vinetur

# ILUNION Hotels eleva su facturación a 214,35 millones tras reforzar su expansión responsable

La cadena cerró 2025 con 32 hoteles, 82,4% de ocupación y su primer proyecto en Portugal

lunes 29 de junio de 2026



ILUNION Hotels ha presentado su Informe de Sostenibilidad 2025 después de cerrar el ejercicio con una facturación récord de 214,35 millones de euros, un EBITDA de 51,8 millones y una rentabilidad del 24,2%. La compañía, integrada en el grupo empresarial ILUNION y perteneciente al Grupo Social ONCE, sitúa estos resultados como la base de su nuevo Plan Estratégico 2026-2029.

La hotelera terminó 2025 con 32 establecimientos en 15 destinos de España, una ocupación del 82,4%, más de 2,8 millones de clientes y una inversión de 19 millones de euros. Esa cantidad, equivalente al 10% de la facturación del año anterior, se destinó a mejoras en espacios, sostenibilidad, accesibilidad, tecnología y producto.

Beatriz Miguel, directora general de ILUNION Hotels, afirma que el crecimiento de la compañía no se limita a aumentar su red o sus resultados. En su valoración, el objetivo pasa por generar oportunidades reales, impulsar el talento y tener un impacto positivo en la vida de las personas.

Uno de los elementos centrales del ejercicio ha sido el reconocimiento recibido por la empresa en materia de gestión. ILUNION Hotels se convirtió en 2025 en la primera hotelera del mundo en obtener el EFQM Global Award. A ese reconocimiento se añaden el sello EFQM +700 y la certificación ISO 56001 de su sistema de gestión de la innovación.

La compañía también subraya su pertenencia a la comunidad B Corp, la certificación global en Accesibilidad Universal en todos sus establecimientos y la obtención del sello BREEAM en toda su cartera de hoteles. Para la empresa, estos avances refuerzan un modelo basado en inclusión, accesibilidad, sostenibilidad e innovación.

En el plano laboral, ILUNION Hotels cerró 2025 con una plantilla media de 2.000 profesionales. De ellos, el 57,3% son personas con discapacidad o pertenecen a colectivos de difícil inclusión laboral. En sus 15 Centros Especiales de Empleo, ese porcentaje supera el 70%, según informa la compañía.

La gestión de personas ocupa un lugar central en la estrategia del grupo. Entre las novedades del año figura la consolidación del DEIB Coach, una figura que, según explica ILUNION Hotels, profesionaliza la escucha activa dentro de los hoteles y

acompaña a los equipos desde la diversidad, la equidad, la inclusión y la pertenencia.

La expansión también marcó el ejercicio. Durante 2025, la cadena incorporó ILUNION Palmanova Mallorca, con lo que entró en ese destino, y firmó su primer proyecto en Portugal. Ese movimiento supone el inicio de su expansión internacional dentro de una hoja de ruta que la empresa define como crecimiento responsable.

Elena Martín Cuesta, directora de Sostenibilidad y Excelencia de ILUNION Hotels, sostiene que la intención de la compañía es crecer dentro y fuera de España sin alterar su modelo, con las personas en el centro y con el propósito de llevar esa propuesta a nuevos destinos.

En materia ambiental, la empresa sitúa entre los avances del año la certificación BREEAM de todos sus establecimientos. A ello añade mejoras en la monitorización de consumos, la gestión del agua, el impulso de la economía circular y la reducción del desperdicio alimentario.

La hoja de ruta climática de ILUNION Hotels fija una reducción del 20% de sus emisiones para 2027, del 42% para 2030 y la neutralidad de carbono en 2040. La compañía vincula estos objetivos a su estrategia de descarbonización y a una gestión más eficiente de sus edificios.

La innovación fue otro de los ejes del ejercicio. En 2025, la hotelera consolidó su sistema de gestión de la innovación con la certificación conforme a la norma ISO 56001 y desplegó BrillIAnt, su plan para ordenar la adopción de inteligencia artificial al servicio de las personas.

Con estos resultados, ILUNION Hotels abre una nueva etapa apoyada en su plan para 2026-2029, con el que busca reforzar su impacto social, su operativa, su compromiso ambiental y su capacidad de innovación. La empresa enmarca esa evolución en un modelo que aspira a ganar presencia dentro y fuera de España sin modificar su orientación hacia la inclusión, la accesibilidad y la sostenibilidad.