

PORT HOTELS
SHAPED BY YOU

MEMORIA ANUAL
2025

WWW.POROTHOTELS.ES





1. Introducción	• Mensaje del presidente • Gobernanza: Comité Directivo • “Shaped By You” • Principales hitos 2025	Pág. 4-5 Pág. 6 Pág. 7 Pág. 8-11
2. Nuestra compañía	• Nuestra cultura • Nuestro modelo de negocio • Nuestras marcas • Presencia en el territorio	Pág. 14-15 Pág. 16-17 Pág. 18-19 Pág. 20-21
3. Resultados económicos y de gestión	• Nuestros resultados • Distribución de ingresos por línea de negocio • Inversión realizada	Pág. 24-25 Pág. 26 Pág. 27
4. Clientes y experiencias	• Nuestros clientes • Nivel de satisfacción • Servicios de restauración • Eventos producidos	Pág. 30 Pág. 31 Pág. 32-33 Pág. 34-35
5. Compromiso con las personas	• Empleo • Empresas colaboradoras • Desarrollo profesional	Pág. 38 Pág. 39 Pág. 40-41
6. Sostenibilidad y responsabilidad social	• Guests of the Planet • Acciones sociales • Consumo responsable • Desperdicio alimentario • Promoción de la cultura	Pág. 44-45 Pág. 46 Pág. 47 Pág. 48 Pág. 49
7. Innovación y futuro	• Principales proyectos de innovación • Perspectivas y objetivos 2026	Pág. 52-55 Pág. 56-57
8. Anexos	• Reconocimientos, premios y certificaciones • Glosario • Contacto y créditos	Pág. 60-61 Pág. 62 Pág. 62



Toni Mayor · Presidente Port Hotels

* El turismo es la gran conquista democrática de nuestra generación.

Me complace presentar la Memoria Corporativa 2025 de Port Hotels, un ejercicio que refleja un año de avance sólido en la ejecución de nuestro plan estratégico y, sobre todo, una idea que resume bien lo vivido: cuando cuidamos mejor la experiencia, crecemos de forma más sana y sostenible.

Port Hotels es una empresa familiar y esa esencia sigue marcando nuestra manera de hacer las cosas: cercanía, responsabilidad, visión a largo plazo y una forma de liderar basada en el esfuerzo compartido. Creemos en construir con criterio, en proteger lo que hemos creado durante casi 60 años y en seguir evolucionando sin perder lo que nos hace únicos.

Los resultados de 2025 confirman que vamos en la dirección correcta. Hemos alcanzado una **facturación de 81,1 millones de euros**, lo que supone un **crecimiento interanual del 8%**. Este desempeño no es casual: es la consecuencia de decisiones estratégicas consistentes, de la mejora continua del producto y de una gestión cada vez más orientada a la creación de valor.

Pero, si hay un indicador que explica el verdadero sentido de ese crecimiento, es la experiencia del huésped. En 2025, el GRI medio del grupo se situó en 85,2, mejorando +0,5 puntos respecto a 2024. Para nosotros, esta cifra tiene un significado especial: más ingresos con clientes más satisfechos no es solo un buen resultado; es la señal de que estamos generando **confianza y solidez a largo plazo**, de forma equilibrada y sostenible.

Este progreso tiene un fundamento claro: el compromiso y la profesionalidad de las personas que forman Port Hotels. Los avances en

digitalización, la mejora de procesos, la consistencia del servicio y la atención al detalle se sostienen en el trabajo diario de nuestros equipos. Son ellos quienes transforman una estrategia en una experiencia; quienes hacen que cada hotel funcione, que cada estancia sea memorable y que Port Hotels sea una marca en la que confiar.

En línea con nuestra visión de largo plazo, 2025 ha sido también un año decisivo en términos de crecimiento. Hemos consolidado nuestra estrategia de expansión mediante la adquisición de una **parcela en València** para el desarrollo de un nuevo hotel de cuatro estrellas superior, ubicado en un enclave urbano estratégico junto a la estación del AVE y el futuro Parque Central, así como la incorporación del **Edificio Hispania** de Alicante a nuestra cartera de activos corporativos. Estas operaciones refuerzan nuestra presencia en destinos clave y evidencian una política de inversión selectiva, orientada a activos singulares con capacidad de generación de rendimiento y posicionamiento a futuro.

En 2025 seguimos reforzando los pilares que sustentan esta evolución. Consolidamos nuestra apuesta por nuestro canal directo con la incorporación de nuevos métodos de pago como PayPal y Scalapay, reduciendo fricciones y mejorando la conversión; pusimos en marcha Port Shapers, nuestro programa de fidelización, para fortalecer la relación con quienes repiten y avanzar hacia una experiencia cada vez más personalizada; y continuamos elevando la propuesta gastronómica, con el Hotel Huerto del Cura como finalista al **Premio Mejor Desayuno de Hotel 2026** en Madrid Fusión, un reconocimiento que habla de excelencia, producto y equipo.

Nuestro modelo empresarial integra de forma inseparable rentabilidad, responsabilidad y compromiso con el entorno. En 2025 hemos consolidado esta visión a través de Guests of the Planet, el marco estratégico que articula nuestras iniciativas ambientales y sociales en toda la cadena. Bajo este programa, implantamos un protocolo de reducción y monitorización del desperdicio alimentario, reforzamos proyectos de economía circular como la colaboración con Gravity Wave y Eco-One —superando el objetivo anual con 3.746 kg de residuos plásticos retirados del Mediterráneo— y avanzamos en inclusión mediante la adhesión de toda la cadena al modelo Autism Friendly, integrando criterios comunes de accesibilidad y formación. Porque entendemos la hospitalidad debe ser, siempre, más accesible y universal.

Asimismo, hemos reforzado nuestro posicionamiento de marca y nuestra vinculación con el territorio a través de acuerdos de patrocinio con entidades deportivas de referencia como el **Elche C.F. (temporada 2025/26)** y el **EON Balonmano Alicante**. Estas alianzas no solo incrementan nuestra notoriedad, sino que consolidan nuestra conexión con las comunidades locales, generando afinidad con distintos públicos y fortaleciendo la presencia de Port Hotels en destinos estratégicos para la compañía.

Todo ello responde a una idea central que define nuestra identidad: **"Shaped By You"**. Port Hotels está moldeada por las personas: por los clientes, por los equipos y por los territorios que nos inspiran. Digitalización, sostenibilidad e innovación no son fines en sí mismos; son herramientas para crear una experiencia mejor, más humana y más coherente con lo que somos.

Gracias a todos los que lo hacéis posible: a nuestros equipos, por su profesionalidad y entrega; a nuestros clientes, por su confianza; y a nuestros colaboradores, proveedores y comunidades, por caminar con nosotros. Esta memoria recoge cifras, proyectos y resultados, pero, sobre todo, recoge el valor de una compañía que avanza porque hay personas que la sostienen cada día.

Toni Mayor
Presidente Port Hotels



Comité directivo

Órgano responsable de la coordinación de la estrategia corporativa y de la supervisión de la evolución de las distintas áreas del grupo.

Sus reuniones periódicas permiten analizar el desempeño de cada establecimiento y punto de venta, planificar inversiones, revisar los principales indicadores de gestión y asegurar la alineación de las decisiones con los objetivos globales de la compañía.

Este modelo de gobernanza favorece una toma de decisiones ágil y rigurosa, orientada a la excelencia operativa y a la mejora continua de la experiencia del huésped.

Toni Mayor
Presidente



Ana Mayor
Vicepresidenta



Diego Fernández
CEO



Jose Antonio Huertas
Director Financiero



Yolanda Cuña
Directora de Operaciones



Brais Mosquera
Director Comercial



Enrique Mayor
Director de Recursos Humanos



Shaped by you



* Una filosofía optimista
hospitlaria, atenta y
actual, **inspirada en ti.**

Shaped By You resume nuestra forma de entender la hospitalidad: no ofrecemos estancias, sino experiencias vivas, flexibles y auténticas, moldeadas por quienes nos eligen.

Nada de lo que somos sería posible sin las personas que hacen latir cada hotel: huéspedes, colaboradores, proveedores y comunidades que, con su confianza y cercanía, dan forma a la marca Port.

En Port Hotels, “Shaped By You” no es un eslogan, sino una declaración de principios que define quiénes somos y cómo tomamos nuestras decisiones.

Este concepto, ya consolidado como eje de nuestra identidad de marca, inspira la manera en que diseñamos cada experiencia, gestionamos nuestros hoteles y nos relacionamos con las personas y los territorios que nos rodean.

Shaped By You expresa una convicción profunda: **Port Hotels está moldeada por las personas.** Por los **huéspedes**, que son el centro de cada servicio y quienes nos impulsan a innovar constantemente. Por los **equipos**, cuya hospitalidad, compromiso y talento dan vida a cada estancia. Y por los **territorios**, que nos inspiran con su cultura, su luz y su forma de entender el Mediterráneo.

Desde esta filosofía se articulan los principales ejes estratégicos del grupo:

DIGITALIZACIÓN

Se concibe como una herramienta al servicio de las personas, orientada a mejorar la experiencia del huésped, facilitar su relación con la marca y optimizar los procesos internos desde una perspectiva eficiente y cercana.

SOSTENIBILIDAD

Integrada a través de la iniciativa Guests of the Planet, refleja el compromiso de la compañía con un modelo turístico responsable, equilibrando el bienestar de los huéspedes, el respeto por el entorno y la generación de valor a largo plazo.

INNOVACIÓN

Forma parte de la cultura corporativa como una actitud permanente de escucha, análisis y mejora continua, orientada a anticipar tendencias, adaptar los espacios y evolucionar la propuesta de valor en coherencia con las expectativas del mercado.



Principales hitos 2025

* Durante 2025, Port Hotels consolidó su evolución estratégica con iniciativas que refuerzan la orientación al cliente, la innovación, la sostenibilidad y el compromiso con el entorno.

RESULTADOS ECONÓMICOS Y DESEMPEÑO DEL EJERCICIO

Durante 2025, Port Hotels alcanzó una **facturación de 81 millones de euros**, frente a los 75 millones de euros registrados en 2024, lo que supone un **incremento del 8 % interanual**.

