se ha hecho acompañar por un equipo de ex deportistas profesionales con amplios conocimientos en la industria deportiva, de las inversiones y del ocio.

White Brand Hotels ofrece dos tipologías de servicio según detalla la compañía de la siguiente manera:

"1. la gestión del activo utilizando la marca propia del hotel, formando al equipo ejecutivo del propio hotel, fortaleciendo el destino, y por tanto, los recursos del hotel son reinvertidos para incrementar el valor del propio hotel.

2. Y, por otro lado, también ofrece la opción de "gestión & co-inversión", donde White Brand Hotels detecta y desarrolla una oportunidad de inversión y presenta la oportunidad a su pool de inversores."

La compañía presenta un ambicioso plan de expansión para los próximos 5 años donde crecer, principalmente, en la gestión de hoteles boutique, de entre 30 y 100 habitaciones, y de categoría entre 4*S y 5*GL.

Luis Rubió, cofundador de White Brand Hotels, ha destacado que "esta innovadora propuesta permite a la propiedad externalizar la gestión al tiempo que invierten en su marca y activo, lo que evita que cuando se marche la gestora tu hotel pierda valor, o lo haya perdido".

La hackatón Miró in Cube pone el foco en proyectos innovadores que destaquen la resiliencia del turismo

El concurso de innovación turística Miro In Cube, que cuenta con el centro universitario CETT, como partner estratégico, apuesta en su IV edición por la temática de la resiliencia del sector turístico. Las claves para la reactivación del turismo o las soluciones para la práctica de un turismo más resiliente para un destino son algunas de las cuestiones sobre las que girará la hackatón.



Todos los Paradores contarán con fibra óptica a primeros de julio

Paradores ha seleccionado a Telefónica, a través de un concurso público, como socio tecnológico único para culminar su digitalización implantando una red de alta disponibilidad y banda ancha ultrarrápida en los 97 establecimientos que tiene repartidos en 16 Comunidades Autónomas. Se estima que a primeros de julio estará instalada todos los Paradores.

La evolución de los servicios de comunicaciones de Paradores será la base para desarrollar su plan de transformación digital, que mejorará tan-

to la gestión interna como la experiencia del cliente. Además, servirá para ampliar su público con visitantes que requieren tele-

trabajar, viajeros digitales o turistas más jóvenes que buscan una atención sostenible gracias al uso de la tecnología.



La tecnología se adapta a las preferencias del viajero

FITURTECHY, la sección de innovación, tecnología y sostenibilidad de FITUR, organizada en colaboración con el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), ha celebrado este mes de mayo su XIV edición en el marco de FITUR 2021, «Especial Recuperación Turismo» que organiza IFEMA MADRID. Una edición que resalta la vital importancia que está jugando el papel de la innovación turística y tecnológica para poder reactivar esta industria.

El hotel del Futuro



En el hotel del futuro de esta edición, dedicada a cómo la tecnología se adapta a las preferencias del viajero, la experiencia de cliente sigue siendo una prioridad. En este espacio se ha presentado una piscina dentro de una habitación con tecnología que muestra al cliente los indicadores de seguridad del agua en tiempo real, además de contar con un control domótico de todos los servicios de la habitación desde su propio dispositivo, para evitar, en la medida de lo posible, el contacto con los objetos.

Entre las herramientas tecnológicas que incorpora el nuevo hotel del Futuro de FITURTECHY, se encuentran dispositivos para realizar el check-in on line, puesto de autocheckin, sistemas inteligentes de control de aforos, biometría para facilitar los pagos, robots sociales, colchón inteligente, televisión conectada con los servicios del hotel mediante IPTV y los contenidos digitales como prensa digital gratuita para el cliente en su propio dispositivo proporcionada por el hotel, marketing olfativo personalizado, robots que ayudan a los empleados del hotel y mejoran la experiencia del cliente en diferentes departamentos y tecnología que ayuda a mejorar la creación de espacios seguros en cuanto a control del aire, limpieza y desinfección.

Acuerdo mundial de BYHOURS con Sabre

Sabre Corporation (NASDAQ: SABR), el principal proveedor de software y tecnología que impulsa la industria global de viajes, y BYHOURS, la startup internacional líder en microestancias hoteleras, han firmado un nuevo acuerdo para ampliar el catálogo de productos que ofrece a la comunidad de agencias de Sabre la posibilidad de vender habitaciones por horas a través de la App Sabre Red de BYHOURS.

STAYmyway capta 1,2 M de euros

La startup española STAYmyway, proveedora tecnológica de llave digital o mobile key para hoteles y apartamentos turísticos, ha recibido una inyección de recursos por un importe de 1,2 millones de euros. La ronda dio por concluida el pasado mes de abril, pero el proceso de financiación comenzó en 2020. STAYmyway ha firmado y ejecutado varios contratos de transformación de establecimientos analógicos en digitales desde hace más de 6 años.



Stay lanza una versión gratuita de su plataforma hotelera para conectar staff con huéspedes



Muy sensibilizada con los estragos de la pandemia en el sector del turismo, la compañía española líder en digitalización de hoteles STAY ha desarrollado una versión gratuita de su plataforma de Guest Experience, con la que se puede crear, en minutos, una completa App para conectar al staff con los huéspedes.

Ya es incuestionable que cualquier tipo de hotel necesita digitalizar sus procesos para ser más eficientes y adaptarse a las exigencias del nuevo huésped, cada vez más exigente y que requiere una gestión más rápida, autónoma y deslocalizada, sostenible gracias al ahorro de papel, y más segura, minimizando el contacto físico. Para eso nació STAY, una herramienta que permite adaptar toda la operativa durante la estancia con un sistema autogestionable que cumple con todas las necesidades de los huéspedes.

Su plataforma all-in-one en la nube ya está imple-

mentada en más de 1.000 hoteles de 58 países diferentes, entre ellos grandes cadenas como Meliá, Barceló, NH, The Ritz-Carlton o Vincci, mejorando la estancia de más de 6 millones de huéspedes. "Queremos apoyar al sector en su reapertura. Los hoteles están en una situación muy delicada y necesitan ayudas, pero tardarán en llegar. Pensamos que nuestra versión freemium permitirá, sobre todo a establecimientos con menos necesidades o que ahora no están en su momento más solvente, reabrir más preparados para la 'nueva normalidad'; eso hará que sus clientes se sientan más seguros, disfrutando de un servicio intachable y de una experiencia óptima. No queremos que nadie carezca de servicios digitales por razones de coste o complejidad", explica Joan Lladó, fundador y CEO de STAY, quien espera un crecimiento del 300% en el uso de la plataforma antes del fin del año.

SayOBO impulsa el sector turístico y lo ayuda en su digitalización sostenible



SemanticBots, empresa de base tecnológica de Castellón formada por profesores e investigadores del grupo Temporal Knowledge Bases Group (TKBG) de la Universitat Jaume I, quiere ayudar a los municipios y localidades a alcanzar la catalogación DTI (Destino Turístico Inteligente), un hecho que les facilitaría enormemente la recuperación económica de cara al verano.

La estrategia de digitalizar de modo sostenible el sector turístico para superar la crisis pandémica cuenta con una financiación de 1.900 millones de euros por parte del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y está pensada para hacer más competitiva toda la oferta turística de nuestro país, tanto la de sol y playa (la más numerosa), como la urbana y la rural. Esta última se verá especialmente reforzada, gracias a que tiene un amplio margen de desarrollo y permitirá mejorar la calidad de vida de los residentes, así como su tejido asociativo y empresarial a escala local.

Además, las Comunidades Autónomas darán subven-

ciones para proyectos que consigan revalorizar de forma sostenible el turismo de sus comarcas que mejoren la empleabilidad, cubran una necesidad no cubierta del territorio o desarrollen la zona teniendo en cuenta factores sociales, territoriales y ambientales. Esta herramienta de inteligencia turística, basada en inteligencia artificial y big data, ya ha empezado a funcionar en municipios turísticos como Santa Pola, Vinaròs o Morella. Para Turismo Santa Pola, ya ha dado resultado, consiguiendo esta localidad la categorización de nivel 3 en la red de destinos turísticos inteligentes de la Comunidad Valenciana gracias a la incorporación de Paula, su chatbot turístico inclusivo, y de otras aplicaciones informáticas predictivas.

Asimismo, estos destinos también cumplen con los objetivos marcados en la Agenda 2030 y con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), entre los que se encuentran, el trabajo decente y el crecimiento económico, la reducción de las desigualdades, la igualdad de género

o una alianza mundial en pro del desarrollo sostenible. Estos objetivos van de la mano con la catalogación DTI, ya que ambas buscan el desarrollo sostenible, la posibilidad de que cualquier localidad pueda vivir del turismo, y que haga este accesible para todo el mundo.

Para optar a estas ayudas, cada destino deberá cumplir una serie de requisitos que aseguren una mejora en la dinamización del territorio a largo plazo, un desarrollo sostenible tanto económico, ambiental y social o mejorar sus recursos turísticos, entre otros. Es en esta digitalización sostenible de los destinos donde SayOBO puede acelerar de forma radical este apartado: gracias a su chatbot inclusivo también permite a personas con discapacidades visuales, o personas mayores más alejadas de la tecnología, contar con mayor accesibilidad a experiencias turísticas en destinos cada vez más digitales.

SayOBO adapta el texto escrito a las características requeridas por el usuario, creando una interfaz específica al momento. Esto hace que pueda integrarse fácilmente en cualquier página web, app u otros canales digitales de empresas y organizaciones para comunicarse con sus clientes o usuarios, haciéndolos más accesibles para personas con discapacidades visuales. Además, es capaz de contestar en distintos idiomas, y al tratarse de un sistema inteligente, se va adaptando a las necesidades de cada persona a medida que se utiliza incrementando su base de conocimiento para poder ofrecer nuevas respuestas.

"De esta crisis saldremos más fortalecidos aún y con mucho aprendizaje interiorizado"

PARA ALBERT OLIVÉ, LA PROTECCIÓN AL EQUIPO HUMANO, EL CONTROL DE TESORERÍA Y LA PLANIFICACIÓN FINANCIERA, ASÍ COMO UNA EXCELENTE COMUNICACIÓN DIRECTA CON LOS CLIENTES HAN SIDO LOS TRES PILARES QUE HAN PERMITIDO SOBRELLEVAR ESTE AÑO TAN COMPLEJO A AXEL HOTELS. POR OTRA PARTE, LAS GANAS DE VIAJAR Y LA MAYOR CAPACIDAD DE REACTIVACIÓN Y PREDISPOSICIÓN A VIAJAR DEL SEGMENTO LGBTIQ+ QUE EL RESTO, PERMITE A LA CADENA HOTELERA ENCARAR EL FUTURO CON OPTIMISMO.



