



Destino Islas:  
Canarias  
vs. Baleares

Abril 2025



DESTINO ISLAS:  
CANARIAS VS. BALEARES

# Contenido

Highlights	6
Gasto Turístico	8
Demanda	10
Aeropuerto	14
Oferta	16
KPIs	24
Inversión	26
Perspectivas	30
Experiencia Local de Colliers	32





# Situando los dos Archipiélagos

## Alcance Global

Europa concentra el 52% de las llegadas de turistas internacionales a nivel mundial, siendo el sur de Europa la región líder dentro del continente con un incremento del 8% en las llegadas de turistas internacionales en los últimos 5 años. Esto posiciona el sur de Europa como la zona más dinámica del continente, concentrando el 44% de todos los turistas internacionales que visitan el mismo.

**España lidera el turismo internacional en el sur de Europa**, concentrando cerca del 30% de todas las llegadas internacionales a la región. Dentro de España, los dos archipiélagos (Canarias y Baleares) son mercados clave, concentrando en conjunto 1/3 de los turistas internacionales del país.



			CANARIAS Y BALEARES
<b>MUNDO</b>	1.445M Turistas internacionales		30,5M Turistas internacionales
			2% del total mundial
<b>EUROPA</b>	747M Turistas internacionales	52% del total mundial	4% del total en Europa
<b>SUR DE EUROPA</b>	328M Turistas internacionales	44% del total en Europa	9% del total en el sur de Europa
<b>ESPAÑA</b>	94M Turistas internacionales	29% del total en el sur de Europa	33% del total de España

“El sur de Europa es el epicentro del turismo mundial, concentrando aproximadamente 1/4 de este.”

“Canarias y Baleares atraen al 9% de los visitantes internacionales que llegan al sur de Europa.”



ISLAS CANARIAS



ISLAS BALEARES



# Highlights 2024

## ISLAS Canarias

### GASTO TURÍSTICO

**22.900 M€**  
Gasto turístico

**184€**  
Gasto medio diario por persona

**35%**  
del total del PIB

### DEMANDA

**72,9M**  
87% Internacional



32,6%



19,4%



4,5%

**6,6 días**  
Estancia media

### OFERTA

**608** Hoteles  
268mil Camas

**24%**  
Independientes

**31%**  
Top 10 grupos

Destino con mínima estacionalidad, operativo durante todo el año.

**365**  
días

### KPIS

**84,3%** Ocupación

**134,7€** ADR

**113,6€** RevPAR

*Nota: Los KPIs han sido calculados ponderando los datos mensuales por el número de camas disponibles en cada mes.*

### INVERSIÓN

**664M€** Volumen  
4.762 Habitaciónes

**139,5mil€**  
por habitación

De cara al futuro, el sector turístico de las Islas Canarias se mantiene sólido. Las mejoras en infraestructuras, junto con los esfuerzos llevados a cabo en los últimos años para el reposicionamiento de los activos, continuarán impulsando los indicadores claves de rendimiento (KPIs), atrayendo a un turismo de calidad.

# Highlights 2024

## ISLAS Baleares

### GASTO TURÍSTICO

**20.100M€**  
Gasto turístico

**203€**  
Gasto medio diario por persona

**40%**  
del total del PIB

### DEMANDA

**63,1M**  
92% Internacional



29,4%



26,5%



5,1%

**5,1 días**  
Estancia media

### OFERTA

**1.372** Hoteles  
378mil Camas

**22%**  
Independientes

**31%**  
Top 10 grupos

Mercado muy estacional con 6 meses de temporada alta.

**~180**  
días

### KPIs

	Ocupación	ADR	RevPAR	Media camas disp.
Todo el año	<b>83,6%</b>	<b>141,7€</b>	<b>118,4€</b>	<b>214mil</b>
Abr – Oct (~180 días)	<b>85,2%</b>	<b>145,6€</b>	<b>124,0€</b>	<b>337mil</b>
Jun – Sep (~120 días)	<b>89,3%</b>	<b>166,2€</b>	<b>148,4€</b>	<b>377mil</b>

*Nota: Los KPIs han sido calculados ponderando los datos mensuales por el número de camas disponibles en cada mes.*

### INVERSIÓN

**553M€** Volumen  
3.312 Habitaciones

**165,8mil€**  
por habitación

Con una ubicación estratégica en el Mediterráneo y una sólida infraestructura turística, las Islas Baleares continúan siendo un destino clave para los inversores. Al mismo tiempo, nuevos operadores y marcas de alta gama continúan muy interesados en establecer su presencia en la islas, lo que incrementa aún más su atractivo.