En el plano comercial y de gestión, 2025 estuvo marcado por una estrategia orientada al valor: la **tarifa media (ADR) creció un 13,3%** y, pese a una ocupación estable condicionada por la reforma del Port Benidorm durante varios meses, los **ingresos por habitaciones aumentaron un 8,7%**, reforzando la efectividad y resiliencia del modelo Port Hotels.

81 MILLONES
8% DE CRECIMIENTO VS 2024

13,3%
CRECIMIENTO
EN ADR VS 2024

8,7%
CRECIMIENTO EN
INGRESOS / HABITACIÓN
VS 2024



EXPANSIÓN EN DESTINOS ESTRATÉGICOS

En 2025, Port Hotels consolidó su estrategia de crecimiento mediante la **adquisición de activos clave en ubicaciones urbanas de alto potencial en la Comunidad Valenciana**.

El grupo adquirió una **parcela en la ciudad de Valencia** destinada al desarrollo de un **nuevo hotel de cuatro estrellas superior con aproximadamente 138 habitaciones**, ubicada junto a la estación del AVE y al futuro Parque Central. El proyecto refuerza la presencia del grupo en un **enclave urbano estratégico**, orientado a cliente urbano nacional e internacional.

Asimismo, Port Hotels formalizó la **adquisición del Edificio Hispania de Alicante**, uno de los inmuebles corporativos más emblemáticos de la ciudad, con **más de 9.000 m², 10 plantas y 156 plazas de aparcamiento**.

Esta operación fortalece la cartera de activos y consolida una **línea de crecimiento basada en la inversión en activos singulares con alto valor estructural y potencial de generación de valor a largo plazo**.



GASTRONOMÍA COMO MOTOR DE DIFERENCIACIÓN

Port Hotels continuó impulsando la **gastronomía como palanca de diferenciación y reputación**. En este contexto, el **Hotel Huerto del Cura** fue **seleccionado como finalista al Premio Mejor Desayuno de Hotel 2026**, otorgado por **Madrid Fusión Alimentos de España**, situándose entre los **nueve mejores hoteles de España en la categoría Gran Hotel**.

La nominación reconoce una **propuesta de desayuno creada por el maestro pastelero Fran Segura** y pone en valor la **apuesta del grupo por la excelencia gastronómica, el producto de proximidad y la creación de experiencias diferenciales**, reforzando el **posicionamiento de marca de la cadena a nivel nacional**.



**COMPROMISO AMBIENTAL
JUNTO A GRAVITY
WAVE Y ECO-ONE.**

En el marco de su estrategia ESG “**Guests of the Planet**”, Port Hotels reforzó su compromiso ambiental mediante la **colaboración con Gravity Wave y Eco-One**, desarrollando un proyecto de recogida y gestión de residuos plásticos del mar Mediterráneo y sus puertos.

El acuerdo establecía un compromiso inicial de **retirada de 3.000 kg de residuos en un año**, objetivo que fue superado, **3.746 kg. de residuos recogidos** durante el ejercicio.

El proyecto contempla una implantación progresiva en toda la cadena, con la implicación de equipos internos y clientes a través de acciones de sensibilización.

Esta iniciativa contribuye a la **economía circular, la protección del entorno marino y al desarrollo de un modelo de gestión ambiental medible y alineado con los objetivos de sostenibilidad a largo plazo del grupo**.



**REDUCCIÓN DEL DESPERDICIO
ALIMENTARIO Y MODELO DE
GESTIÓN RESPONSABLE**

Durante 2025, Port Hotels implantó a **nivel cadena un protocolo de actuación para la gestión del desperdicio alimentario**, apoyado en el **uso de básculas inteligentes que permiten medir y monitorizar de forma sistemática las mermas generadas en las cocinas**.

Esta iniciativa sienta las bases para la **implantación progresiva de herramientas orientadas a la reducción efectiva del desperdicio**, tanto a nivel interno—**optimización de procesos y concienciación de los equipos**—como a nivel externo, mediante **acciones de comunicación dirigidas a clientes y grupos de interés**.



**TURISMO INCLUSIVO
Y MODELO AUTISM FRIENDLY**

En 2025, Port Hotels formalizó la **adhesión de toda la cadena a un modelo de turismo inclusivo orientado a la atención de personas con autismo**, mediante la firma de un **acuerdo marco que establece criterios comunes de accesibilidad cognitiva, protocolos de atención y programas de formación para los equipos**.

Este compromiso consolida la **accesibilidad y la inclusión como ejes estructurales de la propuesta de valor de Port Hotels** y refuerza su **posicionamiento como cadena comprometida con una hospitalidad responsable y universal**.



**EXPERIENCIA DE CLIENTE
Y CRECIMIENTO DEL
CANAL DIRECTO**

Port Hotels alojó a **1.259.589 clientes** y registró **610.247 room nights** con una demanda diversificada (**59 % internacional y 41 % nacional**). El **GRI medio del grupo se situó en 85,2**, mejorando **+0,5 puntos respecto a 2024**, reflejo de la consolidación de la experiencia ofrecida.

Durante el ejercicio, la compañía avanzó en la modernización de su ecosistema digital mediante la incorporación de **nuevos métodos de pago, como PayPal y Scalapay, en los canales propios**, reforzando el **canal directo como eje estratégico de generación de ingresos y relación con el cliente**.

Asimismo, se puso en marcha **Port Shapers**, el **nuevo programa de fidelización del grupo**, orientado a potenciar la recurrencia y avanzar hacia un **modelo de relación más personalizado y de largo plazo con la marca**.





CAPÍTULO 2

Nuestra compañía

Nuestra cultura

Port Hotels es una **empresa hotelera familiar con sede en Benidorm** cuyos orígenes se remontan a la década de 1960, en los inicios del desarrollo turístico de la ciudad. La compañía nació del **esfuerzo y la visión emprendedora de la familia Mayor**, quienes supieron identificar el **potencial de un destino en plena transformación**.

Tras varias etapas de crecimiento y expansión, en 2014 la familia consolidó su proyecto independiente bajo la marca **Port Hotels**. Hoy, el grupo **gestiona 11 hoteles en las provincias de Alicante y Valencia**, combinando **establecimientos vacacionales y urbanos**.

La propuesta se completa con **9 puntos de venta de restauración con identidad propia y servicio abierto al público local**, así como con una sólida apuesta por el **segmento MICE**, con **41 salas de reuniones** y capacidad para albergar **eventos de hasta 750 personas en formato teatro y 900 en cóctel**.

NUESTRA BRÚJULA CULTURAL

Nuestra cultura se articula en cuatro ejes que orientan cada decisión.

- **Rentabilidad como promesa:** optimizamos recursos con visión de largo plazo para garantizar un crecimiento sostenible.
- **Personas en el centro:** los huéspedes, los equipos, los proveedores y la propiedad son el eje de nuestra actividad y alianzas.
- **Excelencia en el servicio:** mejora continua, atención al detalle e innovación para sorprender superando expectativas.
- **Escalabilidad, sostenibilidad y marca:** crecer sin perder esencia, preservando valores y responsabilidad con el entorno.

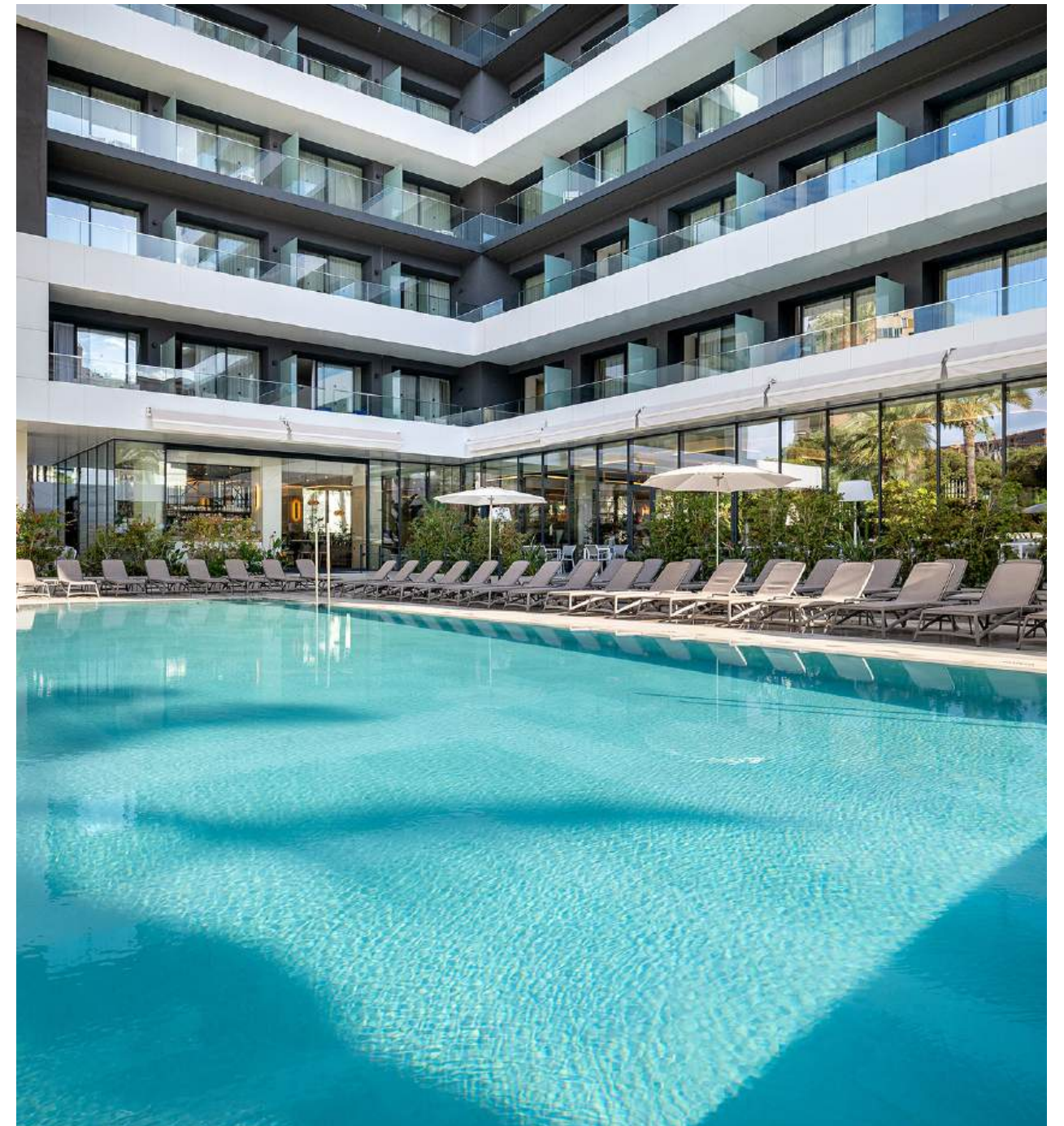
Este marco genera **valor sostenible:** lograr **resultados económicos sin renunciar a la calidad ni comprometer el futuro**.

