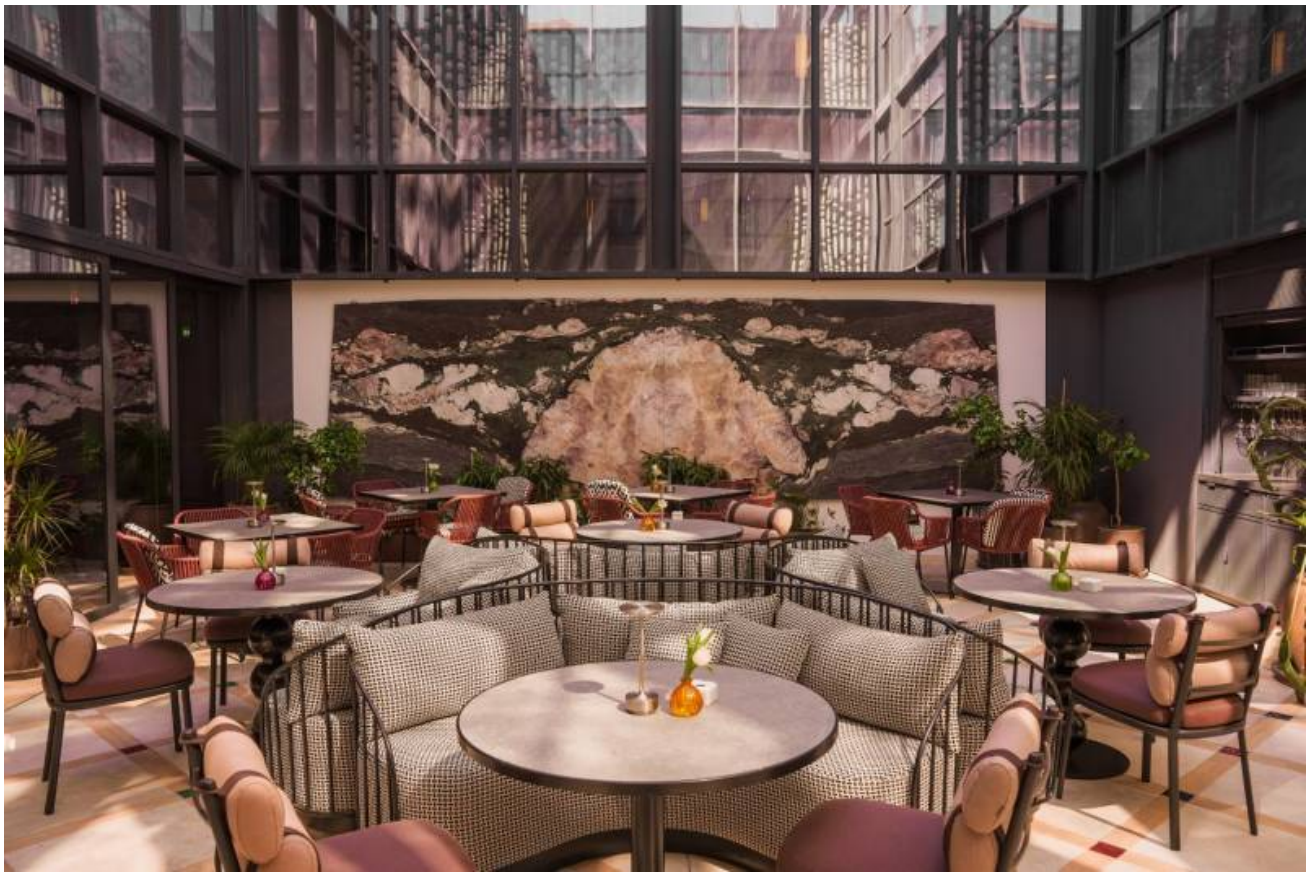
vinetur

Thompson Sevilla abre en La Gavidia como primer hotel de la marca en Andalucía

El establecimiento de Hyatt ofrece 101 habitaciones, azotea con piscina y restaurante del Grupo Manolo Mayo

martes 10 de noviembre de 2026



Thompson Sevilla abrió sus puertas este martes, 10 de noviembre, en la Plaza de la Concordia, en pleno centro histórico de la capital andaluza. El establecimiento, con 101 habitaciones, es el segundo de la marca Thompson Hotels en España tras la apertura

de Thompson Madrid y supone la llegada de esta enseña, integrada en Hyatt, a Andalucía.

