



Hesperia crece un 7% hasta junio tras un 2025 de récord

INGRESA 105 MILLONES/ La cadena espera mantener el ritmo de incremento de ventas este verano por la subida de precios.

Rebeca Arroyo, Madrid

Grupo Inversor Hesperia (GIHSA) sigue exprimiendo el boom del turismo con un primer semestre al alza y unos ingresos de 105 millones, un 7% más, tras cerrar 2025 como el mejor año de sus más de tres décadas de historia. La compañía espera mantener este mismo ritmo de crecimiento en las ventas este verano gracias, principalmente, a una evolución favorable del precio medio.

La cadena hotelera española cerró el pasado año con unos ingresos de 206 millones de euros, un 8,4% más respecto a los 190 millones de 2024, y con un beneficio después de impuestos récord de 38 millones de euros, frente a los 15 millones del año anterior.

El patrimonio neto de GIHSA ascendía a 552 millones de euros al cierre de diciembre, y el valor de los activos alcanzaba los 1.008 millones de euros.

A cierre de 2025 el grupo contaba con 22 activos (17 hoteles urbanos y cinco resorts) con algo más de 5.000 habitaciones, que comercializa con su marca propia Hesperia y a través de las enseñas de terceros como Hyatt Regency, Grand Hyatt, Hyatt Regency Residences, Dreams y Secrets.

A través de la gestora Hesperia World la hotelera también opera cinco hoteles en Venezuela bajo la marca Hesperia. Se trata de dos hoteles urbanos y tres resorts vacacionales: Hesperia Maracay (95 habitaciones), Hesperia WTC Valencia (325 habitaciones), Hesperia Isla Margarita (312 habitaciones), Hesperia Playa El Agua (Isla Margarita, 410 habitaciones) y Hesperia Morrocoy (249 habitaciones). Estos cinco hoteles no sufrieron daños de consideración tras los recientes terremotos que asolaron el país.

El pasado ejercicio, el grupo canceló de forma anticipada los 48,8 millones de euros restantes del préstamo total de 55 millones concedido en 2022 por la Sepi, a través del Fondo de Apoyo a la Solvencia de Empresas Estratégicas.



Hesperia Presidente, uno de sus hoteles en Barcelona.

PRESENCIA

● Cuenta con 17 hoteles urbanos y cinco resorts en cartera con más de 5.000 habitaciones que opera bajo marca propia y de terceros.

● A través de su gestora, Hesperia World, opera otros cinco hoteles en Venezuela (dos urbanos y tres resorts) bajo la marca Hesperia.

Esta amortización se produjo cuatro años antes de la fecha inicialmente prevista para el vencimiento final, fijada en 2029.

Asimismo, en junio anunció la cancelación anticipada de otros créditos históricos inicialmente concedidos por Banco Santander y el acuerdo con Natixis CIB para un nuevo marco de financiación con condiciones más competitivas y plazos más adecuados a la actividad del grupo.

“El pasado ejercicio ha servido para confirmar nuestra posición como una hotelera de prestigio que ha sabido asentar un modelo de gestión multimarca”, explica el consejero delegado de GIHSA, Jordi Ferrer.

Nueva etapa

Tras centrarse en los últimos cuatro años en optimizar la rentabilidad de sus activos actuales a través de reformas, la cadena hotelera prepara un

nuevo plan estratégico para afianzar su crecimiento con adquisiciones y nuevos desarrollos.

Según explicó a EXPANSIÓN el presidente de GIHSA, José Antonio Castro, durante la feria de Fitur el pasado mes de enero la compañía tiene previsto una inversión global de aproximadamente 200 millones de euros durante los próximos tres años.

En España, uno de los destinos prioritarios para Hesperia será Canarias, especialmente Fuerteventura, donde la compañía ya dispone de terrenos para poner en marcha nuevos desarrollos.

Además, Hesperia quiere ampliar su presencia internacional con su entrada en Portugal y en el sur de Francia. Ahora está presente en España y Andorra y, a través de la gestora, en Venezuela.