CÓMO LO HACEMOS POSIBLE

Nuestro **“motor de 7 válvulas”** traduce la estrategia en comportamientos diarios: **ejecución, velocidad y eficiencia para que las cosas pasen; una cultura de exigencia, talento y excelencia; y tecnología/innovación para reinventarnos y aportar valor real en un entorno cambiante**.

NUESTRA MANERA DE HACER LAS COSAS

Somos **cercanos, responsables e innovadores**. Cuidamos los detalles para que cada huésped viva una **experiencia auténtica, conectada con el territorio y preparada para el futuro**. Crecemos **sin perder lo que nos hace únicos: la hospitalidad que nace de las personas y mira al mañana con ambición responsable**.



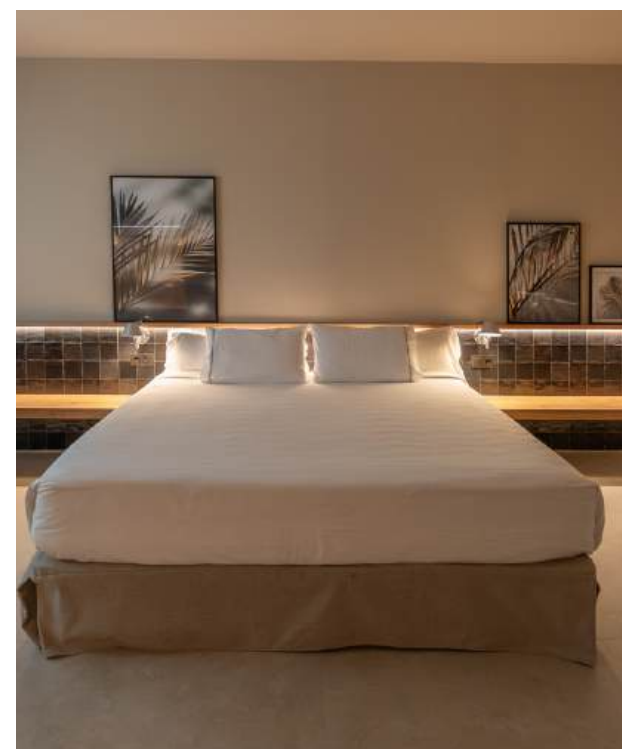
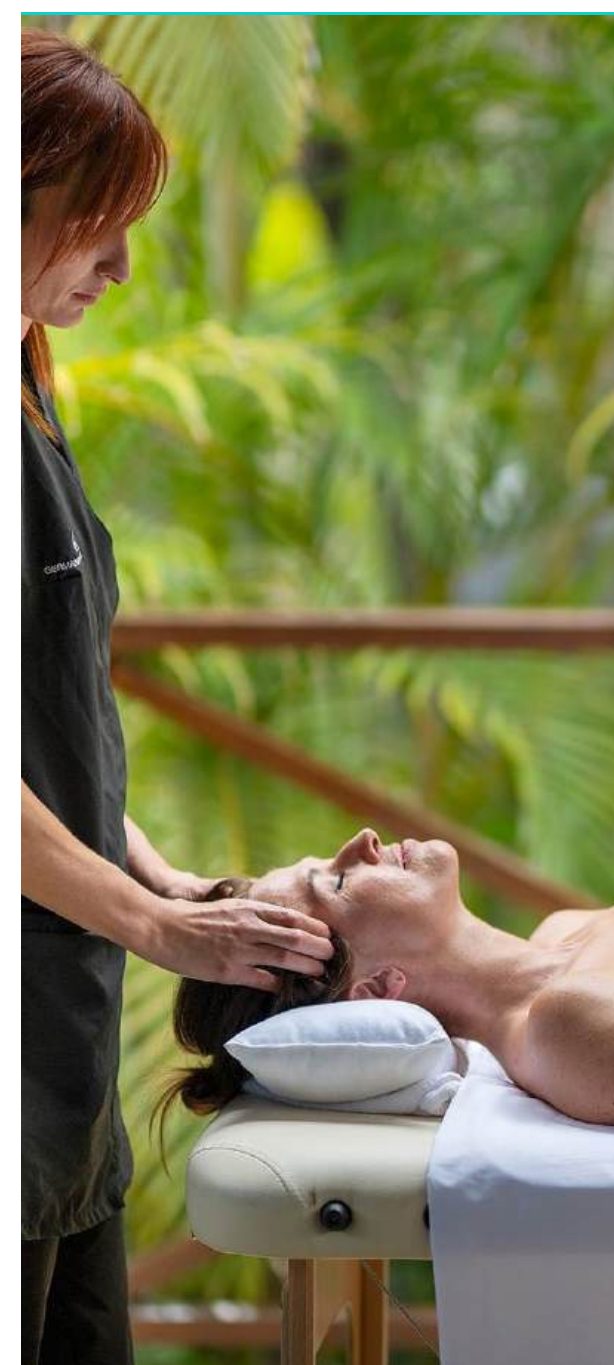
* Un legado de casi 60 años, construido sobre el esfuerzo, la cercanía y la visión a largo plazo.

Con casi **60 años de trayectoria**, Port Hotels mantiene el **espíritu emprendedor de sus orígenes** y una **visión empresarial a largo plazo** basada en el **foco estratégico, la eficiencia operativa y una ambición sostenible**, apoyada en el **compromiso de la familia fundadora** y en un **equipo profesional que impulsa el crecimiento continuo del grupo**.

Nuestro modelo de negocio

Port Hotels se apoya en una **oferta integral que abarca cuatro grandes líneas de negocio: alojamiento, restauración, eventos y experiencias**. Todas ellas comparten un mismo propósito: **ofrecer experiencias auténticas, cercanas y sostenibles**, moldeadas por las personas que forman parte de nuestra comunidad —huéspedes, equipos, proveedores y territorios.

Estas cuatro líneas de negocio conforman un **modelo de hospitalidad integral, flexible y sostenible**, que evoluciona **sin perder su esencia: una marca viva, mediterránea y hecha de personas, para personas**.



ALOJAMIENTO EL CORAZÓN DE NUESTRA HOSPITALIDAD

El **alojamiento** constituye la **esencia de nuestra actividad** y refleja nuestra manera de entender el turismo: **experiencias centradas en el huésped**, con **espacios que combinan diseño, identidad local y atención al detalle**. Cada **hotel Port** ofrece una **propuesta única, adaptada a su entorno**, integrando **servicios que facilitan la estancia** y **refuerzan una relación cercana y personalizada con cada huésped**.

RESTAURACIÓN SABOR CON SELLO PROPIO

La **gastronomía** es una de las **señas de identidad de Port Hotels**. A través de la **colección Port Cuisine**, ofrecemos una **propuesta culinaria diversa que reinterpreta la cocina mediterránea desde la creatividad, el producto local y el respeto por la tradición**.

Restaurantes como **Els Capellans, La Taula, Cel & Terra o Veranda Garden Bar**, junto a conceptos como **Boga Skybar o MOLA Food Trucks**, conforman una **oferta que une autenticidad, diseño y disfrute sensorial**.

EVENTOS ESPACIOS PARA COMPARTIR Y CREAR VALOR

Ponemos a disposición de nuestros clientes **espacios para reuniones, congresos y celebraciones**. Hoteles como **Huerto del Cura, Port Alicante, Port Azafata, Port Feria, Port Benidorm o Port Jardín Milenio** ofrecen **salones versátiles, equipamiento tecnológico y equipos especializados en la organización integral de eventos corporativos y sociales**. Nuestro objetivo es **garantizar experiencias memorables, personalizadas y alineadas con la esencia mediterránea de la marca**.

EXPERIENCIAS MÁS ALLÁ DE LA ESTANCIA

Hemos desarrollado una **línea que amplía las opciones de disfrute para nuestros clientes**. Propuestas como **Day Pass, accesos a zonas wellness y spa, propuestas gastronómicas y eventos en rooftops** permiten **vivir el Mediterráneo de forma flexible, relajada y personalizada**. Estas propuestas **complementan la estancia tradicional y acercan la cultura local a través del bienestar, la gastronomía, la música y la conexión con cada destino**.

Nuestras marcas

Las marcas de Port Hotels, integradas en sus hoteles y ubicadas en destinos estratégicos, responden a una estrategia de crecimiento y diversificación coherente con su posicionamiento.