El hotel ocupa el edificio de La Gavidia, uno de los inmuebles más reconocibles de la arquitectura moderna sevillana. El proyecto ha sido desarrollado por el estudio Proyecto Singular, que ha intervenido el edificio con una propuesta que, en palabras de la cadena, busca combinar su carácter original con una oferta hotelera vinculada al diseño, la cultura y la gastronomía.

Olivier Rust, director general de Thompson Sevilla, afirma que el objetivo es que el hotel funcione no solo como alojamiento, sino también como un lugar al que acudan tanto huéspedes como residentes. “Hemos abierto las puertas de un hotel que nace desde Sevilla y para Sevilla. Nuestro objetivo es que Thompson Sevilla se convierta en un lugar vivo, al que huéspedes y residentes quieran volver para encontrarse, descubrir una nueva propuesta gastronómica o acercarse a la cultura de la ciudad desde una perspectiva diferente”, señala.

La intervención interior incorpora tonos albero, cobres, tierras y carmines, además de materiales naturales, vegetación autóctona, celosías, transparencias y presencia de agua. La compañía subraya también el papel de la luz en la distribución de patios, zonas comunes, habitaciones y terrazas. Las estancias incluyen habitaciones con vistas a la ciudad, categorías deluxe, suites con terraza y la Thompson Suite. La azotea reúne, además, gimnasio, piscina y áreas exteriores con vistas sobre Sevilla.

La oferta gastronómica tiene uno de sus ejes en Casa Mayo, el restaurante del hotel, gestionado por el Grupo Manolo Mayo. La empresa andaluza, fundada en 1963, lleva al nuevo espacio parte de su recetario habitual, con platos como la ensalada de tomates, los arroces o el morrillo de atún de almadraba. El interiorismo del restaurante firma el arquitecto Pablo Baruc y se organiza en torno a una barra central, una vinoteca, una cocina abierta, un patio y un comedor. En el exterior, la terraza se abre a la Plaza de la Concordia en torno a un magnolio.

La familia Mayo asegura que su intención es mantener en este proyecto la misma forma de trabajo que ha definido al grupo desde sus inicios, con atención al producto, a la tradición andaluza y al servicio. Rust añade que la entrada del grupo responde a la

voluntad de dar a la gastronomía del hotel una relación directa con la ciudad y con la cocina local.

El hotel completa su restauración con un Lobby Bar pensado para acompañar distintas franjas del día, desde cafés y desayunos ligeros hasta tapas andaluzas, pequeños platos y clásicos de hotel revisados. La carta de coctelería incorpora referencias locales como el fino, la manzanilla, el oloroso y la naranja sevillana. En la azotea, la propuesta gira en torno a una carta para compartir con sándwiches calientes, salmorejo, croquetas, gildas, ensaladilla, tortilla de camarones y boquerones.

Otro de los elementos a los que la cadena da peso es la colección de arte repartida por recepción, lobby, restaurante, pasillos y habitaciones. El conjunto reúne obras de Jorge Parra, José Cháfer, Kepa Garraza, Agustín Esteso, Laura Alandes, Nanda Hagenaars, Daniel Esteban, Macarena Gross, Miguel Gómez Losada, María Morenés y Marta Bermejo. Rust sostiene que esta selección no se plantea como un mero elemento ornamental, sino como una forma de relacionar el hotel con la memoria, la arquitectura y la cultura de Sevilla.

Thompson Sevilla incorpora también 240 metros cuadrados para reuniones y eventos, distribuidos en cuatro salas independientes conectables entre sí, con equipamiento audiovisual y un patio interior adicional. Estos espacios están pensados para presentaciones, encuentros corporativos, celebraciones privadas, bodas y otros actos en el centro de la ciudad.

Con esta apertura, Thompson Hotels suma su segundo establecimiento en España y refuerza una red que, según la compañía, opera desde hace más de 20 años en ciudades como Nueva York, Washington, Nashville, Seattle, Chicago, Dallas, San Antonio, Austin, Savannah, Hollywood, Denver y Madrid, además de varios destinos en México. La marca prevé que el hotel sevillano incorpore programación ligada al arte, la música, la gastronomía y la cultura contemporánea.