¿Qué aprendizaje se lleva de esta pandemia?

Principalmente la capacidad para reinventarnos ante una situación tan compleja y completamente imprevista como la que hemos vivido desde el pasado año, sin duda la resiliencia ha sido nuestro mayor aprendizaje en esta pandemia. Este nuevo escenario mundial llegó sin previo aviso, y tuvimos que ponernos manos a la obra de la noche a la mañana para dibujar nuestra nueva hoja de ruta y organizar el planning para cuando pudiéramos volver a reactivarnos. Los tres puntos clave que mayor incidencia han tenido en este aprendizaje han sido los siguientes:

- Protección y apoyo a nuestros equipos humanos. El personal es un punto estratégico en cualquier organización, por lo que durante los meses de confinamiento en los que nuestros establecimientos permanecieron cerrados estuvimos en conexión y comunicación permanente con cada una de las personas que forman nuestros equipos, informándoles de los avances y la evolución de la compa-

ñía en todo momento, transmitiéndoles unidad y tranquilidad.

- Control absoluto de la tesorería en el día a día y planificación financiera exhaustiva, a fin de garantizar la continuidad y viabilidad de la empresa.
- Comunicación constante y directa con nuestro público / cliente: cercanía, empatía y complicidad con nuestros clientes a través de las redes sociales, explicándoles a tiempo real todo lo que estábamos haciendo y todo lo que se estaba preparando para cuando nos permitieran volver de nuevo a escena.

¿Se atrevería a hacer una previsión de cómo será este 2021 para la compañía?

Nos encontramos a fecha frente a un año extremadamente complejo e incierto en el que todavía resulta complicado poder realizar previsiones certeras, ya que dependemos en gran medida de las restricciones en los diferentes países, y dentro del nuestro, de las diferentes comunidades autónomas. Nuestro objetivo es persistir y seguir luchando, parece que la situación de cara a este próximo verano es

bastante alentadora a nivel de ocupación pues la gente tiene mucha necesidad de viajar y empezar a moverse de nuevo. Además, nuestro público tiene mayor capacidad de reactivación y predisposición a viajar que el resto, dado que no cuentan con cargas familiares y que dentro de sus prioridades se encuentran los viajes y el ocio, por lo que todo apunta a que vamos a vivir una buena recuperación. Por otro lado, hemos visto como con el cese del estado de alarma se están reduciendo notablemente las restricciones lo cual va a incentivar la movilidad. En cuanto finalicen las restricciones entre fronteras definitivamente podremos empezar a recibir turistas extranjeros al fin, permitiéndonos poco a poco volver a una situación de "nueva" normalidad.

¿Para cuándo prevé que podrán contar con toda la plantilla operativa, con toda la maquinaria en marcha?

En cuanto podamos tener todos los hoteles abiertos de nuevo y consigamos una demanda sostenible que nos aporte estabilidad comercial, además de ocupaciones suficientemente altas como para consolidar los objetivos planteados para este año, condición que ya está sucediendo a fecha.

A nivel financiero, para el empresario hotelero -como para muchos otros empresarios- esta pandemia está siendo una carrera de obstáculos... hacer frente a los alquileres, los préstamos, los préstamos ICO, los ERTE ¿Qué apoyos han recibido?

Apoyos a nivel de ayudas, ninguno. Lo que hemos hecho por nuestra cuenta es suscribirnos a todos los ICO's gubernamentales posibles, también nos hemos apoyado en los ERTE's para po-

der mantener a nuestros trabajadores, y hemos renegociado diversos créditos con los bancos para poder contar con liquidez suficiente y poder hacer frente a toda la falta de ingresos que ha conllevado la pandemia mientras nuestros establecimientos han permanecido cerrados ya que desconocíamos cuando podríamos reabrirlos de nuevo. No obstante, todo esto supone una carga financiera para la compañía que lógicamente hay que devolver, y debemos trabajar más que nunca para hacer frente a estas devoluciones dentro del plazo establecido. Por otro lado, hemos tenido que renegociar los alquileres con las diferentes propiedades de nuestros activos, las cuales nos han bonificado y aplazado los pagos hasta que pudiéramos volver a reactivarnos.

Sin duda los ICO's han sido fundamentales para la supervivencia del sector así como la flexibilidad en los plazos de devolución, por ello creo firmemente que el sector persistirá y volverá a su actividad regular tarde o temprano, aunque no antes de mediados del 2022.

¿Qué ayudas echan en falta?

Echamos en falta ayudas directas a nuestro sector por parte de los gobiernos como las que se han obtenido en otros países, como por ejemplo Alemania, en el cual estas ayudas recibidas no se tienen que devolver y por lo tanto no suponen una deuda para las empresas.

Axel posee hoteles en Madrid y en Barcelona ¿de qué modo han notado la diferencia en las distintas medidas restrictivas que han tomado los gobiernos autonómicos de estas comunidades?

Principalmente en la posibilidad de poder generar ingresos directos,

tanto a nivel local como internacional. La diferencia básica con las medidas restrictivas entre las dos ciudades, que como todos sabemos en Madrid han resultado ser mucho más laxas, ha sido la capacidad de generar mucho más negocio que en Barcelona, ciudad en la cual las restricciones referentes al ocio local han sido bastante más duras, permitiendo que en Madrid hayamos obtenido mejores cifras.

¿Cree que el turista volverá con más ganas de viajar que nunca?

Por supuesto y sobre todo nuestro público, el segmento LGBTIQ+, ya que como comentábamos antes, es un cliente con más resiliencia, que viaja durante todo el año y su capacidad de inversión en ocio y viajes es mayor a la del resto.

¿Quizá será más cauteloso y habrá cambiado su forma de relacionarse y de viajar?

A medida que la vacunación masiva y la inmunidad de grupo sea una realidad, las personas viajarán más seguras y con mayor confianza. Creo que la normalidad volverá sin duda al sector turístico y se volverá a viajar con tranquilidad. No obstante, creo también que partir de esta pandemia todos en general seremos más cautelosos a nivel personal y nos relacionaremos con más prevención, normalizando ciertas medidas de protección y distancia a la hora de viajar que nunca antes nos hubiéramos planteado.

¿Qué cambios encontrarán sus huéspedes en los hoteles de Axel? ¿Han realizado cambios sustanciales o reformas para adecuar los hoteles a las medidas de seguridad y distancia necesarias?

Los principales cambios

que se han realizado desde el pasado año y a raíz de la pandemia son básicamente aquellos referentes a los protocolos y procedimientos para garantizar la seguridad y la protección de los huéspedes frente al Covid-19. Durante el primer confinamiento realizamos una gran inversión en implementar toda una serie de medidas y protocolos en todos nuestros hoteles con el objetivo de asegurar la prevención frente al virus y que nuestros clientes se sintieran tan seguros como en casa en nuestros establecimientos, transmitiendo confianza y seguridad durante la estancia. Entre las medidas se encuentran las desinfecciones diarias en habitaciones y zonas comunes, set especial de amenities Covid-19 en la habitación, desayunos a la carta y room service para evitar aglomeraciones, señalética para mantener las distancias de seguridad en todos los espacios del hotel, controles de higiene sanitaria en los espacios de restaurante y bar, entre otros. Además, obtuvimos el sello oficial "Safe Tourism Certified" otorgado por del ICTE (Instituto para la Calidad Turística Española), el cual tiene como objetivo generar confianza en los clientes y operadores turísticos nacionales e internacionales. Por otro lado, ofrecemos también un seguro médico gratuito a nuestros clientes al hacer su reserva, para que puedan disfrutar de sus vacaciones con total tranquilidad durante su estancia.

¿Considera que es una buena solución el soporte sanitario?

Es realmente la solución definitiva para promover el libre tránsito de los turistas y activar de nuevo la movilidad entre países, y que todo vuelva a asemejarse a la situación que vivíamos antes de la pandemia.

" A diferencia de otras crisis, esta es más cortoplacista y por lo tanto también deberemos salir de ella más rápido. No obstante, no podemos olvidar que todo esto ha comportado una alta carga de endeudamiento a las empresas sin que existiera ninguna necesidad de ello antes de la pandemia"

¿Confía en la fortaleza del sector turístico para salir airoso de esta crisis?

El sector ha sufrido ya anteriormente otras crisis de las que ha conseguido salir airoso, no tengo ninguna duda de que de esta crisis saldremos más fortalecidos aún y con mucho aprendizaje interiorizado. A diferencia de otras crisis, esta es más cortoplacista y por lo tanto también deberemos salir de ella más rápido. No obstante, no podemos olvidar que todo esto ha comportado una alta carga de endeudamiento a las empresas sin que existiera ninguna necesidad de ello antes de la pandemia._

Daikin Europe logra un crecimiento sostenible

El Grupo Daikin Europe ha cerrado su ejercicio 2020 con un crecimiento sostenible de las ventas, en un año marcado por la Covid-19. El Grupo, que opera en el negocio del aire acondicionado, la calefacción, la ventilación y la refrigeración para el territorio europeo, Oriente Medio y África, ha facturado 3.450 millones de euros durante el último ejercicio (abril 2020-marzo 2021), lo que supone un crecimiento del 2,2% respecto al anterior.

Paradores amplía a 31 los establecimientos en los que admite mascotas

Paradores aumenta su oferta de hoteles que admiten mascotas: de 21 a 31. Estos establecimientos han sido elegidos por sus características, para facilitar la convivencia de clientes con y sin mascota. Gracias a la renovación de su acuerdo con Royal Canin, los clientes que viajen a Paradores con su mascota recibirán un kit de bienvenida para el animal que consta de un comedero y alimento.



Endesa suministrará energía 100% renovable a todos los hoteles de Barceló en España

La apuesta por la energía renovable de la cadena hotelera evitará la emisión de más de 26.750 toneladas de CO₂ a la atmósfera



Barceló Hotel Group y **Endesa** han ampliado su acuerdo de colaboración para suministrar electricidad de origen 100% renovable a todos los hoteles de la cadena en España. En 2020 la compañía eléctrica suministró energía con garantía de origen renovable a los 18 establecimientos de la marca **Occidental Hotels de Barceló Hotel Group** y este año el acuerdo se extiende al contrato de consumo eléctrico de los 66 hoteles de la cadena hotelera en nuestro país. De este modo, los cerca de 107 GWh de consumo anual de las instalaciones de Barceló Hotel Group en España, equivalentes al consumo de más de 30.600 hogares, estarán cubiertos con certificados de garantía de origen 100% renovable que emite la CNMC (Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia). El acuerdo permite combinar el respeto al medio am-

biente y la apuesta por la sostenibilidad y el consumo responsable con precios competitivos. Con la apuesta por el consumo de energía 100% renovable de la mano de Endesa, Barceló Hotel Group evitará la emisión a la atmósfera de más de 26.750 toneladas de CO₂, que equivalen a la cantidad de emisiones que absorben 45.000 árboles durante 40 años.