HOTELES



FOOD & BEVERAGE



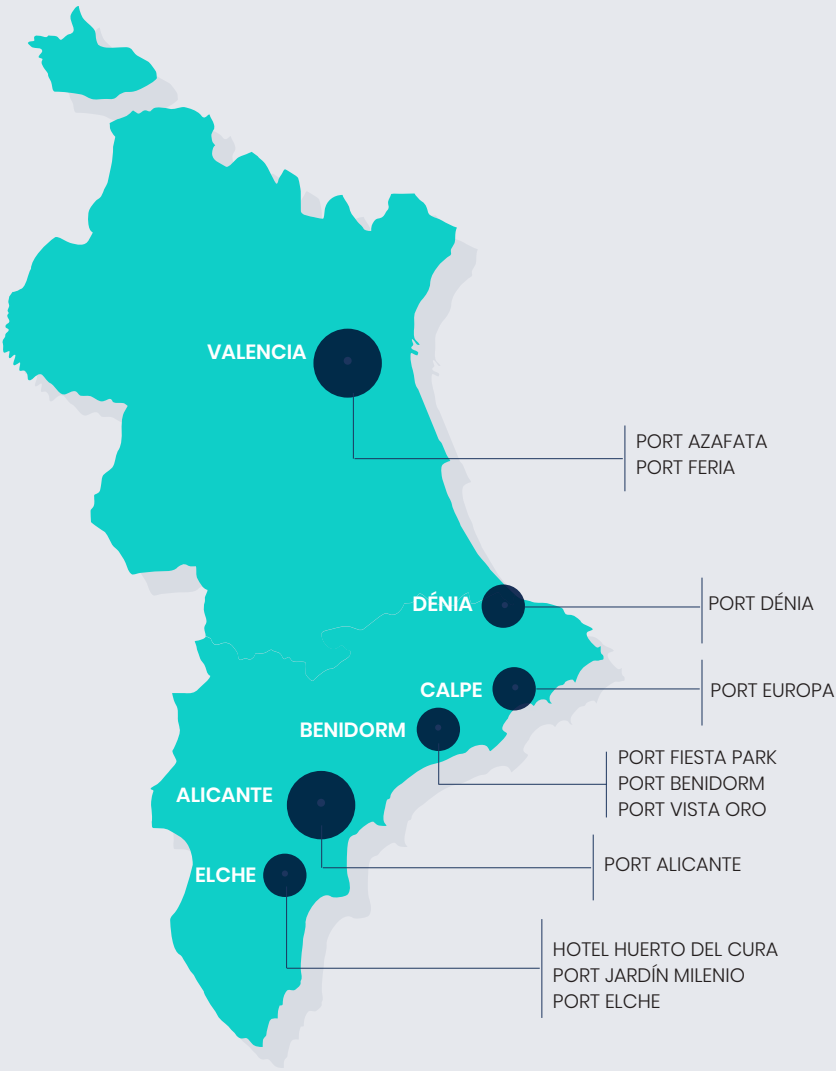
BIENESTAR



Presencia en el territorio

Port Hotels está presente en los principales destinos turísticos de la Comunidad Valenciana, con 11 hoteles y más de 1.900 habitaciones distribuidas entre Benidorm, Alicante, València, Dénia, Calpe y Elche.

La red Port Hotels forma un **mapa vivo del Mediterráneo valenciano**: una geografía de hospitalidad que une mar, ciudad y cultura bajo una misma promesa: **hacer de cada estancia una experiencia única, moldeada por nuestros huéspedes.**



COMUNIDAD VALENCIANA

ESPAÑA

Nuestro portfolio combina localizaciones estratégicas con un fuerte arraigo territorial, reflejando la diversidad y vitalidad del Mediterráneo que nos inspira. **Nuestra presencia territorial se caracteriza por:**

- **Diversidad de experiencias**, desde hoteles urbanos para el viajero de negocios hasta resorts vacacionales junto al mar.
- **Integración con el entorno**, con espacios que reflejan la identidad de cada destino.
- **Cercanía y sostenibilidad**, con equipos locales que garantizan una hospitalidad responsable y comprometida con la comunidad.

* Presencia en los principales destinos turísticos de la Comunidad Valenciana.

11	6
HOTELES	DESTINOS
1.900	+900
HABITACIONES	EMPLEADOS



PORT ALICANTE ****



PORT FIESTA PARK *** · BENIDORM



PORT BENIDORM *****



PORT VISTA ORO *** · BENIDORM



PORT EUROPA *** · CALPE



PORT DÉNIA ***



HOTEL HUERTO DEL CURA **** · ELCHE



PORT JARDÍN MILENIO **** · ELCHE



PORT ELCHE ****



PORT AZAFATA **** · VALENCIA



PORT FERIA **** · VALENCIA



CAPÍTULO 3

Resultados económicos y de gestión

Nuestros resultados



RESULTADOS ECONÓMICOS

Durante 2025, **Port Hotels** registró una **evolución positiva de sus resultados económicos**, consolidando el crecimiento iniciado en ejercicios anteriores. La cadena alcanzó una **facturación de 81 millones de euros**, frente a los **75 millones de euros obtenidos en 2024**, lo que supone un **incremento interanual del 8%**.

Los resultados obtenidos permiten a Port Hotels **afrentar los próximos ejercicios desde una posición financiera sólida**, reforzando su capacidad para abordar nuevos proyectos de inversión, avanzar en su estrategia de crecimiento sostenible y seguir desarrollando iniciativas orientadas a la eficiencia, la innovación y la creación de valor a largo plazo.

Este desempeño económico refleja la **solidez del modelo de gestión del grupo** y la adecuada ejecución de su plan estratégico, apoyada en la evolución favorable de la demanda, el refuerzo del canal directo, la optimización de procesos operativos y la mejora continua de la experiencia del cliente.



EVOLUCIÓN DE LA OCUPACIÓN Y DE LA TARIFA MEDIA

Durante 2025, **Port Hotels** registró una **evolución positiva de sus resultados económicos**, consolidando el crecimiento iniciado en ejercicios anteriores.

La cadena alcanzó una **facturación de 81 millones de euros**, frente a los **75 millones de euros obtenidos en 2024**, lo que supone un **incremento interanual del 8%**.

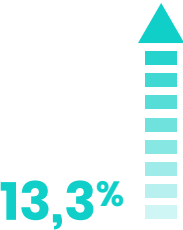
Los resultados obtenidos permiten a **Port Hotels** **afrentar los próximos ejercicios desde una posición finan-**

ciera sólida, reforzando su **capacidad para abordar nuevos proyectos de inversión**, avanzar en su **estrategia de crecimiento sostenible** y seguir desarrollando **iniciativas orientadas a la eficiencia, la innovación y la creación de valor a largo plazo**.

Este **desempeño económico** refleja la **solidez del modelo de gestión del grupo** y la adecuada ejecución de su **plan estratégico**, apoyada en la **evolución favorable de la demanda**, el **refuerzo del canal directo**, la **optimización de procesos operativos** y

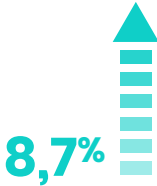
la **mejora continua de la experiencia del cliente**.

En este contexto, durante el ejercicio 2025, la **evolución de los principales indicadores operativos del grupo** muestra un **comportamiento positivo**, marcado por una **mejora significativa de la tarifa media** y una **ocupación estable**, a pesar de las **reformas del hotel Port Benidorm** durante varios meses del año.



TARIFA MEDIA DIARIA

La previsión de cierre refleja un **incremento del 13,3% en la tarifa media diaria (ADR)**, resultado de la **estrategia de optimización de precios**, el **reposicionamiento progresivo de determinados activos** y la **mejora de la propuesta de valor ofrecida al huésped**. Esta evolución se produce a pesar de **registrar una ligera disminución del 0,7% en la ocupación**, que responde principalmente a factores operativos y a la **no disponibilidad de parte del inventario** durante el ejercicio.



INGRESOS POR HABITACIONES

La combinación de ambos efectos se traduce en un **incremento del 8,7% en los ingresos por habitaciones**, lo que pone de manifiesto la **solidez del modelo de Port Hotels** y la **capacidad del grupo para priorizar el valor frente al volumen**, maximizando el **rendimiento del parque hotelero operativo**.



RESPECTO EJERCICIO ANTERIOR

En términos de **ingresos totales**, y nuevamente sin considerar la plena operatividad del Port Benidorm durante varios meses del ejercicio, la compañía cerró el año con un **aumento aproximado de 6 millones de euros**, lo que supone un **crecimiento del 8% respecto al ejercicio anterior**.

* Los resultados evidencian la resiliencia del modelo operativo de Port Hotels y la efectividad de las decisiones adoptadas en materia comercial y de gestión, consolidando una senda de crecimiento sostenible basada en la mejora del ingreso medio, la optimización de la demanda y la adaptación continua a las condiciones del entorno.

Distribución de ingresos por línea de negocio

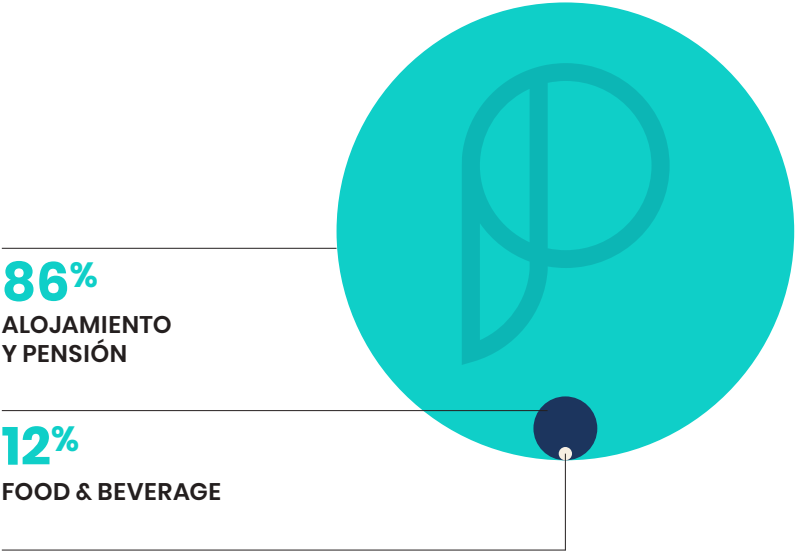
Port Hotels mantiene un modelo de negocio claramente orientado al alojamiento, que continúa siendo el principal motor de generación de ingresos del grupo, tanto por volumen como por estabilidad.

La **venta de habitaciones y los servicios de pensión** constituyen el eje económico sobre el que se articula la actividad operativa y se apoyan las distintas iniciativas de crecimiento y consolidación de la compañía.

Esta estructura de ingresos proporciona una base sólida y recurrente, permitiendo al grupo desarrollar de forma progresiva líneas complementarias que contribuyen a enriquecer la propuesta de valor y a mejorar la experiencia global del huésped.

La evolución del portfolio refleja una gestión equilibrada entre la consolidación del core business y el refuerzo de actividades con potencial de crecimiento, especialmente en el ámbito de Food & Beverage.

En conjunto, la estructura de ingresos refleja un modelo de negocio coherente y alineado con la estrategia del grupo, que prioriza el alojamiento como núcleo generador de valor, al tiempo que impulsa el crecimiento gradual de líneas complementarias con el objetivo de diversificar las fuentes de ingresos, reforzar la competitividad y sostener el crecimiento a medio y largo plazo.



86%
ALOJAMIENTO
Y PENSIÓN

12%
FOOD & BEVERAGE

2%
OTROS
*Ingresos procedentes de parkings,
alquileres y servicios complementarios
asociados a la actividad hotelera.

* Food & Beverage se consolida como la principal línea complementaria al alojamiento, apoyada en la mejora continua de los puntos de venta y en la ampliación de la oferta gastronómica, con una contribución creciente a la diferenciación de la marca y a la percepción de calidad por parte del huésped.