# Gasto Turístico

## ISLAS Canarias

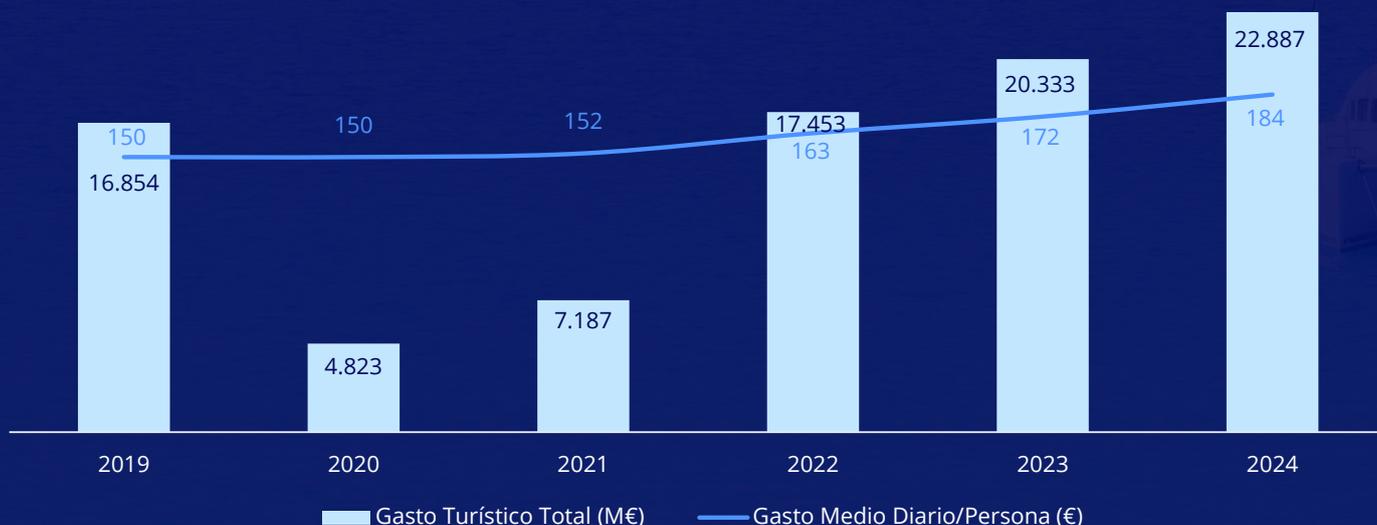
Los esfuerzos del destino por reposicionar sus activos hoteleros y mejorar su oferta complementaria en los últimos años, han permitido al archipiélago alcanzar un gasto turístico total de 22.900 millones de euros en 2024, lo que representa un incremento del 12,6% respecto al año anterior.

El gasto diario medio por turista también aumentó de forma constante, alcanzando los 184€, lo que refleja una demanda sostenida y un mayor poder adquisitivo entre los visitantes. Esto posiciona a las Islas Canarias como el segundo mercado turístico de España en términos de gasto total, por detrás de

Cataluña (23.700 millones de euros) y por delante de las Islas Baleares (20.100 millones de euros).

Estos datos refuerzan la tendencia de la región hacia un modelo de destino de alto valor, atrayendo a un perfil de turista con mayor capacidad de gasto. Esta evolución se ve respaldada por la significativa contribución del turismo a la economía de Canarias: la aportación directa e indirecta del sector turístico al PIB de las islas es de aproximadamente el 35%, lo que pone de relieve el papel crucial del sector en el panorama económico regional.