“El acuerdo evidencia la apuesta tanto de Endesa como de Barceló Hotel Group por la sostenibilidad, demostrando que el crecimiento económico y la actividad son compatibles con el respeto al medio ambiente”, afirma **Jorge Fernández Hervás**, director comercial Centro-Este de Endesa.

Para **César Fuertes**, director de ingeniería y eficiencia energética de Barceló Hotel Group, *“este acuerdo con Endesa se enmarca en*

nuestra estrategia global de RSC -Barceló Responsable- que impulsa una serie de medidas que confirman nuestro firme compromiso con la sostenibilidad desde hace más de 20 años. El interés por hoteles más sostenibles es una realidad por lo que fomentamos el desarrollo de servicios con una clara vocación responsable, pero no sólo con el medio ambiente, sino también con el entorno y la economía local”.

Endesa y Barceló Hotel Group han querido estrechar sus vínculos con la firma de este acuerdo que está en línea con la apuesta de las dos compañías por la transición energética justa, la lucha contra el cambio climático y el cumplimiento de los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) a través de acciones que tengan un impacto positivo en el medio ambiente y la sociedad.

Llega Corales Breakfast Collection, el desayuno flotante con acento canario



Aterriza en la costa tinerfeña una de las tendencias del turismo premium que más triunfa actualmente: el floating breakfast. Con este servicio, los huéspedes ya no tendrán excusa para tener que salir de la piscina de su habitación. Dentro de la línea de diseño de sus Royal Experiences, el hotel Royal Hideaway Corales Resort presenta Corales Breakfast Collection, desayunos flotantes creados con el mejor producto de proximidad de la isla para disfrutar de manera íntima desde cualquiera de las 52 habitaciones con piscina privada de las que dispone el hotel.

El huésped recibirá en su habitación una experiencia 360° formada por un desayuno servido en bandeja flotante, y que podrá acompañar de una playlist creada ad hoc pa-

ra disfrutar del amanecer, un ukelele, un timble canario, bongos, maracas y accesorios como pareos o sombreros.

Una vez más, y siguiendo con la línea gastronómica de las propuestas de restauración que ofrece Royal Hideaway Corales Resort, el producto local y de proximidad es el protagonista. El desayuno Corales Breakfast Collection está pensado para comenzar el día con energía y con todos los nutrientes necesarios a base de una copa de espumoso Canario, un smoothie de naranja, plátano y tuno indio, tartar de tomate con aguacate, tortilla de papa y batata amarilla con mojo-mayo, pan cake de plátano y sirope de Palma, bizcocho de limón, fruta local de temporada, yogurt de cabra y surtido de quesos canarios y almogrote.

Groupe GM lanza una nueva línea de productos de cortesía

Groupe GM, uno de los principales proveedores internacionales de productos de cortesía, lanza una nueva línea hotelera con la distinguida marca Omnisens. Creada especialmente para celebrar la colaboración que las dos firmas iniciaron en 2009, estará disponible en todo el mundo gracias a la amplia red de distribución de Groupe GM. La nueva línea se inspira en la gama Fraicheur Tonique y está enriquecida con extractos de té blanco. Las fórmulas, con sutiles notas de té verde y bergamota, contienen hasta un 98 % de ingredientes de origen natural.

Hotel Masseria Torrepetra con iluminación de Vibia

Situado en la pintoresca campiña de Puglia, Italia, el hotel Masseria Torrepetra ofrece una mezcla de encanto rústico y decoración moderna. La empresa local M + T Architetti diseñó el hotel que conserva muchos de los materiales de la estructura original del siglo XIX, como paredes y arcos de piedra, así como las baldosas de estilo italiano que adornan los suelos y los baños. Los interiores tienen un diseño diáfano y despejado, con muebles contemporáneos e iluminación de Vibia.



Refuerza su implicación con la Alianza internacional contra la explotación infantil

Riu mantiene su compromiso de RSC

Dar continuidad a los proyectos de salud, poner el foco en el impacto social y mantener las acciones que no podían pararse son los compromisos de la cadena



Desde 2020 hasta hoy, RIU Hotels ha dirigido 1.593.017 euros a la inversión social dentro de su estrategia de Responsabilidad Social Corporativa, departamento del que es responsable su consejera delegada, Carmen Riu, y cuyo trabajo se centra en el apoyo a programas de salud y desarrollo en las comunidades locales donde operan sus hoteles.

Con el comienzo de la pandemia en marzo de 2020, la cadena hotelera se vio obligada a cerrar el 100% de sus hoteles, una situación que en un primer momento paralizó toda la actividad de la compañía, así como los objetivos definidos por RIU para el 2020. Sin embargo, el trabajo social de la compañía no se detuvo. Como primer paso, los hoteles en los destinos RIU tomaron la iniciativa de repartir a nivel local más de 500 toneladas de material sanitario y alimentos. Gracias a su capacidad de reacción, su agilidad y coordinación, se lograron donaciones en países como Aruba, Jamaica, México, Bahamas, Costa Rica, Panamá, Es-

tados Unidos, Cabo Verde, Irlanda, Sri Lanka, Maldivas y, por supuesto, España.

En materia de RSC, se comprometió a no dejar atrás a sus aliados, manteniendo los proyectos que no podían detenerse. Es el caso del área de quimioterapia infantil del Hospital de Cancún gestionada por Fundación Aitana y en la que RIU costea todos los medicamentos; o el proyecto de biodiversidad con la ONG Oceanus, con la que espera plantar 1000 viveros en el Caribe Mexicano. También ha mantenido su compromiso con asociaciones españolas con las que lleva trabajando muchos años, como la canaria Pequeño Valiente formada por familias con niños afectados de cáncer, o los payasos de hospital de Sonrisa Médica en Mallorca.

Con el apoyo incondicional de sus socios en el tercer sector y basándose en su metodología de innovación social, el Método RIU, se analizó el impacto social de la COVID-19 en los destinos donde operan sus

hoteles. Gracias a la información obtenida, han reafirmado la importancia de sus proyectos de salud y bienestar, como la Clínica de Artola en Costa Rica, financiada por RIU y que en un año ha atendido a 964 menores entre 0 y 14 años con un índice de satisfacción del 90%.

Sin embargo, la pandemia también ha generado nuevas necesidades sociales sobre todo en lo que respecta a alimentación y educación. En este sentido, RIU ha apostado por proyectos de acción asistencial que han logrado un impacto positivo para las comunidades locales donde se ubican sus hoteles. Es el caso del proyecto de la fundación local Des-Bem y la ONG española África Avanza que, con el apoyo de la hotelera, han coordinado la donación de más de 23.000 menús solidarios para 2.319 personas vulnerables en Cabo Verde.

En España, con el incremento de la brecha social tras las consecuencias económicas de la COVID-19, el objetivo de la RSC de RIU se ha centrado en familias en riesgo de exclusión social. Junto a Save the Children, Cruz Roja y Ayuda en Acción, se han aportado recursos tecnológicos que favorecen la e-inclusión social, se ha proporcionado apoyo psicosocial a alumnado, docentes y familias, así como transferencias económicas para la compra de alimentos y bienes de primera necesidad para los colectivos más desfavorecidos.

MOSO presenta la alternativa más natural para suelos, parquet de bambú



MOSO® Bamboo Excellence es la nueva colección de suelos de bambú para espacios interiores fabricada en Italia por la primera marca global en bambú MOSO®, que se caracteriza por sus lamas tamaño XL y un aspecto natural, como de madera recién lijada.

Un acabado de bambú en bruto

Con el nuevo MOSO® Bamboo Excellence, MOSO da respuesta a las últimas tendencias en diseño interior, que apuestan por materiales que sean muy resistentes, sostenibles y que a la vez ofrezcan un aspecto lo más natural posible, similar a la madera sin tratar.

Lamas tamaño XL

Por otra parte, al ser extra largas, estas lamas de bambú generan una mayor sensación de amplitud en cualquier espacio y potencian el aspecto natural del bambú. Son elegantes y aportan gran personalidad y carácter.

Colores intensos hechos para la perfección

Con cuatro nuevos colores, la colección Bamboo Excellence cubre las distintas tendencias decorativas y ofrece suelos de bambú de gran belleza natural. Gracias a un barnizado mate inapreciable, el suelo ofrece un llamativo aspecto inacabado. Algunos pigmentos de color profundizan el aspecto natural del bambú y potencian su intensidad.

Excelente estabilidad

Las lamas MOSO® Bamboo Excellence tienen machihembrado y constan de una capa superior de bambú y una estructura multiplex de abedul. Con esta construcción, la tabla es extremadamente estable y con la capa superior gruesa también muy duradera. La alta estabilidad permite obtener lamas muy largas y posibilita la instalación flotante sobre suelo radiante.

Bamboo Excellence es el primer suelo de bambú MOSO® fabricado en Italia.

La digitalización en la estancia del huésped ya no es opción

"En la actualidad cualquier hotel del mundo puede tener una solución digital de guest experience por el precio de lo que paga un huésped por una estancia de dos o tres noches en el establecimiento"

Joan Lledó, fundador y CEO de STAY



El sector hotelero ha cambiado en los últimos años. Los huéspedes ya no piensan igual, ni exigen lo mismo de los establecimientos. Ahora requieren mejor servicio, más rápido y personalizado.

Esto ha supuesto la introducción de la tecnología para simplificar y hacer más eficientes los procesos para los empleados del hotel; para aumentar los ingresos por la venta de servicios desde el punto de vista de la empresa y, finalmente, para mejorar la experiencia desde la perspectiva del huésped.

Teniendo en cuenta todo el customer journey de un huésped, que arranca en el momento en el que realiza la primera búsqueda exploratoria de tarifas de alojamiento en algún destino, y concluye cuando termina su estancia y regresa a casa, la digitalización del sector arrancó en esa primera

parte de la pre-estancia. Hoy en día, la gran mayoría de viajeros tienen interiorizado el uso de páginas web y Apps para buscar y reservar alojamiento. La siguiente etapa de ese recorrido, la estancia en el hotel, ha ido un poco más lenta en cuanto a digitalización. Muy pocas cadenas y hoteles tenían una solución que permitiera a los huéspedes gestionar su estancia dentro del hotel. Era un servicio que se consideraba premium y asociado a establecimientos "de lujo". Además, los requisitos técnicos para su implementación generaban cierta fricción: eran herramientas de gestión de contenidos poco manejables, con falta de conexión con el resto de sistemas tecnológicos del hotel, sumado a la mala conexión wifi en los hoteles que hacía que la solución no funcionara bien, etc.