Inversión realizada

2,2 M €
INVERTIDOS EN MEJORA
CONTINUA DE LOS
ACTIVOS

En 2025, Port Hotels ha destinado cerca de **2,2 millones de euros a actuaciones de mejora continua en el conjunto de sus establecimientos.**

Este ejercicio ha estado orientado a la consolidación operativa y a la optimización del valor generado en el ciclo inversor anterior, priorizando intervenciones selectivas de alto impacto en la experiencia del cliente, la actualización de equipamientos y la mejora de la eficiencia.

Lejos de responder a una lógica coyuntural, la política de inversión del grupo se articula en el marco de una planificación plurianual estructurada en fases complementarias.

Tras un **ejercicio 2024** especialmente significativo, en el que se ejecutó una **inversión superior a 5 millones de euros** centrada en la renovación integral de habitaciones y en la modernización de distintos activos del grupo, 2025 ha representado una etapa de **consolidación estratégica**. Esta secuencia ha permitido estabilizar y maximizar el retorno de las inversiones realizadas, reforzar la coherencia del producto y asegurar la homogeneidad de los estándares de calidad en todos los establecimientos.

El grupo encara así **2026** con un nuevo impulso inversor, marcado por la **apertura del nuevo Port Benidorm** y por la

* 2025 ha representado una etapa de consolidación estratégica.

operación de **reposicionamiento del Port Vista Oro**, dos proyectos clave que consolidarán la evolución del portfolio y fortalecerán el posicionamiento competitivo de Port Hotels en destinos estratégicos, como en este caso es Benidorm.

De este modo, la inversión en Port Hotels responde a una visión de largo plazo basada en la disciplina en la asignación de capital, la mejora progresiva del producto y la creación sostenible de valor.





CAPÍTULO 4

Cientes y experiencias

Nuestros clientes

Durante el ejercicio 2025, Port Hotels alojó a un total de **1.259.589 clientes**, generando **610.247 room nights** en el conjunto de sus establecimientos. Este volumen de actividad refleja la solidez operativa del grupo y la consolidación de su posicionamiento en los destinos en los que opera.

La estructura de la demanda se configuró de manera diferenciada en función de la naturaleza de cada plaza.

Los establecimientos de **Valencia** reafirmaron su orientación urbana, con un peso significativo del segmento corporativo y del viajero de negocios, impulsado por la actividad empresarial y congresual de la ciudad.

En **Alicante**, la demanda presentó un perfil mixto, combinando actividad corporativa con escapadas urbanas y turismo vacacional.

Por su parte, **Benidorm, Calpe y Dénia** concentraron mayoritariamente demanda vacacional, especialmente familiar, en línea con su posicionamiento de sol y playa.

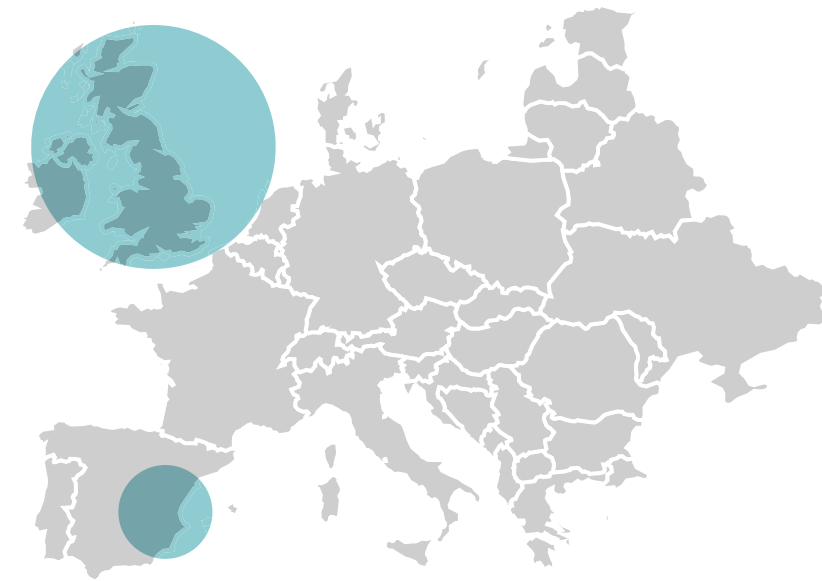
Elche mantuvo un perfil equilibrado, apoyado tanto en el tejido empresarial local como en su proximidad a enclaves turísticos.

PROCEDENCIA

En cuanto a la procedencia de los clientes, el **59% de la demanda fue internacional**, con el Reino Unido como principal mercado emisor extranjero, mientras que el **41% correspondió al mercado nacional**, con especial relevancia de la Comunidad Valenciana.



* La combinación de mercado internacional y nacional permite a Port Hotels mantener un modelo de demanda diversificado y alineado con la naturaleza vacacional de sus destinos.



Nivel de satisfacción

La satisfacción se monitoriza de forma continua mediante el seguimiento del **GRI (Global Review Index)**, que integra valoraciones de las principales plataformas de reputación online, complementado con evaluaciones internas y auditorías externas tipo Mystery Guest.

85,2
GRI MEDIO

EVOLUCIÓN DEL GRI POR ESTABLECIMIENTO (YTD 2025)

El GRI medio del grupo (YTD) se sitúa en **85,2**, lo que supone una mejora de **+0,5 puntos respecto a 2024**, consolidando la tendencia positiva del conjunto de establecimientos.

ESTABLECIMIENTO	OBJETIVO	GRI YTD 2025	CAMBIO YoY
HOTEL HUERTO DEL CURA	92,1	91,0	+1,5
HOTEL PORT JARDÍN MILENIO	88,5	89,4	+1,7
HOTEL PORT ALICANTE	89,0	88,6	+0,8
HOTEL PORT ELCHE	89,0	87,7	-0,3
HOTEL PORT BENIDORM	87,5	85,8	-1,6
HOTEL PORT DENIA	86,5	84,6	-0,5
HOTEL PORT EUROPA	83,5	83,5	+1,0
HOTEL PORT FERIA DE VALENCIA	83,0	82,9	+1,4
HOTEL PORT AZAFATA VALENCIA	83,0	82,6	+2,2
HOTEL PORT VISTA ORO	83,0	82,6	+1,7
HOTEL PORT FIESTA PARK	83,0	78,1	-2,6
PORT HOTELS (GLOBAL)	86,0	85,2	+0,5



* Una evolución estable y positiva en un entorno exigente.

Los mejores desempeños del ejercicio corresponden al **Hotel Huerto del Cura (91,0)**, al **Hotel Port Jardín Milenio (89,4)** y al **Hotel Port Alicante City & Beach (88,6)**, que lideran el posicionamiento reputacional del grupo.

En términos de **evolución interanual**, destacan especialmente las **mejoras registradas en el Hotel Port Azafata Valencia (+2,2)**, el **Hotel Port Jardín Milenio (+1,7)** y el **Hotel Port Vista Oro (+1,7)**.

Por el contrario, los principales focos de atención se concentran en el **Hotel Port Fiesta Park (-2,6)** y el **Hotel Port Benidorm Hotel & Spa (-1,6)**, donde se han priorizado medidas específicas de mejora operativa.

Servicios de restauración

La oferta gastronómica de Port Hotels constituye un elemento esencial dentro de la experiencia global del cliente, acompañando a un elevado volumen de personas a lo largo del año y formando parte de los distintos momentos de consumo y disfrute durante la estancia, tanto en propuestas integradas en el alojamiento como en servicios complementarios.



* Los servicios de restauración se consolidan como una palanca fundamental para la creación de experiencias completas.

La oferta gastronómica de Port Hotels se articula en torno a una **amplia variedad de platos y bebidas adaptados a los distintos momentos del día y perfiles de huésped.**

Esta propuesta se ajusta al posicionamiento y tipología de cada establecimiento — vacacional o urbano — y se integra de forma coherente en los **diferentes regímenes de estancia**, contribuyendo a reforzar la **experiencia global del cliente.**

Las galas y celebraciones en fechas señaladas, como Nochevieja o San Valentín, ocupan también un papel destacado, al tratarse de **experiencias diseñadas para acoger a un elevado número de asistentes** con propuestas cuidadas tanto en lo gastronómico como en su puesta

en escena. La calidad del servicio se sustenta en la **profesionalidad del equipo de Food & Beverage** y en la **coordinación con otras áreas operativas**, lo que permite consolidar la restauración como línea estratégica dentro del conjunto de servicios ofrecidos por Port Hotels.

En conjunto, los servicios de restauración se consolidan como una palanca fundamental para la creación de experiencias completas, combinando volumen de servicio, calidad gastronómica, adaptación al producto y al régimen de estancia, y el compromiso de los equipos que hacen posible una experiencia diferencial para el huésped.



LA TERRASSE ROOFTOP
(HOTEL PORT BENIDORM)



BOGA SKY BAR
(HOTEL PORT ALICANTE)



MOLA FOODTRUCK
(HOTEL PORT ALICANTE)



VERANDA GARDEN BAR
(HOTEL HUERTO DEL CURA)



RESTAURANTE ELS CAPELLANS
(HOTEL HUERTO DEL CURA)



RESTAURANTE LA TAULA
(HOTEL PORT JARDÍN MILENIO)



RESTAURANTE PORT ELCHE
(HOTEL PORT ELCHE)



RESTAURANTE CEL I MAR
(HOTEL PORT AZAFATA)



RESTAURANTE CEL I TERRA
(HOTEL PORT FERIA)

Eventos

- * La evolución registrada durante el ejercicio confirma el papel de los eventos como una palanca relevante para la creación de experiencias, la diversificación de la actividad y el refuerzo del posicionamiento de Port Hotels como un grupo capaz de ofrecer espacios versátiles y experiencias completas en sus destinos.



La tipología de los eventos celebrados a lo largo del año es muy diversa:

- Encuentros corporativos
- Reuniones profesionales
- Celebraciones sociales
- Eventos privados
- Actos vinculados a la actividad cultural y social de los destinos.

Esta variedad pone de manifiesto la **versatilidad de los espacios disponibles en los hoteles del grupo** y su capacidad para adaptarse a distintos formatos, públicos y necesidades.