### Gasto turístico y gasto medio diario por turista



# Gasto Turístico

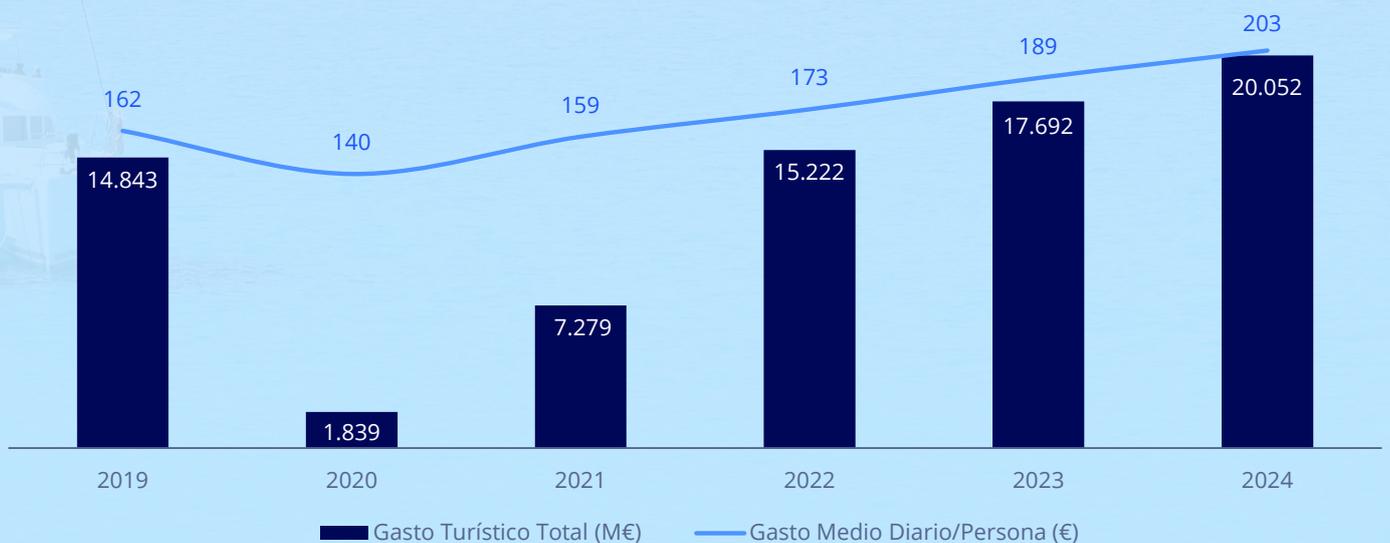
## ISLAS Baleares

Las Islas Baleares alcanzaron un gasto turístico total de 20.100 millones de euros en 2024, lo que representa un incremento del 13,3% respecto a 2023.

El gasto diario medio por turista también experimentó un crecimiento constante, situándose en 203€, un 9,1% por encima de la media nacional (186€). Este sólido desempeño consolida a las Islas Baleares como el tercer mercado turístico de España en términos de gasto total, por detrás de Cataluña y las Islas Canarias.

La tendencia al alza pone de manifiesto la fuerte posición de la región dentro del sector turístico español, impulsada por un elevado volumen de visitantes, un mayor gasto y su atractivo como destino premium. En línea con este crecimiento, cabe destacar que la contribución directa e indirecta del turismo al PIB de las Islas Baleares supera el 40%, lo que subraya el papel vital del sector en la economía local.

## Gasto turístico y gasto medio diario por turista



# Demanda

## ISLAS Canarias

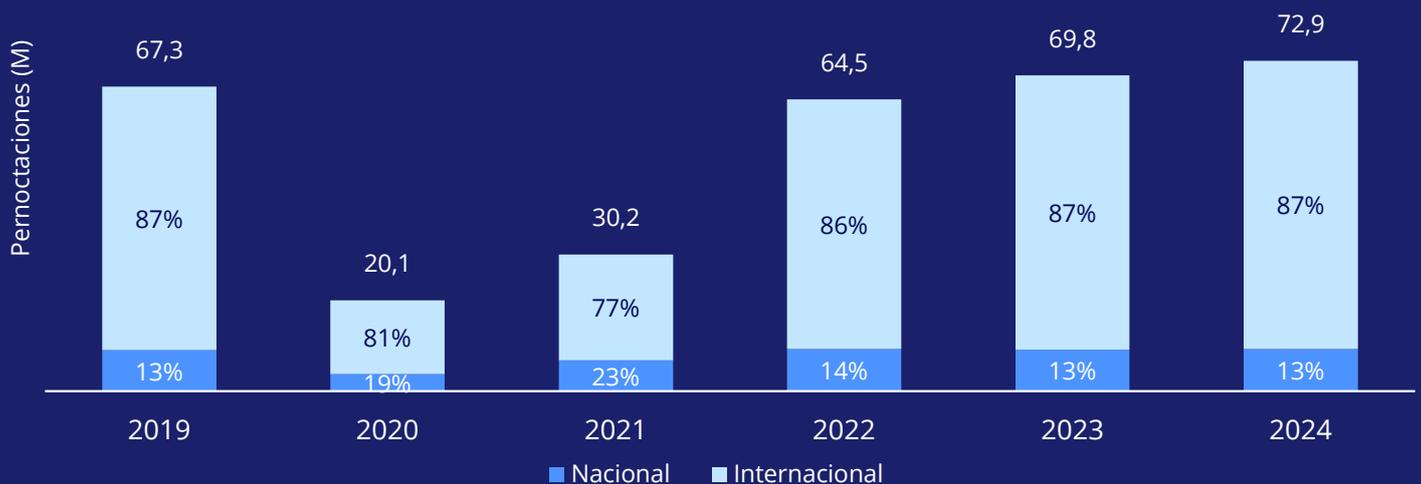
En 2024, las Islas Canarias registraron 72,9 millones de pernoctaciones, lo que supone un aumento del 4,6% respecto a 2023. Las pernoctaciones internacionales representaron el 87% del total, consolidando a la región como el principal destino de España en términos de pernoctaciones.

Tenerife se mantuvo como la isla más visitada con 26,6 millones de pernoctaciones (+3,7% vs. 2023), seguida de Gran Canaria con 19,7 millones (+6,0% vs.