Esto ya ha cambiado. Y lo que ha impulsado este cambio han sido los

avances del sector y la estrecha colaboración entre las cadenas hoteleras y proveedores de este tipo de soluciones, que ha llevado a entender mejor las necesidades de huéspedes y hoteles, y a optimizar los procedimientos mediante la tecnología. Sin embargo, los requisitos iniciales para estas herramientas no iban más allá de permitir a los huéspedes consultar información acerca de los servicios desde su teléfono. El concepto era un "directorío digital" meramente informativo que sustituía o complementaba el directorío en papel.

Cuando estas aplicaciones empezaron a incorporar sistemas de reservas de servicios del hotel, pasaron a convertirse en una fuente de generación de revenue. De la misma forma, se han ido insertando cada vez más en el entramado tecnológico de los hoteles, conectándose con otras herramientas

como el PMS o el task manager, lo que les permite ofrecer funcionalidades más avanzadas. Se han desarrollado también tecnologías que permiten eliminar la fricción que suponía pedir a los huéspedes que descargaran una App en su teléfono. Esto ha sido posible gracias a la evolución y mejora de las redes Wifi de los hoteles y de las redes de Internet móvil, hasta el punto de que, hoy en día, tener una buena conexión a Internet en un hotel es la norma, no la excepción.

El análisis de los datos demuestra que, una vez que los huéspedes son conscientes de la existencia de este tipo de soluciones y perciben el valor que puede aportarles, el uso de estas aumenta exponencialmente. Esto ha hecho que las grandes cadenas españolas como Meliá, NH, Barceló o RIU hayan incorporado gradualmente estas herramientas a su estrategia digital, conscientes de su relevancia actual y futura.

En el ámbito de las cadenas medianas y pequeñas y de los hoteles independientes, el proceso de adopción ha sido más lento. Los recursos económicos y humanos son más limitados, y su mentalidad está menos enfocada en el largo plazo, lo que ha provocado que, hasta hace unos meses, los canales digitales de guest experience fueran considerados un imprescindible.

En este contexto llegó la pandemia, que ha cambiado el sector hotelero para siempre. El uso de

herramientas digitales para la experiencia del huésped ha pasado de ser una opción a una obligación y, como muchos otros cambios tecnológicos de nuestra sociedad, la tendencia ya es irreversible.

Por otro lado, la implementación de este tipo de soluciones no tiene por qué ser costosa. Otra de las tendencias clave del sector es que, a medida que la tecnología ha mejorado y avanzado, los procesos de implementación de estas herramientas se han simplificado, y sus costes se han reducido.

En la actualidad cualquier hotel del mundo puede tener una solución digital de guest experience por el precio de lo que paga un huésped por una estancia de dos o tres noches en el establecimiento. No hace falta tampoco tener conocimientos técnicos elevados, ya que nuevas tecnologías como STAY permiten a cualquier hotelero ofrecer a sus clientes una App completa para gestionar su estancia sin invertir en desarrollos tecnológicos.

Nos encontramos, por tanto, en un momento clave del sector, con grandes cambios estructurales a los que tendrán que adaptarse todos aquellos hoteles y cadenas que quieran sobrevivir. Existe mucha incertidumbre aún, y aunque sea muy complicado predecir el futuro, lo que parece evidente es que, para aquellos hoteles que pretendan seguir siendo competitivos, la digitalización de la experiencia de los huéspedes ya no es una alternativa, es una necesidad.

El reto de los hoteles para volver a atraer huéspedes

Con el levantamiento de las restricciones y el retroceso del virus, los hoteles buscan nuevas fórmulas para retomar su actividad

El sector hotelero no lo ha tenido fácil este último año y medio. La pandemia de COVID-19 y las restricciones para parar su avance han supuesto una traba para los desplazamientos y, por tanto, para el normal funcionamiento de los hoteles. En noviembre del año pasado, las plazas de alojamientos que se ofertaron se habían recordado más de un 50%, pero solamente se ocuparon menos del 21%. Según el **Gremio de Hoteles de Barcelona**, en la ciudad condal se calcula que los hoteles han perdido casi 2.100 millones de euros de facturación.

Reinventarse o morir

“Durante todos estos meses, los hoteles se han tenido que reinventar y ofrecer servicios diferentes para poder seguir manteniendo el negocio”, explica **Raúl Pérez**, responsable de asistencia en viaje de la compañía **ARAG**. La asociación hotelera de Madrid ofreció en marzo del año pasado medicalizar hoteles para poder atender a pacientes COVID y ayudar a descongestionar los hospitales, alojando a 4.517 personas durante todo este tiempo. Algunos hoteles se han prestado a productoras de cine y televisión para rodajes, con las habitaciones dedicadas a vestuario o maquillaje. Otros han puesto el punto de mira en las empresas, reuniendo grupos pequeños, o incluso intentando atraer a teletrabajadores que no encuentran en casa la tranquilidad que necesitan para desarrollar su actividad.

“El perfil de visitante local ha sido una constante. Durante mucho tiempo, en algunas comunidades el comer fuera de casa era solamente posible en los hoteles, por lo que

muchos clientes decidieron alojarse en un hotel cercano para descansar de la rutina del hogar durante el fin de semana”, indica **Raúl Pérez**. Hubo establecimientos que lanzaron tarifas flexibles en las que el coste era más económico a medida que se incrementaban los días de estancia, buscando atraer a aquellos que necesitaban dónde quedarse por obras en casa o quienes buscaban residencia habitual en un momento complicado.

La esperada vuelta a la normalidad: verano 2021

Con el principio del fin de la pandemia y la desaparición paulatina de las restricciones, los hoteles empiezan a recuperar su actividad tradicional entre la esperanza y la cautela. De momento, reina la prudencia, calculando que haya una ocupación de un 30% en el mes de agosto. En Barcelona, los cálculos más optimistas auguran la mitad de los turistas que en el 2019. Los clientes, de momento, prefieren esperar a reservar a última hora, con miedo a que una nueva ola pueda desbaratar sus planes. **Raúl Pérez** opina que *“el certificado digital COVID-19 animará más los viajes, tanto nacionales como europeos”*. Su puesta en marcha está prevista, oficialmente, para primeros de julio, aunque las Comunidades Autónomas ya pueden emitirlo para aquellas personas vacunadas con la pauta completa, con PCR o test de antígeno negativo o que han pasado la enfermedad en los últimos seis meses.

Lo que el virus nos enseñó

Lo que tienen claro los profesionales del sector es que la pandemia ha cambiado la forma en la que entendemos los hote-



les. A nivel general, habrá dos tendencias que convivirán: la concentración de hoteles bajo grandes compañías que les permitan sobrevivir y la especialización para nichos de mercado muy concretos y que aprovechen sus singularidades para ofrecer algo diferente al huésped.

Aprovechar las nuevas tendencias y situarse en la vanguardia va a ser lo que salve muchos establecimientos. La búsqueda del cliente local y el uso de los espacios para el ámbito laboral son tendencias que han llegado para quedarse, así como una mayor personalización. El poder registrar el ingreso con el móvil o los protocolos de higiene que se han adoptado durante

la pandemia también serán cuestiones que no desaparecerán. Lo importante es dar a conocer al cliente que su tranquilidad y protección son lo primero.

Tranquilidad para los huéspedes: ARAG Especial Hoteles

Para dar garantía de seguridad, **ARAG** ha creado el seguro **ARAG Especial Hoteles**. *“El seguro está pensado para que los hoteles puedan ofrecer a sus clientes una protección de asistencia en viaje completa junto a la reserva”,* cuenta **Raúl Pérez**. *El seguro incluye la consulta médica a través de teléfono o webcam, el traslado y la repatriación del asegurado o los gastos de*

convalecencia en el hotel por enfermedad. Los gastos por regreso anticipado se garantizan en caso de la hospitalización o el fallecimiento de un familiar. Y, en caso de haber tenido que realizar una repatriación o un regreso anticipado, también está contemplado el reembolso de las vacaciones no disfrutadas. **Raúl Pérez** destaca que *“todas estas garantías incluyen cobertura ante la COVID-19, sin ningún tipo de restricción o exclusión”*. Además, **ARAG** ha creado un sello especial para que los hoteles puedan indicar en sus páginas web que su establecimiento es seguro y cuenta con todas las garantías de la compañía aseguradora.



Costa Rica recupera hasta el mes de abril más del 30% de visitantes

Costa Rica, que abrió sus puertas al turismo internacional en agosto de 2020 con la llegada de un vuelo de Iberia, se ha posicionado en 2021 como la mejor alternativa para viajar en este periodo y en la post pandemia, recuperando hasta abril más del 30% de sus visitantes. El éxito de esta recuperación reside en el posicionamiento del país como destino "santuario turístico sostenible", que agrupa más del 6.5% de la biodiversidad mundial.

Alianza estratégica entre Barcelona y Sevilla para promocionarse conjuntamente

Barcelona y Sevilla se han unido para realizar conjuntamente una acción de promoción presencial en París con el objetivo de potenciar el mercado nacional e internacional europeo de proximidad y dar visibilidad a un mismo relato -diferenciado- centrado en los ejes de la sostenibilidad, la gastronomía, la arquitectura, la literatura y la moda.

El 98% de los viajeros españoles tienen previsto irse de vacaciones este verano



Con el propósito de conocer las preferencias de sus clientes y las tendencias en el sector en un momento en el que se reanuda la actividad de cara a la temporada estival, Barceló Hotel Group ha realizado una encuesta a través de sus canales sociales en la que más de 3.000 personas de toda España han compartido sus planes para este verano.

Según los datos extraídos en el estudio, el 98% de los encuestados tienen previsto viajar durante este verano y solo un 2% dejará pasar un tiempo antes de retomar sus viajes. Sin duda, la preocupación por la salud y la seguridad ha crecido durante el último año y es por esto que el 77% de los españoles optará por viajar dentro del país ya que se sienten más seguros. De estos, el 39% afirman que prefieren un destino de playa al que poder viajar con su propio coche para poder regresar a su hogar en el caso de que se produjera algún imprevisto.

Sol y playa para desconectar

en familia o en pareja

El 42% de los españoles tienen como objetivo viajar entre julio y agosto, coincidiendo con las vacaciones escolares de sus hijos, mientras que el 25% lo hará en septiembre y un 23% todavía no lo ha decidido. La mayoría de los viajeros, el 52% de los encuestados, tienen previsto irse de vacaciones con la familia, mientras que el 39% lo hará en pareja o un 6% que lo hará con amigos.

Entre los planes que tienen previstos para sus próximas vacaciones de verano, un 54% anhela pasar el día en la playa, disfrutando del sol y el buen tiempo mientras un 23% prefiere aprovechar las vacaciones para descubrir la gastronomía local del destino. Explorar el patrimonio cultural yendo a museos o visitando monumentos históricos es la elección de un 18% y la práctica de actividades deportivas o de aventura para mantenerse en forma es la opción de un 3%.