Desde el punto de vista experiencial, los eventos actúan como un **elemento diferenciador**, al permitir ofrecer **propuestas personalizadas y momentos memorables** que fortalecen el vínculo con los asistentes y mejoran la percepción de la marca Port Hotels.

Al mismo tiempo, esta actividad genera **sinergias con otras áreas operativas**, especialmente Food & Beverage, ampliando las oportunidades de interacción y consumo dentro de los hoteles.

En conjunto, la actividad de eventos desempeña un **papel clave en la dinamización de los hoteles**, contribuyendo a generar **entornos vivos y activos** que enriquecen la experiencia del huésped más allá de la estancia tradicional.

Asimismo, refuerza el **posicionamiento de los establecimientos** como **espacios de encuentro y relación**, integrados en la vida social y económica de su entorno.

1.216
EVENTOS

35.530
PERSONAS

Durante el ejercicio, los hoteles del grupo Port Hotels registraron una actividad significativa en el ámbito de eventos, acogiendo un total de 1.216 eventos y una asistencia global de 35.530 personas.

Estos datos reflejan la **consolidación de los eventos como una dimensión relevante dentro de la experiencia ofrecida por el grupo**, tanto a huéspedes alojados como a clientes externos y público local.





CAPÍTULO 5

Compromiso con las personas

Empleo



Durante el ejercicio, la **media de personas empleadas en el grupo se situó en 890 trabajadores**, alcanzando un **pico máximo de 1.029 personas contratadas** en los períodos de mayor actividad.

La composición de la plantilla refleja un **equilibrio progresivo en términos de diversidad**, con un **51,34% de mujeres** en el conjunto del grupo.

Al cierre del año, el **97% de la plantilla contaba con contrato indefinido**, reflejo de la apuesta de la compañía por la **estabilidad y la continuidad del talento**.

En línea con la evolución del negocio y la profesionalización de la estructura organizativa, a lo largo del año se han creado **nuevos puestos de trabajo orientados a reforzar áreas estratégicas**, mejorar la **eficiencia operativa** y la **experiencia del huésped**. Apostamos por la **estabilidad laboral** y la **creación de oportunidades**

profesionales en un entorno de **crecimiento sostenible**.

Asimismo, Port Hotels impulsa la **captación y el desarrollo de talento joven** a través de colaboraciones con centros formativos especializados, reforzando la **promoción interna** y el **crecimiento profesional** dentro de la organización.

Durante el ejercicio, la compañía ha registrado una **media de 9,2 horas de formación por trabajador**, consolidando su compromiso con la **capacitación continua** y el **desarrollo de competencias** en todos los niveles del grupo.

En conjunto, la evolución del empleo durante el ejercicio refleja el **compromiso de Port Hotels con las personas como eje fundamental de su proyecto empresarial**, apostando por **estructuras sólidas, equipos cualificados y oportunidades de desarrollo a largo plazo**.

- * Apostamos por la estabilidad laboral y la creación de oportunidades profesionales en un entorno de crecimiento sostenible.

890

TRABAJADORES

1.029

PERSONAS EN PERÍODOS DE ACTIVIDAD

97%

CONTRATOS INDEFINIDOS

51.34%

MUJERES EN PLANTILLA

9,2 h.

FORMACIÓN POR TRABAJADOR

Empresas colaboradoras



A través de una **red de colaboradores y proveedores en Benidorm, Dénia, Calpe, Elche, Alicante y València**, la cadena **contribuye al mantenimiento y creación de puestos de trabajo** en sectores como alimentación, lavandería, mantenimiento, limpieza, jardinería, tecnología, reformas y servicios logísticos.

La política de compras prioriza el **compromiso con el territorio: 80 % de proveedores de la Comunidad Valenciana y 20 % de ámbito nacional**, favoreciendo el comercio de proximidad y la trazabilidad.

Gracias a la **demandas de bienes y servicios**, los proveedores vinculados a Port Hotels **sostienen cada año decenas de puestos de trabajo adicionales**, contribuyendo al **desarrollo económico de los destinos y fortaleciendo el ecosistema turístico local**.

- * La actividad de Port Hotels **impulsa empleo directo en sus establecimientos**, y **ejerce un efecto tractor sobre el tejido empresarial de los destinos donde opera**.



DISTRIBUCIÓN TERRITORIAL DE PROVEEDORES

80% / 20%

LOCALES (C.VALENCIANA)

NACIONALES

- * **Compromiso:** Seguir ampliando alianzas con proveedores cercanos, impulsar prácticas responsables y medir con mayor precisión este impacto indirecto en futuras memorias.

Desarrollo profesional

- * El desarrollo profesional, la igualdad de oportunidades y el bienestar de las personas constituyen ejes fundamentales del modelo de gestión.



PROMOCIÓN INTERNA

Las oportunidades de empleo se ofrecen primero a la plantilla, fomentando **movilidad interna, crecimiento profesional y retención del talento**.



FORMACIÓN

Durante 2025, **la inversión en formación superó los 90.000 euros**, rebasando el crédito disponible a través de FUNDAE, y se tradujo en una **media diaria de personas en formación**, reforzando competencias y desarrollo profesional.



BIENESTAR

Se amplió la **red de espacios cardioprottegidos** en los hoteles y se implantó el **"Family Day"**, con **350 asistentes** en su primera edición. Se realizaron **encuestas de clima laboral** para definir medidas de mejora, y se **mejoraron los comedores de personal**, incluyendo instalaciones y calidad de los menús.



* Compromiso:

Estas iniciativas reflejan el compromiso con la igualdad de oportunidades, el desarrollo profesional y el bienestar integral de las personas de la organización.



CAPÍTULO 6

Sostenibilidad y responsabilidad social

Guests of the Planet

Guests of the Planet constituye el marco estratégico que articula el compromiso ambiental y social de Port Hotels. Bajo esta iniciativa, el grupo integra criterios de sostenibilidad en la gestión diaria de sus establecimientos, en los procesos de toma de decisiones y en la relación con todos sus grupos de interés, promoviendo un modelo de hospitalidad que equilibra viabilidad económica, respeto al entorno y bienestar social.

El programa se aplica en el conjunto de los **11 establecimientos** de la cadena y se concibe como un eje transversal plenamente integrado en la estrategia corporativa y en la cultura organizativa.

SEIS ÁMBITOS DE ACTUACIÓN

Guests of the Planet se estructura en torno a seis ámbitos prioritarios de actuación.

A través de estos ejes, Port Hotels impulsa un modelo de crecimiento responsable y orientado al largo plazo, reforzando su capacidad para generar valor económico, social y ambiental en los destinos donde opera.



**EFICIENCIA ENERGÉTICA
Y REDUCCIÓN DE EMISIONES**



**GESTIÓN RESPONSABLE
DEL AGUA**



**REDUCCIÓN PROGRESIVA
DE PLÁSTICOS DE UN SOLO
USO**



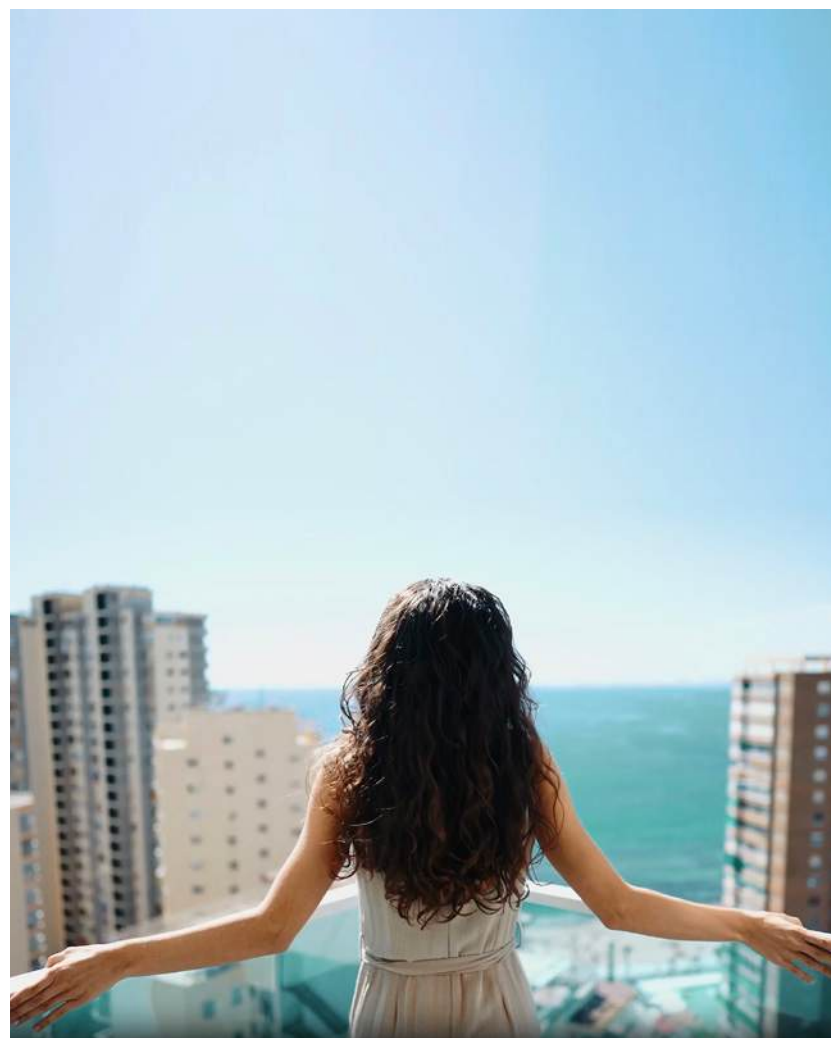
**ECONOMÍA CIRCULAR
Y GESTIÓN DE RESIDUOS**



**RESTAURACIÓN SOSTENIBLE
Y OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS**



**COMPROMISO SOCIAL
E INTEGRACIÓN CON EL
ENTORNO LOCAL**



* En Port Hotels entendemos que nuestro paso por la tierra debe ser positivo: somos un huésped más en el planeta que nos acoge.

ALINEADOS CON LA AGENDA 2030

En coherencia con este enfoque, la estrategia de sostenibilidad del grupo se alinea con la **Agenda 2030 de Naciones Unidas**, contribuyendo de forma prioritaria a los Objetivos de Desarrollo Sostenible:

- **ODS 7** – Energía asequible y no contaminante
- **OD** – Trabajo decente y crecimiento económico
- **ODS 12** – Producción y consumo responsables
- **ODS 13** – Acción por el clima



Acciones sociales



- * Impulsamos diversas acciones orientadas a la inclusión, la solidaridad y el desarrollo local.

