vinetur

Thompson Madrid celebra su nueva etapa con moda, gastronomía y cultura

El hotel conmemoró su cuarto aniversario con una jornada en la Plaza del Carmen y nuevos espacios de restauración

viernes 24 de abril de 2026



Thompson Madrid ha abierto una nueva etapa en la ciudad con la celebración de “Thompson Presents”, un programa de actividades que reunió moda, gastronomía y cultura en la Plaza del Carmen. El hotel conmemoró así su cuarto aniversario con dos

jornadas ligadas a la transformación reciente de ese entorno y al impulso de su nueva propuesta de food & beverage.

La cita tuvo lugar el pasado 15 de abril y se articuló como una serie de experiencias que reflejan la filosofía de la marca, vinculada al arte, la moda, la cultura y la gastronomía. El punto de partida fue “The Longest Table”, una comida celebrada en plena Plaza del Carmen que convirtió el espacio en una gran mesa imperial diseñada por la artista Brianda Fitz-James Stuart.

La intervención de Fitz-James Stuart dio forma a una instalación pensada para la ocasión, en la que cada elemento dialogaba con el conjunto. Alrededor de la mesa se sentaron perfiles del ámbito creativo, influencers y periodistas, que compartieron una experiencia gastronómica vinculada al nuevo restaurante La Barra de Ultramarines del Coso.

La propuesta culinaria de ese espacio combina platos castizos como patatas bravas, croquetas de jamón ibérico o ensaladilla rusa con referencias más actuales como el nigiri de atún rojo o la anchoa sobre brioche. Con esa carta, el hotel busca unir tradición y una lectura más contemporánea de la cocina de barra.

Uno de los momentos centrales de la jornada fue un desfile performativo de albornoces de Thompson Madrid reinterpretados por 20 diseñadores y creativos. Entre ellos figuran Ernesto Naranjo, Beatriz Peñalver, Erax, Pablo Erroz, SKFK, Acromatyx, Mans, ManéMané y Poydel, entre otros.

El desfile se desarrolló alrededor de la Plaza del Carmen, convertida en un escenario abierto en el que la moda se integró con el entorno urbano. Todas las propuestas se acompañaron con calzado de la firma Genuins, en una puesta en escena que unió diseño contemporáneo y funcionalidad.

La intervención convirtió una pieza habitual del universo hotelero en un objeto creativo y desplazó el foco hacia la relación entre moda, performance y espacio. La acción formó parte de una programación pensada para reforzar la identidad del hotel en su nueva etapa.

La jornada se completó con talleres experienciales repartidos por distintos espacios del establecimiento. Hubo actividades de cocina, arte y flamenco, además de sesiones de coctelería, concebidas como propuestas participativas alineadas con el estilo de vida que Thompson Madrid quiere proyectar.

Con “Thompson Presents”, el hotel presentó también su nueva oferta gastronómica y reafirmó su papel como uno de los espacios que activan la escena cultural de la ciudad. El establecimiento, situado en pleno centro, junto a la Puerta del Sol y la Gran Vía, celebra su cuarto aniversario con una propuesta que busca encajar con el entorno urbano y con el ritmo de Madrid.

La oferta de restauración se organiza en tres espacios con identidad propia. Makáá, en el rooftop, propone una experiencia en torno al fuego con vistas panorámicas de la ciudad. La Barra de Ultramarines del Coso, a pie de calle, revisa el imaginario castizo desde una mirada actual. Jack’s Club, un speakeasy de inspiración británica ubicado en el histórico emplazamiento de la antigua Iglesia de San Luis Obispo, completa el recorrido con una propuesta de coctelería íntima y sofisticada.

Thompson Hotels, la marca a la que pertenece el establecimiento madrileño, ha orientado su propuesta a convertir la hospitalidad en experiencias culturales ligadas a la vida de cada ciudad. Desde su apertura en el centro de Nueva York hace más de 20 años, la firma ha desarrollado una cartera internacional en la que los restaurantes, los vestíbulos y los programas musicales forman parte de la experiencia del huésped.

En la actualidad, la marca mantiene esa línea en hoteles como The Beekman, Gild Hall y Thompson Central Park New York, en Nueva York; Thompson Washington D.C.; Thompson Nashville; Thompson Seattle; Thompson Chicago; The Cape, en Los Cabos; Thompson Playa del Carmen, en la Riviera Maya; Thompson Zihuatanejo, en la costa del Pacífico de México; Thompson Dallas, Thompson San Antonio y Thompson Austin, en Texas; Thompson Savannah; Thompson Hollywood; Thompson Buckhead; Thompson Denver; y Thompson Madrid, en España.

La compañía matriz, Hyatt Hotels Corporation, con sede en Chicago, señala que a 30 de junio de 2022 su cartera incluía más de 1.150 hoteles y propiedades con todo incluido en 72 países de seis continentes. Entre sus marcas figuran Park Hyatt, Grand Hyatt,

Hyatt Regency, Hyatt, Hyatt Residence Club, Hyatt Place, Hyatt House, UrCove, Miraval, Alila, Andaz, Thompson Hotels, Hyatt Centric y Caption by Hyatt, además de otras enseñas de sus distintas colecciones.