Sobre los factores que más aprecian los encues-

taos a la hora de elegir alojamiento, el 51% considera muy importante la relación calidad-precio y el 21% valoran la confianza de una marca conocida. En cuanto a los aspectos más valorados, destacan la buena ubicación del hotel (41%), las experiencias adaptadas a cada edad (31%) y la tranquilidad del hotel para descansar después de un día de turismo y playa (15%).

Por otro lado, los encuestados también han tenido la oportunidad de escoger sus playas favoritas de España en este estudio realizado por Barceló Hotel Group. Cádiz encabeza el ranking de provincias con mayor número de playas preferidas por los españoles. Entre ellas, destacan, Playa de Jaramar (Sanlúcar de Barrameda), La Fontanilla (Conil de la Frontera) y Costa Ballena (Chipiona).

Siguiendo la clasificación se encuentra Huelva, donde las playas de las zonas de Isla Canela, Punta Umbría, Palos de la Frontera o Isla Cristina están entre las mejor valoradas por los viajeros. Además de Andalucía, los encuestados han elegido entre sus playas favoritas de España la playa Es Bol Nou y Cala Comte, en Ibiza; la cala de Portixol, en Jávea (Alicante); Illa de Arousa y su Parque Natural de Carreirón, A Lanzada (Sanxenxo) y Playa América (San Pedro de Ramallosa) en Galicia así como la playa de Las Teresitas (Santa Cruz de Tenerife), Playa Montaña Amarilla (Isla de La Graciosa), Los Cancajos (La Palma) y playa de Amadores (Gran Canaria) en Canarias.

La AEHM organiza por tercer año la campaña 'Madrid desde el cielo'

La Asociación Empresarial Hotelera de Madrid (AEHM) ha organizado por tercer año consecutivo la campaña 'Madrid a Cielo Abierto', en la que numerosos establecimientos hoteleros de la región abren sus terrazas, azoteas y jardines con ofertas muy interesantes para dar la bienvenida al verano.

Así, bajo el lema 'Nos lo hemos ganado', esta edición, que cuenta con la colaboración de la Comunidad de Madrid, tendrá lugar desde el 10 al 20 de junio, con más de una treintena de actividades de ocio al aire libre. Se trata de

una iniciativa que se enmarca en la campaña promocional de AEHM para la Comunidad de Madrid 'Tanto que contar...y que vivir', una apuesta por dar voz a los visitantes del destino a través de comentarios y valoraciones reales sobre sus experiencias publicadas en diferentes plataformas sociales, con repercusión tanto nacional como internacional.

La invitación que está dirigida tanto a los madrileños como a los visitantes de otras comunidades que decidan aprovechar las ofertas de alojamiento.

Turismo de Islas Canarias lanza una campaña en Europa para buscar un remote worker



Se trata de una campaña internacional para encontrar al remote worker que podrá trabajar durante seis meses y con gastos pagados en "la oficina con el mejor clima del mundo". La acción se enmarca dentro de la estrategia de Turismo de Islas Canarias para consolidar el Archipiélago como destino de referencia en el mundo para los teletrabajadores. Las Islas Canarias continúan liderando este segmento de mercado para el

que Turismo de Islas Canarias pone en marcha una nueva acción promocional: "El Mejor Clima del Mundo busca remote worker". Teletrabajar con vistas al mar en una oficina realmente única, sin salir de Europa y equipada con todo lo necesario para vivir y trabajar a gusto. Este es el premio que permitirá al ganador/a disfrutar de 1.500 kms de costa y 146 espacios naturales protegidos.



GRAN DEBATE HOTELERO MALLORCA. 3 DE JUNIO DE 2021

Hoteleros de Baleares. Objetivo: recuperar la confianza y poner el destino en valor

Profesionales y directivos del sector hotelero de Baleares como Ramón Hernández de BLUEBAY, Marc Rahola de OD HOTELS, Sílvia Álvarez de PLAYASOL IBIZA HOTELS, José Guillermo Díaz Montañés de ARTIEM, Carlos González de MELIÁ HOTELS, y Antonio Tejeiro de BAHÍA PRÍNCIPE HOTELS & RESORTS han participado en el Gran Debate Hotelero, organizado por el Grupo Vía en el Hotel Meliá Palma Marina.



En la jornada, moderada por Carlos Díez de la Lastra, director general de Les Roches Marbella, una de las tres mejores escuelas de formación hotelera del mundo, se analizaron algunas de las estrategias clave para la recuperación de la actividad turística. Todos han querido mostrar su optimismo y han coincidido en la importancia de recuperar la confianza y asentar las fortalezas del destino.

Tras el pesimismo que se ha respirado en el sector turístico durante el pasado año, todos los analistas de la mesa del debate han coincidido en que existen indicios y datos evidentes de recuperación. El debate ha estado marcado por un criterio uniforme en cuanto al paso hacia adelante que ha dado el sector. En general, todos los líderes hoteleros afirman que la clave de la recuperación está en la vacunación y apuestan por el pasaporte COVID de la Unión Europea como solución para acelerar el proceso de vuelta a la normalidad.

Los ponentes también han reflexionado sobre la desesperada situación vivida respecto a los movimientos de inversiones en los hoteles y el mensaje ha sido muy claro: "El sector ha tenido una resiliencia muy fuerte, mayor de la esperada. En lugar de comprarse a la baja, el mercado ha estado muy estático y ha comenzado a moverse ahora, pero a precios de 2019. Por tanto, a partir de este momento se prevé bastante movimiento de compras de hoteles e incorporación de nuevos proyectos", comentaba Carlos Díez de la Lastra.

Sobre la polarización entre el sector premium y estándar

Todos los hoteleros estaban de acuerdo con Carlos Díez de la Lastra en que la crisis ha demostrado una mejor resistencia y mayor rapidez de recuperación del sector premium, el cual ha sobrevivido mucho mejor que el resto a la difícil situación vivida. Esto, han señalado, no quiere decir que desaparezca el sector medio, sino que hay un movimiento hacia los extremos que son los que están más protegidos en situaciones de crisis y sobre todo, hacia el segmento premium que seguirá siendo una apuesta por su capacidad para subsistir.

La guerra por el talento

Los hoteleros han mostrado su preocupación en torno a la recuperación del talento humano. Pese a los esfuerzos de los hoteleros durante esta crisis por realizar labores de cultura, cuidados y coaching en sus equipos, todos han coincidido en afirmar que aún van a existir problemas para retomar la actividad del personal. Los motivos: la incertidumbre y la complejidad de abrir los hoteles cuando todavía no está asegurada la ocupación máxima, el desgaste emocional en sus plantillas y la pérdida de parte del talento que no ha podido aguantar la situación y ha abandonado el sector.

"Si ya había dificultades por reclutar talento bien preparado antes del covid, todo esto hace que se abra ahora un periodo de auténtica guerra por el talento entre las cadenas hoteleras", ha afirmado Díez de la Lastra. A lo que ha añadido "la gente que esté formada y cualificada va a encontrar una gran oportunidad en este contexto en el que el sector Premium sale reforzado y hay mucho capital en el mercado que quiere invertir en hoteles.

Apuesta por turistas de otros países

En el encuentro también se ha hablado de los principales destinos competidores y de la preocupación de los hoteleros por conseguir la luz verde del mercado británico. Por consiguiente, los líderes hoteleros han expresado su optimismo compensando esta pérdida de turistas ingleses que deciden ir a otros países sin estas restricciones con otros destinos competidores directos de sol y playa del norte de África y Este de Europa que ahora tienen una recuperación más lenta.



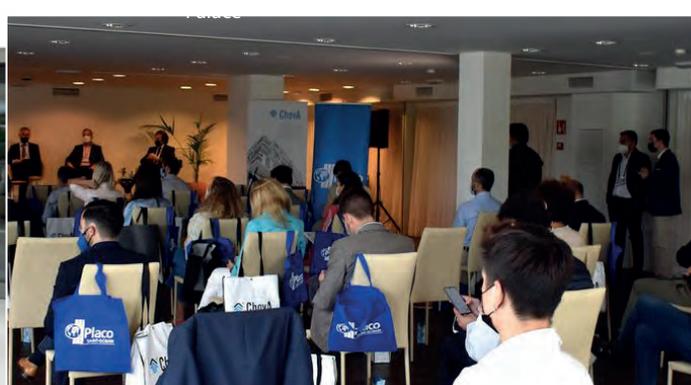
Silvia Alvarez, Directora Corporativa de PLAYASOL IBIZA HOTELS



Carlos González, Strategic Planning VP de MELIÁ HOTELS INTERNATIONAL



Cocktail final.



Público asistente



Ramón Hernández, CEO de BLUEBAY.



Antonio Tejero. Chief Operating Officer de BAHIA PRINCIPE HOTELS & RESORTS



José Guillermo Díaz Montañes, CEO de ARTIEM



Diversos medios de comunicación cubrieron la jornada



Marc Rahola, CEO de OD Hotels participó de manera virtual



La demanda europea, clave para la recuperación del sector hotelero de Baleares



Ushuaïa Ibiza Beach Hotel, el icónico hotel de Palladium Hotel Group, ubicado en Playa d'en Bossa, ha reabierto sus puertas el 28 de mayo

La recuperación del sector hotelero de las Islas Baleares, muy vinculado al viajero internacional, dependerá de la reactivación de la demanda procedente de los países europeos, especialmente de Alemania y Reino Unido, principales emisores de turistas. No obstante, la creciente actividad inversora registrada en los últimos meses sugiere un mayor dinamismo en el sector este año. Así se desprende del informe sobre el mercado hotelero en las Islas Baleares que ha elaborado CBRE, primera compañía a nivel internacional en consultoría y servicios inmobiliarios.

El estudio pone de manifiesto el impacto de la pandemia de la COVID-19 en el sector hotelero balear, que registró el pasado año un 87% menos de turistas.

No obstante, el turismo doméstico representó el 30% de la demanda total frente al 8% de años anteriores.

Tonia Vera, directora regional de CBRE en Palma de Mallorca comenta: "A pesar de las restricciones en mayo de 2020, muchos hoteles decidieron no reabrir debido a la baja demanda hotelera. Esto se tradujo en cerca de 170.000 camas disponibles en agosto, distribuidas en aproximadamente 675 establecimientos hoteleros, lo que supone la mitad de la oferta disponible un año antes".

En este sentido, la tasa de ocupación media en las Islas Baleares se situó en un 35,2% de las habitaciones disponibles en 2020, un 53,7% menos que en 2019. Asimismo, la contracción de la demanda pro-

vocó la caída de la tarifa media del destino en un 13,1%, hasta los 82,4 €. Como consecuencia de estos descensos, el ingreso medio por habitación disponible se contrajo un 56% respecto al ejercicio anterior.