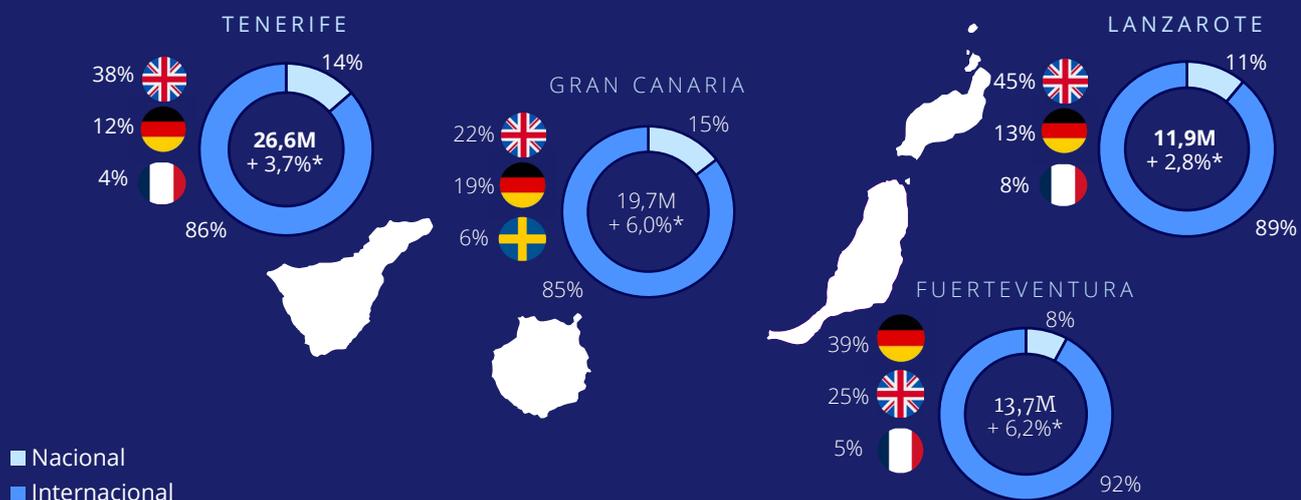
2023), Fuerteventura con el mayor crecimiento, un 6,2% de incremento en comparación con el 2023 (13,7 millones), y Lanzarote con el crecimiento más moderado, un +2,8% vs. 2023 (11,9 millones).

El Reino Unido y Alemania continuaron siendo los principales mercados emisores, mientras que el turismo nacional tuvo un papel menor, representando de media el 13% del total de pernoctaciones. Estos datos reflejan la recuperación sostenida del archipiélago, impulsada principalmente por una fuerte demanda internacional.

## Evolución pernoctaciones



## Pernoctaciones por islas y principales países emisores



\* vs. 2023

# Demanda

## ISLAS Baleares

En 2024, las Islas Baleares registraron 63,1 millones de pernoctaciones, lo que supone un incremento del 6,9% respecto a 2023. Las estancias internacionales representaron el 92% del total, alcanzando proporciones similares a las de 2019.

Mallorca lideró el crecimiento del archipiélago, con 49,5 millones de pernoctaciones (+8,1% vs. 2023), impulsada por una fuerte demanda internacional (93%). Menorca se mantuvo estable, con un leve

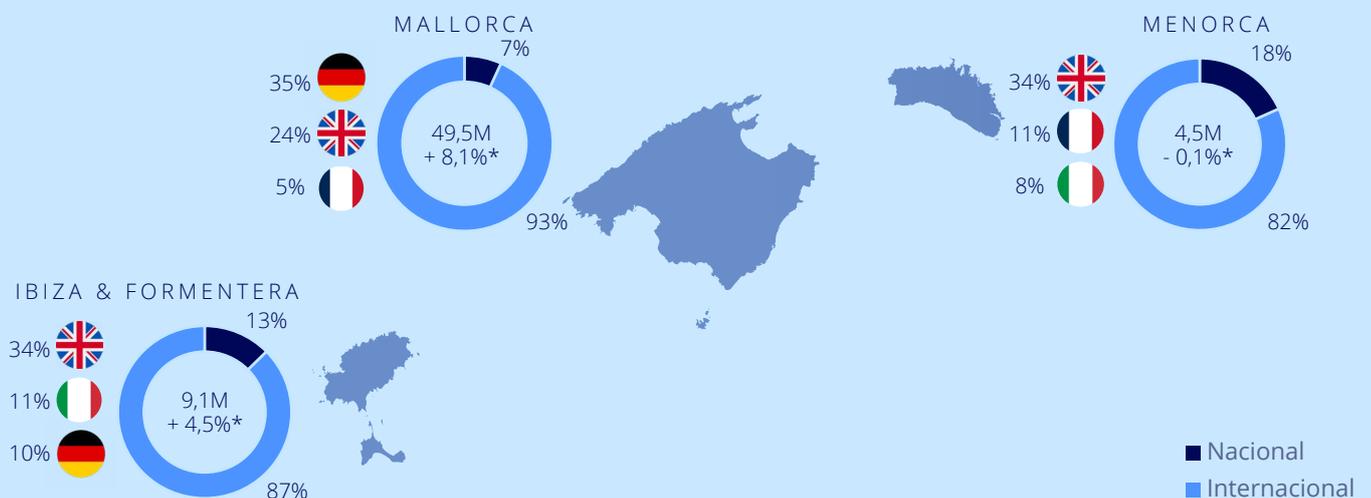
descenso del 0,1% respecto al año anterior debido a una fuerte caída del turismo nacional (-21,0%), a pesar de la estabilidad en las llegadas internacionales. Ibiza y Formentera crecieron un 4,5% vs. 2023, alcanzando los 9,1 millones de pernoctaciones.

