

Hesperia avanza en el relanzamiento de su marca con las renovaciones de Hesperia Córdoba y Hesperia Mallorca

- Los proyectos se enmarcan en el plan de inversiones de 20 millones de euros anunciado por el grupo para reforzar su marca propia con hoteles renovados y experiencias singulares.
- La remodelación de Hesperia Córdoba ha actualizado habitaciones y espacios comunes para mejorar el confort, la funcionalidad y la experiencia del huésped, reforzando la conexión del hotel con la identidad de Córdoba.
- Hesperia Mallorca, por su parte, recupera la auténtica esencia mediterránea, reinterpretando el espíritu de la isla de los años 60 y 70 a través del diseño, la gastronomía y la experiencia del huésped.



Accede a más imágenes [aquí](#)

Barcelona, 22 de enero de 2026 – Hesperia World continúa avanzando en su plan de relanzamiento de la marca Hesperia, y anuncia en FITUR las renovaciones de los hoteles **Hesperia Córdoba** y **Hesperia Mallorca**, dos actuaciones que refuerzan la apuesta del grupo por dotar de mayor protagonismo a su marca propia a través de hoteles renovados, con proyectos singulares y una fuerte conexión con cada destino.

Las renovaciones de Hesperia Córdoba y Hesperia Mallorca se enmarcan en el ambicioso plan de inversiones anunciado por el grupo y que contempla una dotación global de **20 millones de euros** destinada a la renovación completa o parcial de la mayoría de los hoteles comercializados bajo la marca Hesperia. Un plan estratégico con el que el grupo busca reposicionar su marca propia y dotar a cada hotel de una personalidad única, coherente con la filosofía **Hesperencial**.

*“El relanzamiento de Hesperia es una apuesta firme por volver a poner la marca en el centro, con hoteles capaces de emocionar, de contar historias y de convertirse en una puerta de entrada auténtica a cada destino”, explica **Gonzalo Alcaraz, director general de negocio de Grupo Hesperia**. “Hesperia Córdoba y Hesperia Mallorca son un claro ejemplo de esta visión: hoteles que dialogan con la ciudad, con su cultura y con su forma de vivir”, añade.*

Hesperia Córdoba: un reflejo de la ciudad y su riqueza cultural

Ubicado en una de las ciudades con mayor legado histórico y cultural de España, el nuevo Hesperia Córdoba se concibe como un punto de partida para descubrir la ciudad desde una mirada local y experiencial. La renovación del hotel se inspira en la identidad cordobesa, integrando referencias a su patrimonio, su luz, sus materiales y su tradición, para ofrecer una experiencia que va más allá del alojamiento.

El proyecto huye de soluciones uniformes para apostar por un diseño y unos espacios que conectan con el entorno urbano, cultural y social de Córdoba. Cada detalle ha sido pensado para que el huésped viva la ciudad de forma sensorial y emocional, en línea con la filosofía Hesperencial, que entiende la hospitalidad como una experiencia auténtica y personalizada.

Córdoba se consolida así como un destino clave dentro de la estrategia de Hesperia, en un contexto de crecimiento del turismo cultural y experiencial. La ciudad, con su patrimonio único — desde la Mezquita-Catedral hasta Medina Azahara, sus patios y su vida cultural—, encaja de forma natural con la propuesta de una marca que busca que cada hotel sea un reflejo del alma del lugar donde se encuentra.

- **Una renovación pensada para mejorar la experiencia del huésped**

La renovación ha puesto el foco en la amplitud, la luz natural y el cuidado del detalle. Las habitaciones, amplias y luminosas, presentan una atmósfera serena y contemporánea, donde predominan los colores neutros y los materiales nobles. Las paredes incorporan motivos geométricos y azulejos con patrones inspirados en la tradición andaluza, reinterpretados desde una mirada actual, aportando carácter y vinculación con el entorno local sin renunciar al confort.

Esta misma línea estética se traslada a los espacios comunes del hotel, concebidos como áreas acogedoras y funcionales, en las que los elementos decorativos y los revestimientos cerámicos refuerzan la identidad del proyecto y su conexión con la ciudad.

Uno de los espacios más destacados del hotel es su rooftop, diseñado como un lugar de encuentro y descanso al aire libre. El espacio combina sofás circulares con textiles en tonos azules y blancos, mesas auxiliares de madera en acabados claros y detalles vegetales que aportan frescura. La paleta cromática, basada en tonos tierra, arena y azules, junto con el uso de alfombras y materiales naturales, crea un ambiente relajado y elegante, pensado para disfrutar del clima y del entorno de la ciudad.