Tonia Vera señala los factores clave para la progresiva recuperación del sector: "El nivel de actividad turística este año dependerá de la evolución del plan de vacunación y de las restricciones a la movilidad, tanto en España como en los principales países emisores. No obstante, la recuperación total del sector no se alcanzará hasta al menos 2023".

Reactivación de la actividad inversora

A pesar del descenso de la inversión hotelera a nivel nacional, que cayó un 59% hasta los 1.000

millones de euros, se registraron transacciones relevantes en el último trimestre de 2020, como la venta del Hotel Formentor en Mallorca. Vera señala: "Esta importante operación junto con otras transacciones registradas en las islas situaron a Baleares como la región española con mayor actividad hotelera, al acaparar el 33% de la inversión a nivel nacional. La reactivación de la actividad inversora registrada a finales de 2020 nos invita a pensar que seguirá incrementándose en los próximos meses".

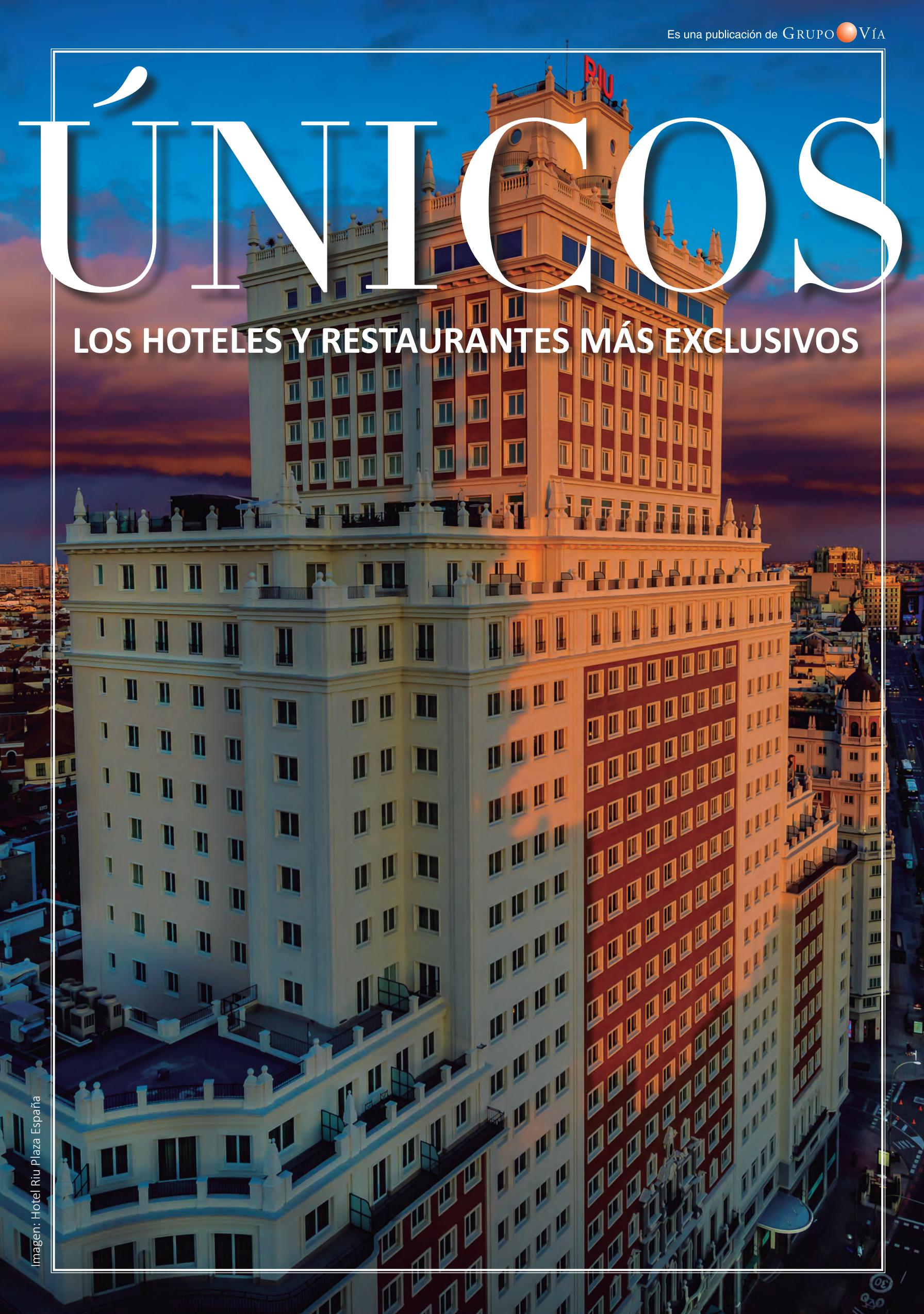
Según el informe de CBRE, la necesidad de algunos propietarios de desprenderse de sus activos por el freno de la actividad operativa y la incertidumbre en el mercado, y el interés que siguen mostrando los inversores, especialmente los instituciona-

les, por el sector hotelero español incrementará la confluencia de las expectativas de compradores y vendedores. "Todo ello permite augurar una actividad transaccional considerablemente superior durante el 2021, que se acelerará especialmente a partir del segundo semestre, siempre y cuando los inversores no exijan grandes descuentos", manifiesta Vera.

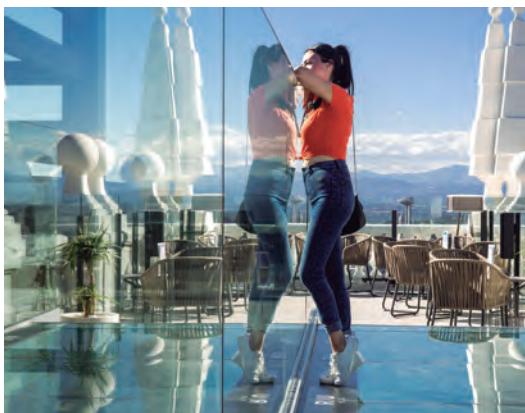
Del informe se desprenden también algunas de las tendencias que van a marcar el sector hotelero, como la reactivación de alianzas estratégicas para ganar competitividad, así como el desarrollo de productos adaptados a las nuevas necesidades de los clientes, como zonas de coworking en los hoteles o conceptos de Food and Beverage que atraigan al público local.

ÚNICOS

LOS HOTELES Y RESTAURANTES MÁS EXCLUSIVOS



HOTEL RIU PLAZA ESPAÑA



El Riu Plaza España, ubicado en la Gran Vía, es un hotel de 4 estrellas y 585 habitaciones. Dispone de gimnasio, piscina exterior climatizable en la planta 21, un restaurante y un lobby bar, además de dos magníficos sky bar en los que las impresionantes vistas de la ciudad son las protagonistas. El primero de ellos, De Madrid al Cielo, ocupa la planta 26 y está ambientado en la Movida Madrileña, con luces de neón en sus paredes; y el segundo, en la planta más alta del edificio, ofrece vistas 360° a la ciudad y una espectacular pasarela de cristal que permite caminar literalmente sobre el cielo de Madrid. Ambos espacios pretenden convertirse en un lugar de referencia para los visitantes, pero también para los madrileños que quieran disfrutar de estas increíbles panorámicas.

El nuevo Riu Plaza España cuenta con más de 5.000 m² para la celebración de todo tipo de eventos distribuidos entre sus 17 salas de reuniones, la terraza para eventos de la planta 21 y las zonas de restauración. Entre todos los espacios destaca la Sala Madrid que tiene capacidad para hasta 1.500 personas. Es un espacio diáfano, de doble altura y con luz natural, único en el centro de la ciudad.

RIU ha restaurado y puesto en valor todos los elementos protegidos de este icónico edificio con suma delicadeza y respetando siempre el valor histórico de cada uno de ellos. Nada se ha dejado al azar, desde su imponente entrada flanqueada por columnas de mármol y decorada con los bajorrelieves originales, patrimonio histórico de la ciudad, hasta las impresionantes vistas desde sus habitaciones, zonas comunes y sendos sky bar: el hotel rezuma diseño, elegancia y solera en cada uno de sus rincones, con piezas exclusivas tanto originales como modernas.

Las habitaciones combinan mármoles blancos con cristal y madera, además de ligeros toques en dorado y negro que se combinan en espacios que permiten el paso de la luz desde la habitación hasta el baño, donde predominan los muebles livianos con estructuras de hierro y duchas walk in. Sus suites, además de contar con bañera, albergan varios espacios para hacer de la estancia de sus clientes un recuerdo único, como por ejemplo, jacuzzi privado con excelentes vistas de la ciudad.