Alemania y Reino Unido siguieron siendo los principales mercados emisores, mientras que el turismo nacional tuvo un papel marginal en todas las islas. Estas tendencias ponen de relieve la continua dependencia de las Islas Baleares de la demanda internacional para su crecimiento sostenido.

## Evolución pernoctaciones



## Pernoctaciones por islas y principales países emisores



\* vs. 2023

Fuente: INE

# Demanda

## ISLAS Canarias

La estancia media en las Islas Canarias ha disminuido ligeramente en los últimos cinco años, situándose en 6,6 días en 2024.

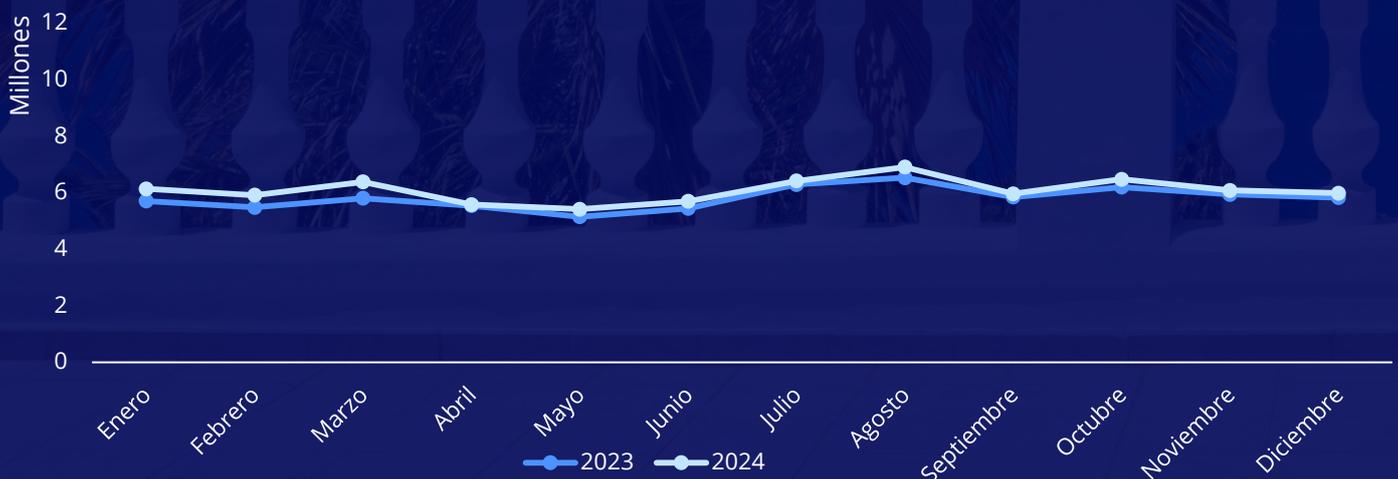
Fuerteventura registra la estancia media más alta del archipiélago, con **7,6 días**. En general, los resultados de las islas reflejan una tendencia hacia viajes más frecuentes pero de menor duración, especialmente entre los turistas europeos que aprovechan las conexiones aéreas para realizar escapadas cortas.

Las Islas Canarias son reconocidas como **un destino con 365 días de operativa, con mínimas fluctuaciones estacionales** en el número de pernoctaciones. Aunque se observa un ligero aumento en las llegadas durante los meses de verano, especialmente en julio y agosto, la demanda se mantiene estable a lo largo del año. Además, las islas atraen a un número significativo de visitantes durante el invierno y principios de la primavera, gracias a su clima templado.