TURISMO INCLUSIVO: INICIATIVA AUTISM FRIENDLY

En 2025, Port Hotels implementó el programa Autism Friendly, convirtiéndose en la primera cadena hotelera de la Comunidad Valenciana en adaptar uno de sus establecimientos a personas con Trastorno del Espectro Autista (TEA).

El proyecto incluyó formación específica al personal, adaptación de entornos sensoriales, señalética simplificada y protocolos de atención personalizados, garantizando una experiencia más segura y comprensible para los huéspedes y sus familias.

Esta iniciativa consolida la apuesta del grupo por un modelo de turismo accesible, inclusivo y centrado en las personas.

COLABORACIONES CON ENTIDADES SOCIALES

Durante 2025, Port Hotels reforzó su colaboración con organizaciones como Cáritas y ASPANION, participando en campañas solidarias y acciones de apoyo a colectivos vulnerables, promoviendo igualdad, salud y bienestar en las comunidades donde opera.

Consumo responsable



El grupo integra el control y seguimiento de consumos como parte estructural de su estrategia de sostenibilidad, aplicando un sistema homogéneo de medición en el conjunto de sus 11 establecimientos.

- * La eficiencia en el uso de los recursos constituye uno de los pilares operativos del modelo de Port Hotels.

CONSUMO ENERGÉTICO Y RECURSOS HÍDRICOS

Durante 2025, el consumo energético total (electricidad y gas) ascendió a 19.148.787 kWh.

12.018.912 kWh
ELECTRICIDAD

7.129.875 kWh
GAS

Sobre un total de 1.259.589 estancias, estos consumos se tradujeron en una intensidad energética media de 15,20 kWh por estancia, indicador que permite evaluar la eficiencia operativa en relación con el nivel de actividad.

En materia de recursos hídricos, el consumo agregado alcanzó los 327.880 m³, equivalente a una intensidad aproximada de 0,26 m³ por estancia.

La evolución de estos indicadores refleja una gestión controlada y orientada a la optimización continua, permitiendo identificar oportunidades de mejora e integrar criterios de eficiencia energética e hídrica en las decisiones operativas y de inversión del grupo.

1.259.589
ESTANCIAS

15,20 kWh
INTENSIDAD ENERGÉTICA MEDIA

327.880 m³
RECURSOS HÍDRICOS
*0,26 m³ por estancia

Desperdicio alimentario

Port Hotels puso en marcha un **proyecto piloto en el hotel Port Europa** orientado a la **medición y reducción del desperdicio alimentario**, anticipándose al **nuevo marco normativo estatal**.

Tras establecer una **línea base de 136 gramos por cubierto**, las medidas implantadas permitieron **alcanzar una reducción del 64%**, situando el desperdicio en **49g. por cubierto** y disminuyendo el volumen diario en un **6%**.

A la vista de los resultados obtenidos, el **modelo se encuentra en proceso de implantación progresiva en el resto de establecimientos durante 2026**, consolidando una **política común de eficiencia y uso responsable de los recursos en el área de restauración**.



* Objetivo 2026:

Integrar plenamente en todos los establecimientos este sistema de control y reducción del desperdicio alimentario, consolidando una política común de lucha contra el desperdicio alimentario en el conjunto de la organización.



Promoción de la cultura local

* La relación de Port Hotels con los destinos donde está presente trasciende la gestión hotelera.

Concebimos la **hospitalidad como una forma de integración con el entorno**, basada en el **respeto por la identidad cultural y la generación de valor compartido con las comunidades locales**.

Cada establecimiento refleja la **esencia del territorio que lo acoge**, incorporando la **tradición mediterránea en su propuesta gastronómica** y participando activamente en la **vida social, cultural y deportiva de cada ciudad**.

En **Elche, Benidorm, Calpe, València y Alicante**, Port Hotels colabora con iniciativas y eventos que contribuyen a **preservar y dinamizar el patrimonio, el paisaje y la cultura local**.

Asimismo, sus **proyectos gastronómicos** —como **Els Capellans, La Taula, Cel & Mar, Cel & Terra, La Terrasse o Boga Sky Bar**— actúan como **embajadores de la cocina mediterránea y de los productos autóctonos**.

Port Hotels reafirma así su **compromiso con un modelo de desarrollo sostenible vinculado al territorio**, entendiendo que el **crecimiento empresarial debe ir de la mano del fortalecimiento cultural y social de los destinos** que forman parte de su identidad.





CAPÍTULO 7

Innovación y futuro

Principales proyectos de innovación

* Propósito:

Elevar de forma sostenida la eficiencia operativa y liberar a los equipos de tareas rutinarias y de bajo valor, concentrando su tiempo en funciones de mayor impacto y mejor desempeño.

- * La compañía afronta los próximos años con una agenda clara: completar la digitalización integral de las operaciones, integrar de forma sistemática el uso de IA y avanzar en la robotización de procesos.

PROYECTO GALILEO

Se ha **automatizado el proceso de actualización de inventario** desde el sistema de gestión hacia los canales de venta, eliminando múltiples horas diarias de carga manual en el área comercial y optimizando la precisión de la distribución.



PROYECTO RMS

Se está incorporando un **sistema de Revenue Management** que optimiza procesos y reduce tareas mecánicas, aportando un **modelo de decisión más robusto y eficiente**.



INTEGRACIÓN DE HERRAMIENTAS AVANZADAS

ChatGPT y Copilot se han incorporado como herramientas de soporte para puestos clave, impulsando la **automatización de tareas de análisis, redacción y gestión operativa**.



CAMBIO DE ERP

En 2025 se realizó la **migración a Microsoft Dynamics**, digitalizando procesos financieros, administrativos y de compras, y mejorando la **trazabilidad y la eficiencia global**.



FORMACIÓN EN IA

Se ha implementado un **programa de formación tecnológica** para incrementar la adopción de IA en la centra; en 2026 se trasladará esta formación a los hoteles.



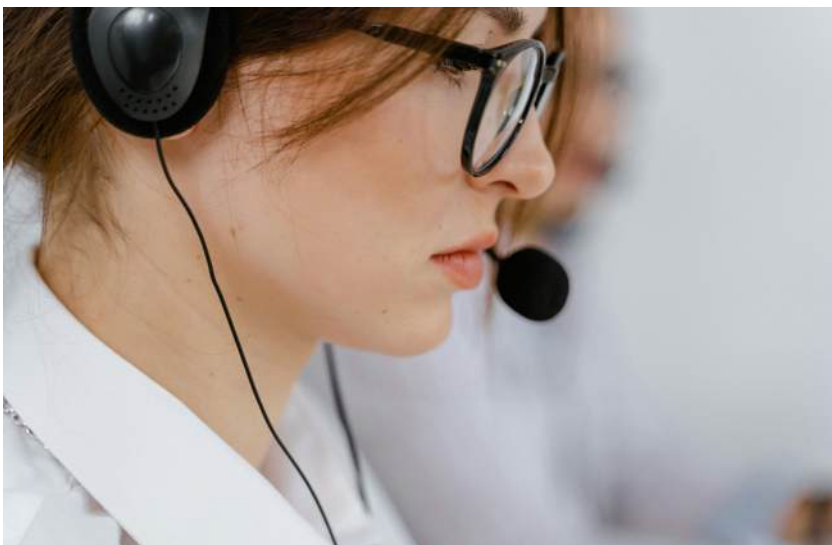
ROBOTIZACIÓN DE PROCESOS

Se inició un **proyecto de automatización de flujos de trabajo mediante robots de software**, con el objetivo de **reducir tiempos, minimizar errores y mejorar la eficiencia operativa**; el proyecto está en fase inicial con resultados progresivos previstos.



CAMBIO DE CENTRALITA

Integración de un **sistema de centralita actualizado** que mejora la **gestión de llamadas, la coordinación interna y el servicio al cliente**.



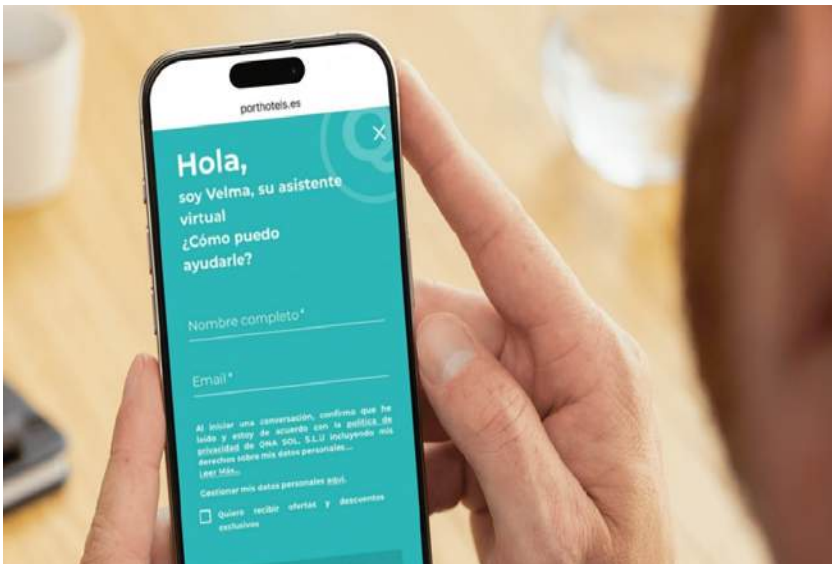
SISTEMA DE CENTRALIZACIÓN DE CONTENIDOS.

Implementación de una **plataforma que unifica y estandariza la información de todas las propiedades**, acelerando la actualización de parámetros operativos.



CHATBOT WEB

Incorporación de un **chatbot asistido por IA** en la web corporativa para **resolver dudas del cliente y a facilitar la conversión en la venta de estancias**.



NUEVO DASHBOARD DE CONTROL DE DIRECTORES DE HOTEL

Se diseñó una **plataforma de seguimiento unificada**, para mejorar la **visibilidad operativa, la toma de decisiones y el control sobre los principales indicadores de gestión** en cada establecimiento.