HOTEL RIU PLAZA ESPAÑA
MADRID

583 Habitaciones

17 salas de conferencias

5000 m² para eventos

Capacidad de 1500 personas

1500 m² de terraza exterior

Piscina exterior climatizable

Suites con jacuzzi privado

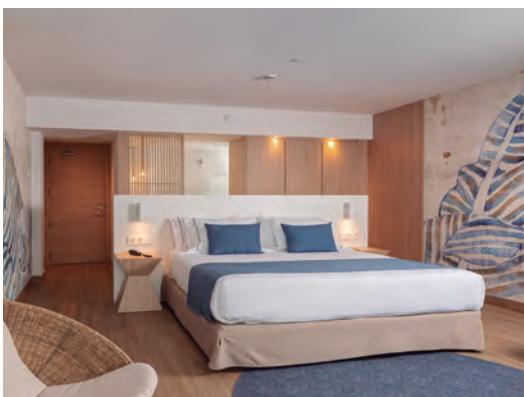
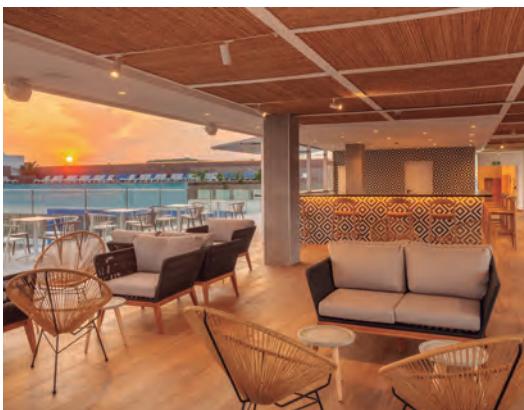
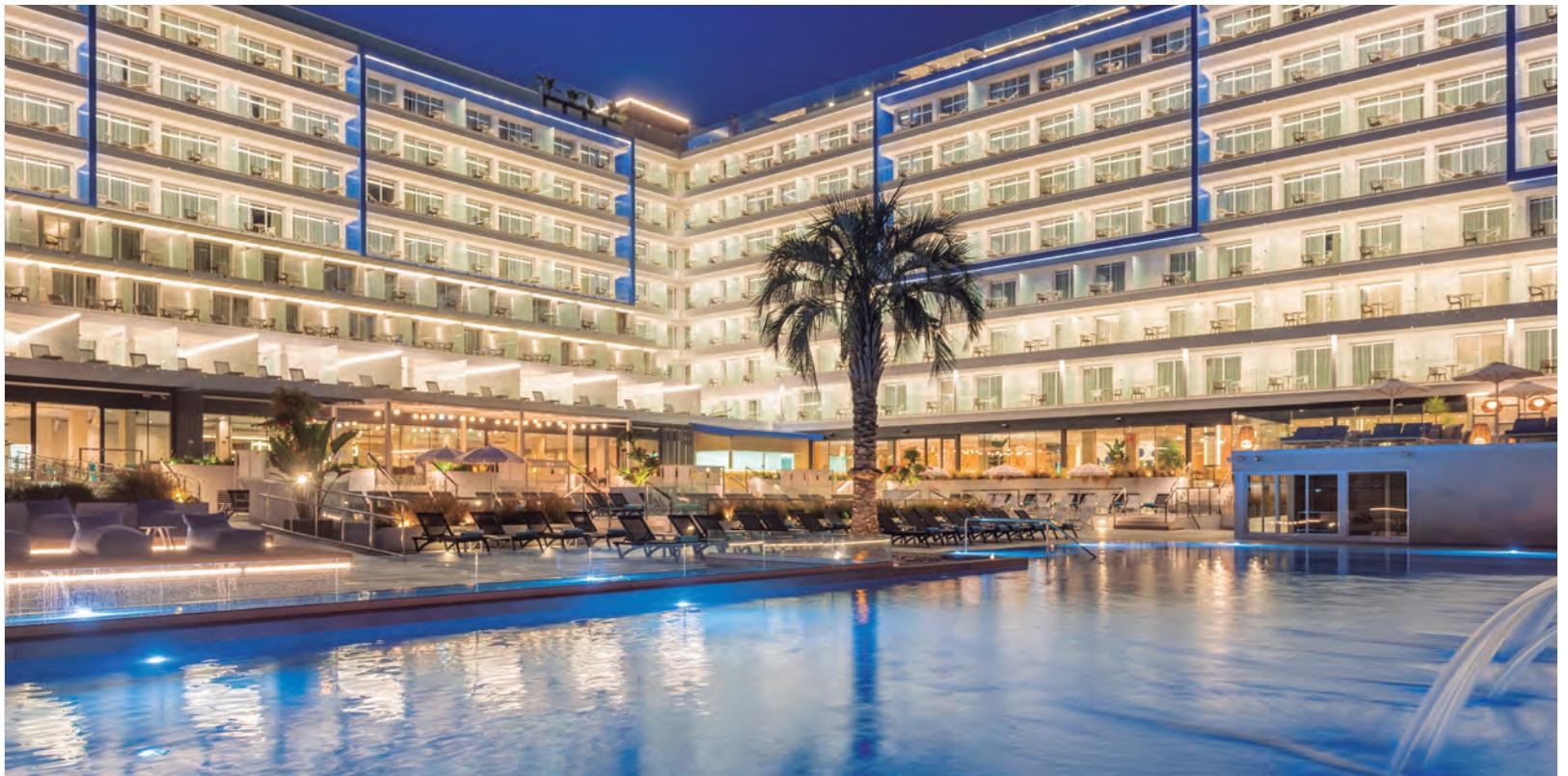
Edificio histórico rehabilitado

Gran Vía, 84
28013 Madrid
+34 91 919 33 93

www.riu.com
reservation.madrid@riu.com

RIU
PLAZA

L'AZURE HOTEL



Situado en Lloret de Mar, considerada capital de la Costa Brava, ofrece 411 habitaciones divididas en 7 plantas y decoradas con un toque ecléctico, minimalista y moderno con personalidad, diseñadas para dar cabida a todo tipo de viajeros. Lloret de Mar es también un referente en el turismo Mice y por ello el L'Azure Hotel ha estado preparando estos últimos meses toda su propuesta dirigida al segmento de Reuniones y Convenciones así como al de Congresos e Incentivos. En el apartado de salas el L'Azure cuenta con la sala plenaria Circus de 700 m2 con salida a una terraza de 300 m2. Asimismo dispone de un espacio de 600 m2 panelable en 7 salas breakout de diferentes tamaños. Todas ellas con la más alta tecnología y el apoyo técnico necesario.

Dentro de esta oferta destaca The Eighth que es el espacio situado en el Roof-Top del hotel. Se trata de una zona de 1.400 m2 ideal para reunir a los participantes de un evento y ofrecerles una recepción de bienvenida, un finger buffet o un cóctel. Esta área cuenta además con una infinity pool y visitas espectaculares sobre Lloret de Mar con las mejores puestas de sol de la zona.

La restauración para el L'Azure Hotel es un factor a tener muy en cuenta y para ello propone una cuidada oferta gastronómica en sus restaurantes. En La Plaza se brinda un espectacular Buffet Front Cooking y The Factory se inspira en la cocina Tex-Mex.

Además el hotel cuenta con el lobby bar La Vinya, el Pool Bar y el mencionado The Eighth en el Roof-Top del edificio.

Y para los momentos de descanso el L'Azure dispone de una piscina climatizada en un entorno de 600 m2 de Spa además de un equipado Gimnasio.

★★★★S

L'AZURE HOTEL
LLORET DE MAR

411 Habitaciones
Estándar, Superior, Deluxe, Suite
y Familiar

Adultos Only Zone - Roof Top
con Infinity Pool

SALAS DE EVENTOS

Circus, L'Azure + 7 salas Studio
COCOON WELLBEING & SPA
Piscina climatizada, Vitality Pool
Sauna, Baño turco, Tumbonas
térmicas, gimnasio y bikestation

Carrer dels Esports s/n
17310 Lloret de Mar
+34 972 364658
www.lazure-hotel.com
reservations@lazure-hotel.com
mice@lazure-hotel.com

L'AZURE
WE ARE MEDITERRANEAN

MARBELLA CLUB HOTEL: EL PATIO



Marbella Club presenta El Patio. El icónico hotel presenta un nuevo restaurante que invita a disfrutar a cualquier hora del día de un viaje permanente por el Mediterráneo más mágico a través de su gastronomía y con una estética única inspirada en la California de los años 50.

El restaurante El Patio, que abrirá sus puertas este mes de junio, se convierte en la última incorporación al Marbella Club y la pieza final que completa el recientemente presentado Clubhouse – un vibrante punto de encuentro social que rinde homenaje a los espontáneos comienzos durante los años 50. Concebido para que su atmósfera se convierta en el corazón latente del hotel, El Patio promete encuentros relajados y tan anhelados en su patio rodeado de verde, celebrando ese sentimiento por excelencia provocado por emprender un viaje culinario por el Mediterráneo.

Escondido entre florecientes agapantos, aromáticos jazmines y envolventes enredaderas, El Patio encarna el espíritu acogedor inimitable del que nació Marbella Club. El Patio se ubican donde estaban las primeras habitaciones del hotel con un estilo inspirado en los moteles de la década de los 50. Durante el día su patio central ofrece un vibrante oasis donde tomar cafés ricos y batidos sutiles, almuerzos tranquilos y deliciosos cócteles, que se convierten en los perfectos acompañantes del Tardeo. Mientras que por la noche cobra vida bajo cientos de luces parpadeantes, y una sorprendente barbacoa al aire libre y música en vivo, perfecto para ponerse al día con amigos en una cena con platos para compartir o un tentador cóctel.

Al cargo de El Patio estará el jefe de cocina, originario de Calabria, Armando Codispoti, que junto a la ex chef de Ottolenghi y Soho House Istanbul, Esra Muslu, han creado una propuesta culinaria llena de vigor y honestidad. Inspirándose tanto en los platos caseros de la mamá italiana de Codispoti como en las raíces turcas de Muslu, en los platos abundan las hierbas, especias y refrescantes cítricos de las regiones costeras mediterráneas de la Riviera y Berbería. Los productos de temporada de la zona provienen de proveedores locales de confianza, que apoyan a las pequeñas empresas dedicadas a la elaboración de ingredientes de primera calidad.

El Patio ofrece a los huéspedes la oportunidad de comer de muchas formas diferentes.

Un abundante desayuno en el que se incluye de todo, desde granola tostada con melocotones escalfados hasta aguacate con un toque especial con huevos orgánicos poché y pimienta Aleppo. El almuerzo sorprende con una sandía con lima y mermelada de chile, ensaladas de temporada o pizzas artesanas con nombres llenos de historia como “El Boss” o “La Simo”, hechas en el horno de leña con forma de león. Más tarde, los huéspedes y locales podrán disfrutar del Tardeo, un momento para pasar la tarde con amigos junto a cócteles con infusión de salvia servidos en sofisticadas jarras; y finalmente, el día culmina con una cena con abundantes platos elaborados a la brasa por chef en su cocina abierta al aire libre, decorada con antiguas sartenes de cobre, azulejos andaluces y hierbas secas. Los platos clásicos de la cena incluyen el carpaccio de lubina salvaje o el pollo orgánico asado con cebolla caramelizada, y la Burnt Basque Cheesecake como la guinda del pastel para cerrar la velada. Para conseguir una dosis extra en el ambiente, la vibrante música, seleccionada por Emma Schenkman, reviven los sonidos del funk, el boogie y el soul del Mediterráneo haciendo que los comensales viajen a través de las décadas de una forma actual a través de la música.

Bulevar Príncipe Alfonso de Hohenlohe, s/n,
29602 Marbella, Málaga
+34 952 82 22 11
www.marbellaclub.com
elpatio@marbellaclub.com



MARBELLA CLUB

HOTEL SANTO MAURO



El Hotel Santo Mauro le invita a embarcarse en un viaje al siglo XIX y alojarse en la antigua residencia de un influyente personaje de la sociedad madrileña de la época, el duque de Santo Mauro, que está ubicada en el aristocrático y exclusivo distrito de Chamberí.

Con un diseño de influencia francesa, semejante a los palacios parisinos de la época, el Santo Mauro Hotel consta de tres edificios rodeados por un magnífico jardín con castaños centenarios que lo convierten en un oasis en pleno corazón de Madrid. Las 49 habitaciones, cuidadas hasta el más mínimo detalle, lograrán que su estancia en este palacio sea inolvidable.

Podrá deleitarse con la decoración vanguardista de las salas comunes por las que un día caminó el duque de Santo Mauro: el salón Rojo, de un puro estilo francés; el salón Chino, que cuenta con una colección de piezas orientales; el bar de ginebras de estilo art déco y la antigua biblioteca del duque, que hoy se ha convertido en el principal restaurante del hotel bajo la dirección del prestigioso Chef Abel Cervantes. Cada una tiene su personalidad propia, pero confluyen en perfecta armonía al estar diseñadas para ofrecerle una estancia todavía mejor.