### Evolución de la duración media de estancia (días)



### Evolución de la estacionalidad



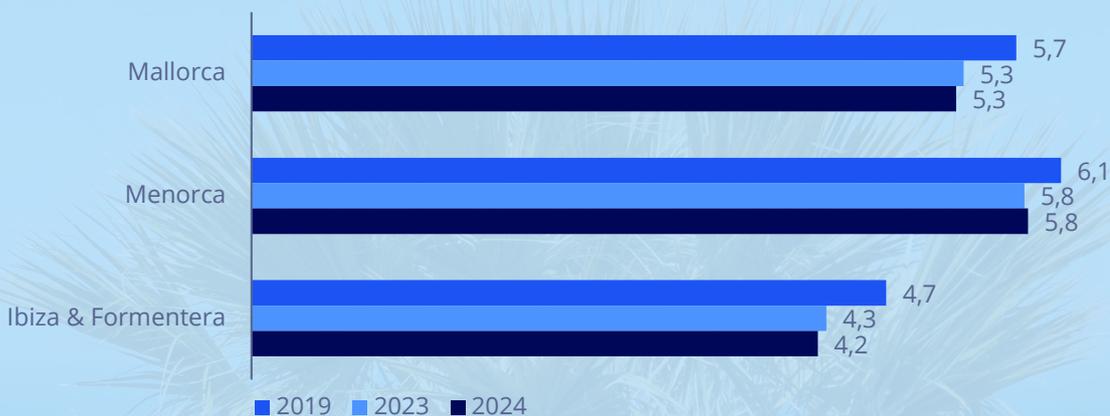
# Demanda

## ISLAS Baleares

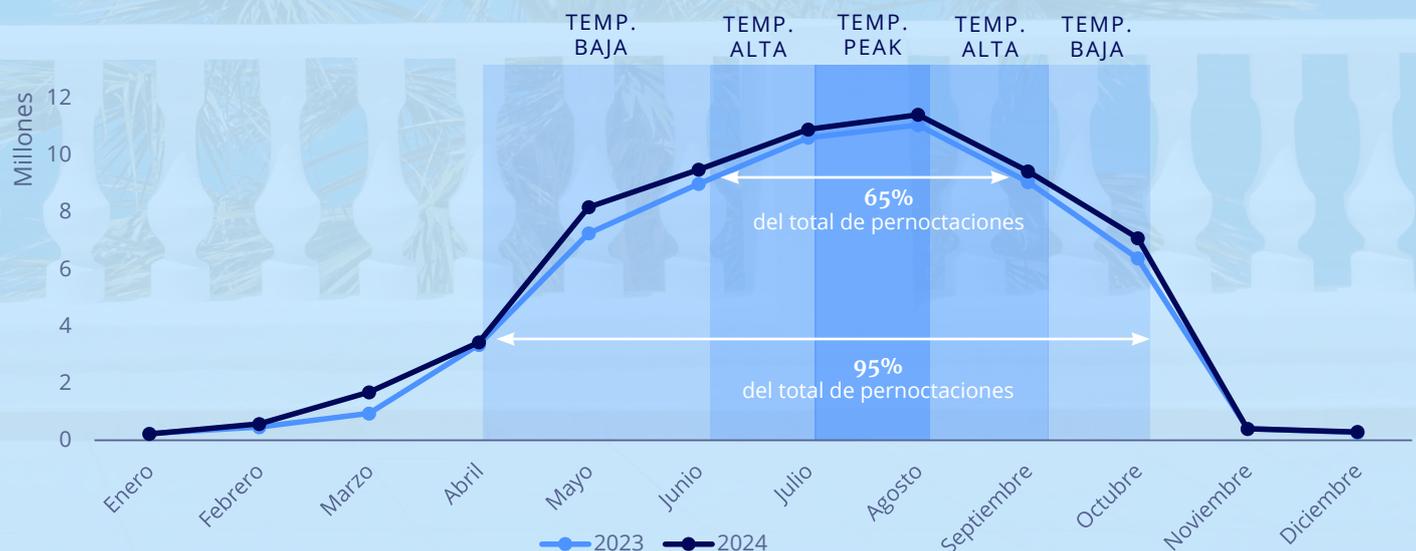
La estancia media en Baleares se ha mantenido relativamente constante respecto a 2023, aunque sigue por debajo de los niveles registrados en 2019, alcanzando los 5,1 días. Los datos indican que, si bien el comportamiento de los visitantes se ha estabilizado tras la pandemia, la tendencia general refleja estancias más cortas que en 2019, impulsadas por los cambios en los patrones de viaje y los mayores costes de alojamiento.

Las Islas Baleares muestran **una clara estacionalidad, con un pico de visitas durante los meses de verano de julio y agosto**, superando los 10 millones de pernoctaciones. Los meses de primavera, sobre todo mayo y junio, muestran una tendencia al alza constante que desemboca en la temporada alta. El otoño experimenta un descenso gradual, con septiembre manteniendo unas cifras elevadas y octubre experimentando un descenso significativo. En los últimos años, sin embargo, las islas han experimentado un repunte en los meses de temporada baja, especialmente en primavera (marzo-junio) y principios de otoño (septiembre-octubre).