Hesperia Mallorca: la auténtica esencia mediterránea

Bajo el claim “**La auténtica esencia mediterránea**”, Hesperia Mallorca propone un viaje a la Mallorca de antaño, evocando los veranos en los que el tiempo parecía detenerse: las siestas al sol, la lectura junto a la piscina, los paseos en bicicleta al atardecer o la vida pausada y luminosa que define el Mediterráneo. El hotel recupera ese imaginario colectivo para ofrecer una experiencia serena, cercana y profundamente conectada con la identidad de la isla.

La remodelación se ha concebido como una reinterpretación contemporánea del espíritu mediterráneo, con una cuidada selección de colores, texturas y materiales que remiten al turismo de los años 60 y 70, incorporando guiños estéticos de inspiración retro que aportan personalidad y carácter a los espacios.

- **Una renovación inspirada en el localismo y la experiencia**

La propuesta de Hesperia Mallorca integra los pilares de la filosofía Hesperencial desde una visión plenamente local. Los uniformes del equipo incorporan detalles de inspiración retro y tonalidades anaranjadas, en referencia al paisaje y a la tradición agrícola de la isla. Los patrones, texturas y diseños presentes en el hotel evocan la estética mediterránea clásica, mientras que el aroma corporativo, creado específicamente para el establecimiento, incorpora notas de naranja, un guiño al emblemático Valle de Sóller.

La experiencia se completa con una cuidada selección musical, con melodías y baladas de alma mediterránea que acompañan los diferentes momentos del día, y con una propuesta gastronómica que integra productos locales en el desayuno, como la ensaimada o la sobrasada, reforzando el vínculo con la cultura culinaria de la isla.

Filosofía Hesperencial: cada hotel, una historia

Los nuevos hoteles incorporan los pilares de la filosofía Hesperencial, basada en el localismo, la innovación, las alianzas, la programación de eventos y la creación de experiencias que conectan al huésped con la cultura y la comunidad local. Bajo este enfoque, los hoteles Hesperia se transforman en espacios vivos, abiertos a la ciudad y pensados para generar experiencias memorables tanto para viajeros como para residentes.

Además, ambos hoteles se integran en la propuesta de bienestar integral **FeelYourself by Hesperia**, un concepto que combina el cuidado del cuerpo, la mente y la nutrición, y que forma parte del nuevo posicionamiento de la marca.

Las renovaciones de Hesperia Córdoba y Hesperia Mallorca se suman a las ya completadas en otros hoteles de la cadena como Hesperia Sevilla, Hesperia Presidente, Hesperia Sant Just y Hesperia Barri Gòtic, y refuerza el compromiso del grupo con el desarrollo de una marca propia sólida, con proyectos diferenciados y adaptados a cada destino.



“Queremos que cada hotel Hesperia sea distinto, que no deje indiferente y que aporte valor real al destino y a la comunidad. Ese es el verdadero sentido del relanzamiento de nuestra marca”, concluye Gonzalo Alcaraz.

Sobre Hesperia World

Hesperia World es la operadora de Grupo Inversor Hesperia (GIHSA) y responsable de la gestión operativa de todos los activos del grupo en España y Andorra, además de 5 hoteles de marca Hesperia en Venezuela. Actualmente gestiona 27 hoteles activos con categorías de 3, 4 y 5 estrellas, y que suman cerca de 5.000 habitaciones. Hesperia World es una gestora hotelera multimarca, que parte de la premisa básica de dar a cada activo del grupo hotelero su mejor recorrido, con el objetivo de ofrecer el mejor servicio para los clientes y, a la vez, buscar la máxima rentabilidad de los espacios. Hesperia World opera hoteles urbanos bajo la marca Hesperia, y bajo la marca Hyatt Regency y Grand Hyatt gracias a un acuerdo de comercialización alcanzado con Grupo Hyatt. En su división vacacional Hesperia World opera resorts bajo marca Hesperia y bajo las marcas de Hyatt Inclusive Collection, Secrets® Resorts & Spas y Dreams® Resorts & Spas. Para más información, visite hesperiaworld.com o siganos en [LinkedIn](#).

Contactos de prensa:

Kreab

Berta Roig – 691 437 329 – broig@kreab.com

Fatima El Boukre – 692 593 217– felboukre@kreab.com