Relájese en habitaciones recién renovadas en las que se han alojado huéspedes ilustres y que ofrecen un estilo clásico combinado con detalles vanguardistas en el corazón de Madrid.

La terraza le invita a deleitarse con un auténtico ambiente palaciego. No se olvide de ver los antiguos castaños, los protagonistas del jardín.



HOTEL SANTO MAURO
MADRID

49 exclusivas habitaciones
6 salas de reuniones
Restaurante bajo la dirección
del Chef Abel Cervantes
Fitness Room con sauna
Jardín con castaños centenarios
Ubicado en el centro de Madrid

Zurbano, 36
28010 Madrid
+34 913 196 900
www.hotelsantomauro.com
santo-mauro@ac-hotels.com



HOTEL MAYORAZGO



El Hotel Mayorazgo es un hotel temático madrileño, que le hará sentir que está en Madrid en todo momento.

Ubicado en la Gran Vía, corazón de Madrid, centro histórico, cultural, de compras y ocio. Gracias a su privilegiada localización, podrá conocer lugares emblemáticos como la Plaza de España, la Puerta del Sol, la Plaza Mayor, el Palacio Real o el Madrid de los Austrias, así como el Triángulo del Arte: el Museo del Prado, el Museo Reina Sofía y el Museo Thyssen-Bornemisza.

El Hotel Mayorazgo dispone de 200 amplias y confortables habitaciones. Disponibles con camas individuales o cama de matrimonio (bajo petición a la llegada al Hotel). Equipadas con los servicios e instalaciones que necesitas para hacer de su estancia en el centro de Madrid un momento único.

Así mismo, cuenta con un centro de congresos con capacidad hasta 200 personas según el montaje con acceso directo desde la Gran Vía Madrileña.

La terraza del Hotel Mayorazgo es el lugar ideal donde celebrar encuentros de networking, presentaciones de producto, cócteles de empresa, eventos privados, bodas... En pleno centro de Madrid, este oasis urbano ofrece un entorno único y el más amplio abanico de servicios para garantizar el éxito de cualquier evento.



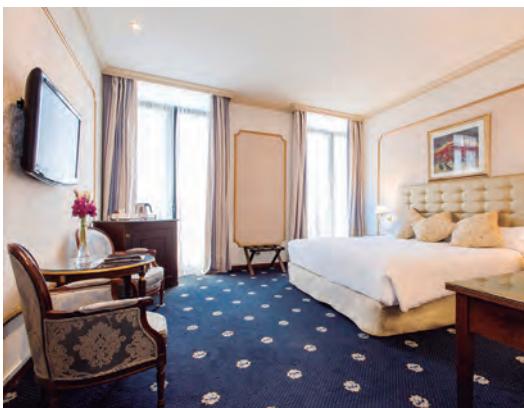
**HOTEL MAYORAZGO
MADRID**

- 200 amplias habitaciones
- Parking privado del hotel
- Traslado Hotel-Aeropuerto con tarifas especiales
- Conserjería
- Servicio de alquiler de coches
- Cambio de divisas
- Personal multilingüe
- Restaurante
- Lounge Bar
- Amplia terraza

Flor Baja, 3
Madrid
+34 915 472 600
www.hotelmayorazgo.com
comercial.interno@hotelmayorazgo.com



HOTEL ROGER DE LLÚRIA



El Hotel Roger de Lloria está ubicado en pleno centro de la ciudad, en una de las zonas más emblemáticas de Barcelona: El Eixample, corazón del modernismo barcelonés. En los alrededores encontrará las tiendas más exclusivas y una amplia oferta cultural. El Paseo de Gracia, Las Ramblas, Plaza de Cataluña o Barrio Gótico son algunos de los lugares turísticos situados cerca del hotel.

Este Hotel Boutique dispone de 48 amplias habitaciones, con una superficie media de 25m², distribuidas en: 28 "Classic Dobles" (algunas con terraza), 10 "Classic Familiar" (hasta cuatro personas), 8 "Deluxe Jacuzzi" y 1 "Suite" de dos dormitorios. Todas las habitaciones disponen de los detalles que facilitarían su estancia, tales como mesa de trabajo, servicio gratuito diario de kettle, minibar, caja fuerte y están equipadas con la más avanzada tecnología, incluyendo Wifi Premium gratuito.

Tradición y confort son la esencia del Hotel Roger de Lloria.

Es un hotel adecuado tanto para el cliente particular, de negocios o bleisure, como para el participante de convenciones, pudiéndose reservar en exclusividad para una única empresa gozando de máxima privacidad, intimidad y seguridad.

Sus conserjes, miembros de "llaves de oro", le asistirán durante su estancia, podrán aconsejarle lugares idílicos de la ciudad, recomendarle pequeños restaurantes de autor o conseguirle mesa en los más afamados y galardonados restaurantes con estrella Michelin.



HOTEL ROGER DE LLÚRIA BARCELONA

48 amplias habitaciones
38 habitaciones classic,
8 habitaciones Deluxe y 2 suite
La mayoría con balcón o terraza
Wi Fi Premium gratuito
A 25 min del aeropuerto
Ubicado en pleno centro de
Barcelona

C/ Roger de Llúria 28
08010 Barcelona
+34 933 436 080
www.rogerdelluria.com
hotel@rogerdelluria.com



Hotelatelier

by petitpalace

MADRID | BARCELONA | VALENCIA | SEVILLA | BILBAO | MÁLAGA | MALLORCA

15%

We are
Back!

VUELVE A DISFRUTAR DEL PLACER DE VIAJAR
Y RESERVA EN CUALQUIERA DE NUESTROS HOTELES
CON EL PROMOCODE **BACK2LIFE**

PETITPALACE.COM - ICONHOTELS.COM

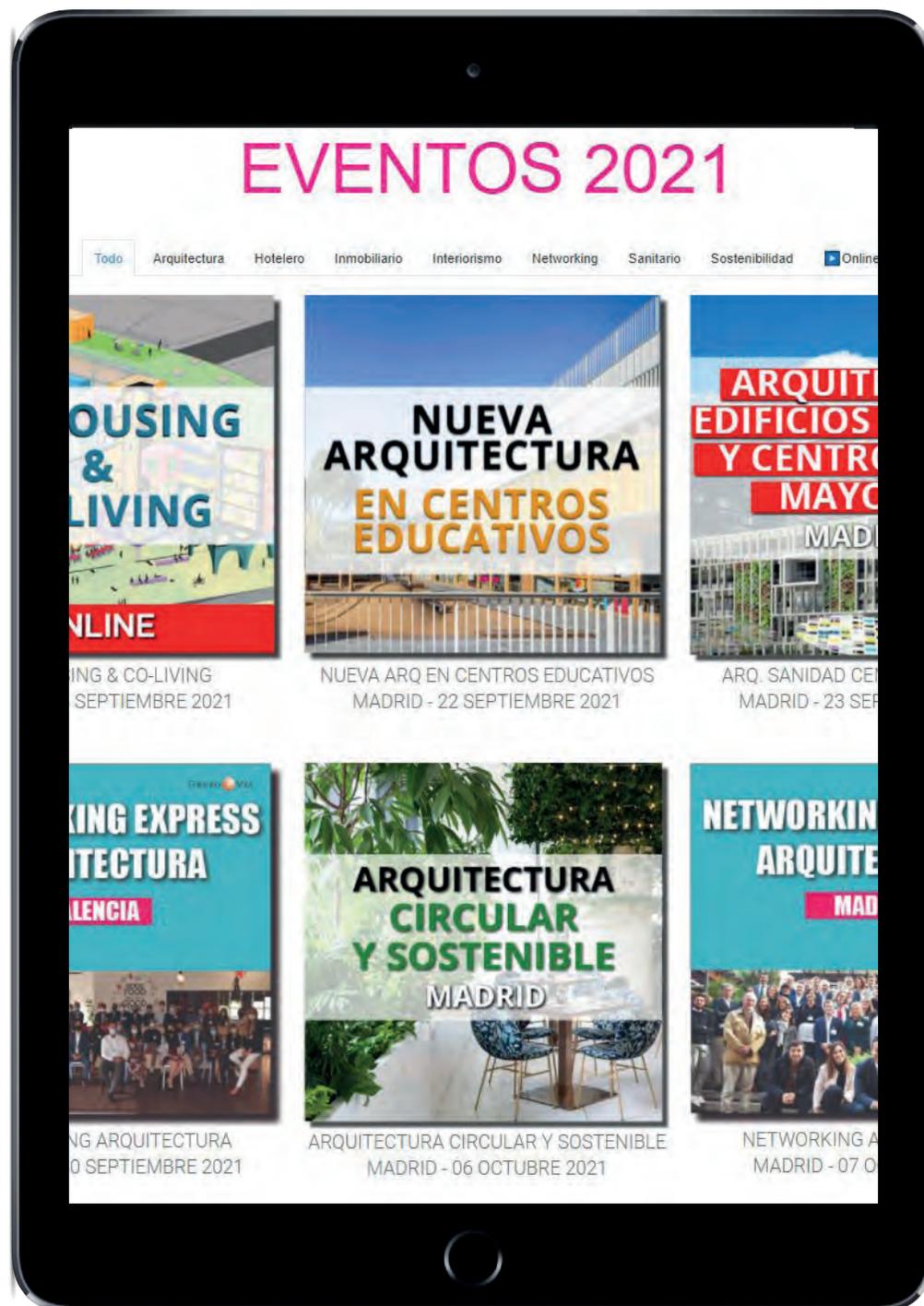
PETITPALACE
HOTELITY

ICON
HOTELS

Oferta válida para Todo 2021. Fechas de reserva: septiembre 2021



Events, Networking, Press & Social Media



www.grupovia.net



Información e inscripciones: www.grupovia.net - 93 895 79 22 - eventos@grupovia.net



Nos encantan los desechos

Nosotros los convertimos en nuevos productos, infinitamente.

Tarkett lanza un innovador sistema para reciclar también suelos textiles dentro de su programa ReStart.

Una nueva **tecnología de vanguardia** implantada en nuestras instalaciones de Waalwijk en Países Bajos resuelve los desafíos técnicos del reciclaje de los suelos de moqueta.

El **100% del producto se reintegra dentro de nuestro proceso de producción**, de esta manera cerramos el círculo con nuestras moquetas en losetas en línea con los principios de economía circular.

Descubre más



www.tarkett.es

info.es@tarkett.com

Sede Central: Avda. Llano Castellano, 13, 4ª Pta. 28034 Madrid

Tel: (34) 91 358 00 35. Fax (34) 91 358 06 19

 **Tarkett**