## Evolución de la duración media de estancia (días)



## Evolución estacionalidad



# Aeropuerto

## ISLAS Canarias

En 2024, los principales aeropuertos de Canarias experimentaron un crecimiento constante de pasajeros, lo que refuerza aún más la condición de la región como centro clave para el turismo y la conectividad. Los aeropuertos de Tenerife registraron un total de 20,5M de pasajeros, lo que supone un incremento interanual del 11%, posicionándose como la isla del archipiélago con mayor número de pasajeros. El aeropuerto de Gran Canaria atendió a 15,2M de pasajeros, lo que refleja un incremento del 9% respecto a 2023. El aeropuerto de Lanzarote atendió a 8,7M de pasajeros, un 6% más que el año anterior, mientras que el aeropuerto de Fuerteventura registró

6,4M de pasajeros, lo que supone un aumento del 7%.

El aumento de la demanda ha saturado la capacidad en los aeropuertos de Tenerife y Lanzarote. En febrero de 2025, AENA actualizó los proyectos de ampliación con 550M€ previstos para Tenerife Sur para aumentar su capacidad hasta los 20M de pasajeros y 250M€ para Tenerife Norte para alcanzar los 10M.

Además, AENA también renovará el aeropuerto de Lanzarote conectando las dos terminales: la nacional y la internacional.

## Número de pasajeros



Nota: Los datos del gráfico de Tenerife incluyen tanto el aeropuerto del norte como el del sur.

# Aeropuerto

## ISLAS Baleares

En 2024, las Islas Baleares demostraron un crecimiento del tráfico aeroportuario en sus principales aeropuertos.

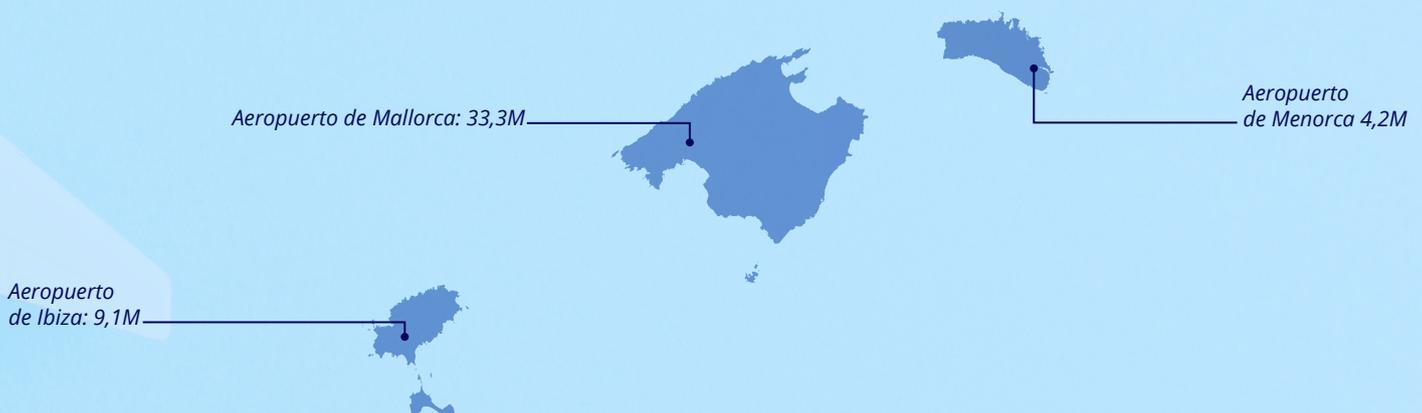
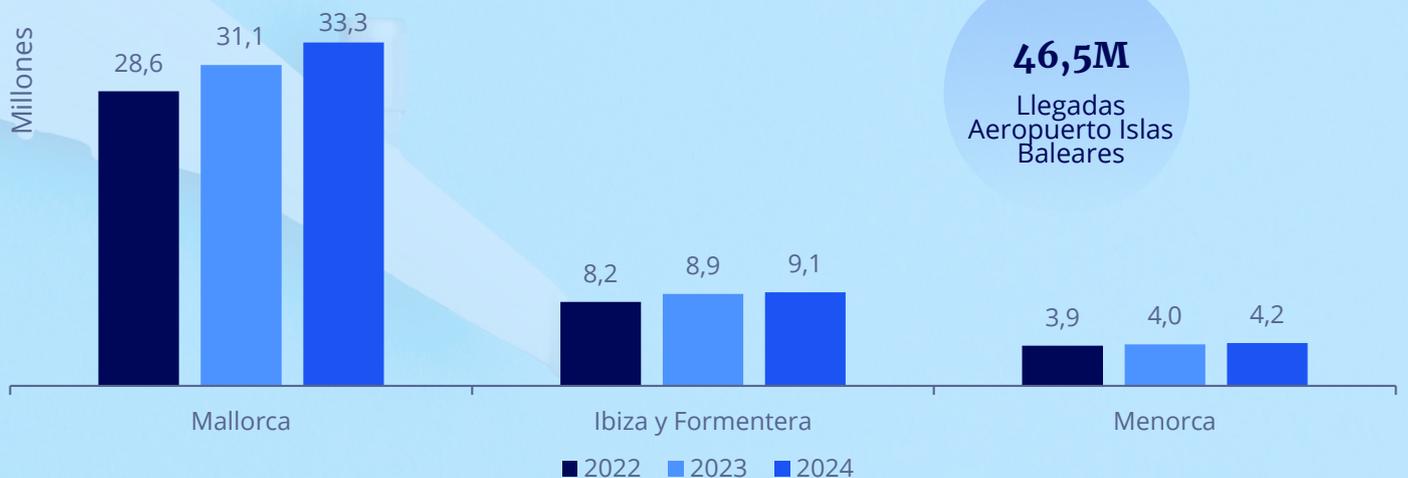
El aeropuerto de Mallorca, el más transitado de la región, registró un tráfico de 33,3M de pasajeros, lo que supone un aumento del 7% en comparación con los 31,1M de 2023 y refuerza la posición de Mallorca como un importante centro de viajes internacionales.