IMPLEMENTACIÓN DE NUEVAS FORMAS DE PAGO EN EL CANAL DIRECTO

Se incorporaron **PayPal, Google Pay, Apple Pay, Scalapay y American Express**, ampliando las opciones ya existentes (Visa, MasterCard y Bizum), mejorando la **conversión y accesibilidad para distintos perfiles de usuario**.



Perspectivas y objetivos 2026

* 2026: un año clave de consolidación, transformación y proyección de futuro.



El grupo **afrenta este nuevo ciclo con una visión estratégica clara** y un **firme compromiso con la creación de valor a largo plazo**, entendida desde una perspectiva integral: **satisfacción del cliente, desarrollo de las personas, rentabilidad sostenible del negocio y contribución positiva a los destinos donde opera.**

Su **hoja de ruta para 2026** se apoya en la **mejora continua, la innovación responsable** y el **refuerzo de una identidad de marca sólida y reconocible**, que permita seguir **posicionando a Port Hotels como grupo hotelero de referencia.**

CRECIMIENTO Y CONSOLIDACIÓN DE LA MARCA

La **apertura de Port Benidorm** constituirá uno de los **principales hitos estratégicos del año**, resultado de una **reforma integral** que transforma el establecimiento en un **proyecto emblemático para la ciudad.**

La intervención ha permitido **ampliar su capacidad de 288 a 411 habitaciones**, así como incorporar **nuevos servicios orientados a enriquecer la experiencia del cliente y diversificar la propuesta de valor.**
El hotel nace con la **vocación de convertirse en un nuevo icono para el destino**, reflejando los **estándares de calidad, diseño y servicio de Port Hotels.**

En paralelo, 2026 marcará el **lanzamiento de The Iconic by Port Hotels**, un **concepto estratégico de posicionamiento premium.** Ubicado en la parte más elevada de Port Benidorm, este **club exclusivo** contará con **20 habitaciones y un modelo de servicio diferencial**, orientado a **clientes que priorizan la singularidad, el confort superior y la atención personalizada.**

MEJORA CONTINUA DE LOS ACTIVOS

La **reforma integral de Port Vista Oro** representa uno de los **proyectos más relevantes del ejercicio** y refleja la **apuesta del grupo por la actualización constante de sus activos.**
El proyecto incorpora una **evolución conceptual orientada a optimizar la experiencia del cliente y reforzar la eficiencia operativa.**

La **modernización continua de la planta hotelera** responde a una **convicción estratégica: una oferta actualizada, sostenible y competitiva** es clave para **impulsar destinos más atractivos y generar valor económico y social a largo plazo.**

SOSTENIBILIDAD COMO EJE ESTRATÉGICO

La **sostenibilidad** continuará siendo un **pilar fundamental de la estrategia del grupo.** En 2026 se **reforzará la iniciativa Guests of the Planet**, integrándola de forma transversal en la operativa y en los procesos de decisión, avanzando hacia un **modelo turístico más responsable.**

FOOD & BEVERAGE COMO PALANCA DE DIFERENCIACIÓN

El área de **Food & Beverage** seguirá consolidándose como **eje estratégico de diferenciación**, reforzando la **calidad del producto** y el **desarrollo de puntos de venta con posicionamiento aspiracional**, capaces de **generar valor para el cliente alojado y para el público local.**

LAS PERSONAS, MOTOR DEL PROYECTO

Las **personas** continuarán ocupando un **lugar central** en la estrategia de Port Hotels. Durante 2026 se impulsarán **programas de formación y desarrollo orientados al fortalecimiento de competencias técnicas y de liderazgo**, consolidando una **cultura organizativa alineada con los valores de la compañía.**

VISIÓN A LARGO PLAZO

En conjunto, 2026 se configura como un año orientado a **reforzar los pilares del proyecto Port Hotels**, consolidando un **modelo de crecimiento sólido, rentable y comprometido con las personas, los destinos y la excelencia en la experiencia del cliente.**





CAPÍTULO 8

Anexos

Reconocimientos, premios y certificaciones

Los premios, certificados y reconocimientos recibidos refuerzan la coherencia del modelo de Port Hotels: una hospitalidad mediterránea que combina calidad de servicio, innovación y un compromiso social y ambiental tangible en todos sus destinos.



PREMIO EMPRESARIAL JOAQUÍN ROCAMORA

El presidente de la compañía, Toni Mayor, fue distinguido con el Premio Empresarial Joaquín Rocamora en reconocimiento a su trayectoria y liderazgo en la industria turística de la Costa Blanca.



TUI GLOBAL HOTEL AWARD 2025

Port Benidorm Hotel & Spa obtuvo el TUI Global Hotel Award 2025, un galardón basado en las valoraciones de los huéspedes que acredita estándares sobresalientes de calidad y servicio.



TRIPADVISOR TRAVELER'S CHOICE AWARDS 2025

Los puntos de venta BOGA Sky Bar, La Terrasse y Els Capellans fueron incluidos en los TripAdvisor Travelers' Choice Awards 2025, situándose en el top 10% mundial según miles de opiniones de viajeros y consolidando el posicionamiento gastronómico y experiencial de la marca.

* En 2025, Port Hotels ha recibido distintos reconocimientos que avalan su excelencia operativa, su apuesta por la innovación y su compromiso con la sostenibilidad.



BOOKING TRAVELLER REVIEW AWARDS 2025

Port Hotels ha sido reconocida en los **Booking Traveller Review Awards**, uno de los distintivos internacionales más relevantes en el ámbito hotelero, basado en las valoraciones verificadas de los propios huéspedes.

Cuatro establecimientos de la cadena han recibido este reconocimiento: **Hotel Port Alicante, Hotel Port Azafata, Hotel Port Europa y Hotel Port Feria.**

Estos premios ponen en valor la consistencia en la calidad del servicio, la satisfacción del cliente y el compromiso diario de los equipos con la excelencia operativa, reforzando el posicionamiento de Port Hotels como marca de referencia en sus destinos.



HOLIDAYCHECK AWARD 2025

Reconocimiento otorgado a los establecimientos mejor valorados por los viajeros en el mercado centroeuropeo, a partir de opiniones verificadas y altos índices de recomendación.

En esta edición, han sido distinguidos **Hotel Port Alicante y Hotel Port Elche**, reflejo del elevado nivel de satisfacción de los huéspedes y de la consistencia en la calidad del servicio ofrecido.

Este galardón refuerza el posicionamiento internacional de la cadena en mercados clave y consolida la reputación de sus establecimientos en el ámbito vacacional y urbano.



AUTISM FRIENDLY

En materia de certificaciones, el Hotel Port Azafata fue reconocido como Autism Friendly, primera certificación de accesibilidad cognitiva para personas con TEA en un hotel de la Comunidad Valenciana, tras un proceso que incluyó formación específica de la plantilla, señalética con pictogramas y protocolos personalizados de atención.



CERTIFICACIÓN BIOSCORE

La cadena renovó la Certificación Bioscore en todos sus establecimientos, que acredita estándares alineados con el GSTC en eficiencia energética, gestión de agua y residuos, reducción de plásticos y compras de proximidad, incorporando en 2025 el cálculo de huella hídrica como mejora relevante.

GLOSARIO

Guests of the Planet:

Programa corporativo de sostenibilidad de Port Hotels que impulsa el turismo consciente y la gestión responsable de los recursos.

Quicktext / Velma:

Asistente virtual basado en Inteligencia Artificial que mejora la atención al cliente y la experiencia de reserva.

Scalapay:

Sistema de pago digital que permite fraccionar el importe de la reserva sin intereses.

Bizum:

Plataforma de pago instantáneo que permite realizar transacciones rápidas y seguras desde el móvil.

Port Cuisine: Colección gastronómica de Port Hotels que agrupa sus principales conceptos de restauración.

Port Shapers:

Club de fidelización de Port Hotels con ventajas exclusivas para huéspedes recurrentes.

Giata Drive:

Plataforma que garantiza la transparencia y actualización de la información visual y descriptiva de los hoteles.

Hoteligy:

Compañía tecnológica asociada a Port Hotels para el desarrollo de soluciones digitales aplicadas a la experiencia del huésped.

ONA SOL S.L.U.

B03495116
Calle Estocolmo, 4
03503 Benidorm (Alicante)
+34 965 853 232
porthotels@porthotels.es
www.porthotels.es

Redacción y coordinación:

Departamento de Comunicación de Port Hotels

Colaboración:

Comité Directivo, Dirección de Operaciones, Comercial, Revenue, Compras y Recursos Humanos

Diseño y maquetación:

dostintas.es

Fotografía:

Archivo Port Hotels Edición: 2025

BIBLIOGRAFÍA

- HOSBEC** – Informe anual de ocupación hotelera Comunidad Valenciana 2024 y primer semestre 2025 (<https://hosbec.com/la-comunidad-valenciana-supera-los-desafios-de-2024-yafronta-2025-con-optimismo-turistico>).
- HOSBEC** – Informe de balance turístico 2024 y datos de ocupación Benidorm (<https://hosbec.com/%f0%9f%91%91-benidorm-reina-en-la-ocupacionhotelera-de-la-comunidad-valenciana-con-un-agosto-mejor-que-el-del-ano2024/>).
- HOSBEC** – Informe de empleo hotelero y pernотaciones 2025 (primer semestre) (<https://hosbec.com/el-empleo-en-los-hoteles-de-la-comunitat-valencianacrece-un-44-durante-el-prim-semestre-de-2025/>).
- Turisme Comunitat Valenciana / Visit València** – Datos de ocupación y procedencia de turistas 2024 (<https://www.visitvalencia.com/es/observatorio-turistico-valencia>).
- Ajuntament d’Elx** – Informe anual de ocupación hotelera 2024 (<https://www.elche.es/2025/01/la-ocupacion-hotelera-en-elche-roza-el-85-de-media-durante-2024/>).
- Alicante Plaza / Observatorio Turístico de Elche** – Datos de septiembre 2024 (<https://alicanteplaza.es/la-tasa-de-ocupacion-hotelera-en-elche-en-septiembre-sube-a-casi-el-90-16-puntos-mas-que-en-2024>).
- Ajuntament de Calp** – Datos oficiales de ocupación turística 2024 (<https://www.calpe.es/es/articulo/calp-registra-cifras-historicas-deocupacion-turistica-en-junio-julio-y-agosto>).
- Ajuntament de Dénia / Turisme Dénia** – Balance de temporada turística 2024 (<https://denia.net/balance-temporada-turistica-2024-denia>).