El aeropuerto de Ibiza y Formentera, otra puerta de entrada clave para la región, registró 9,1M de pasajeros, un 2% más que los 8,9M en 2023 y un 11% más que los 8,2M en 2022, lo que consolida aún más el

atractivo de Ibiza como destino de primer orden en el Mediterráneo. Por último, el aeropuerto de Menorca experimentó un aumento moderado, alcanzando los 4,2M de pasajeros en 2024, un aumento del 3% desde los 4,0M en 2023, lo que refleja un crecimiento constante.

AENA está llevando a cabo algunas obras de renovación de los aeropuertos baleares, por ejemplo, están en marcha las reformas del aeropuerto de Mallorca, que comenzaron a finales del 2022. El presupuesto global es de 550M€ y el plazo de finalización de las obras se extiende hasta 2026.

## Número de pasajeros



# Oferta

## ISLAS Canarias

La oferta hotelera en Canarias ha mostrado una recuperación constante tras el fuerte descenso observado en 2020 debido al cierre de todos los hoteles por la pandemia. Sin embargo, el mercado ha experimentado desde entonces un repunte progresivo, alcanzando los 608 hoteles en 2024, lo que supone un incremento del 4% respecto a 2023. Del mismo modo, el número de camas disponibles siguió una tendencia similar, con una fuerte caída de 255mil en 2019 a 133mil en 2020, antes de recuperarse gradualmente hasta 268mil en 2024. La tasa de crecimiento anual compuesta (TCAC) de 2019 a 2024 se sitúa en el 2,1% para los hoteles y el 1,0% para las

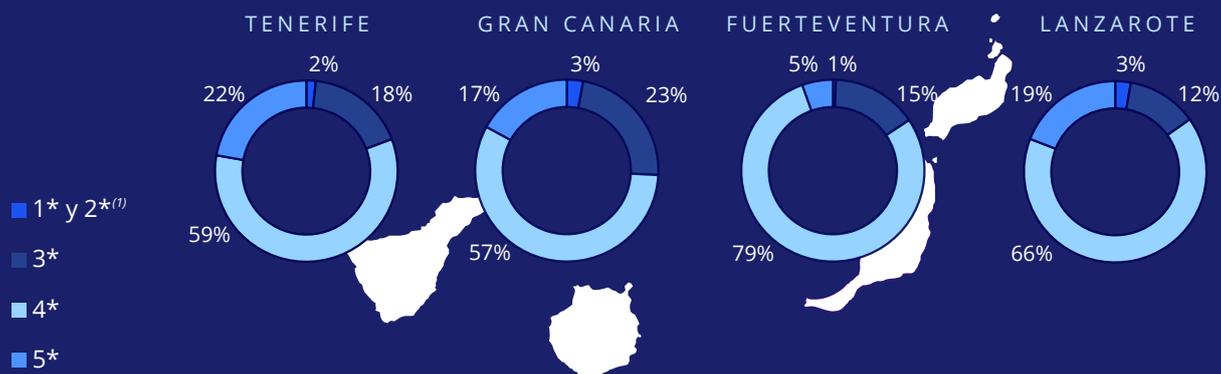
camas, lo que indica una expansión más contenida de la capacidad.

En Canarias, Tenerife lidera la capacidad alojativa, con un 35,9% del total de camas en 2024, seguida de Gran Canaria (26,4%), Fuerteventura (19,2%), Lanzarote (16,0%) y el grupo de islas menores (2,5%). Mientras la oferta sigue creciendo en la mayoría de las islas, persisten los debates sobre la gestión del impacto del turismo en las comunidades locales, aunque no se ha aplicado ninguna moratoria formal.

### Evolución de establecimientos hoteleros y camas



### Oferta por islas y categorías



(1) Incluye Hostales, Apartahoteles y Hoteles con 1\* y 2\*

# Oferta

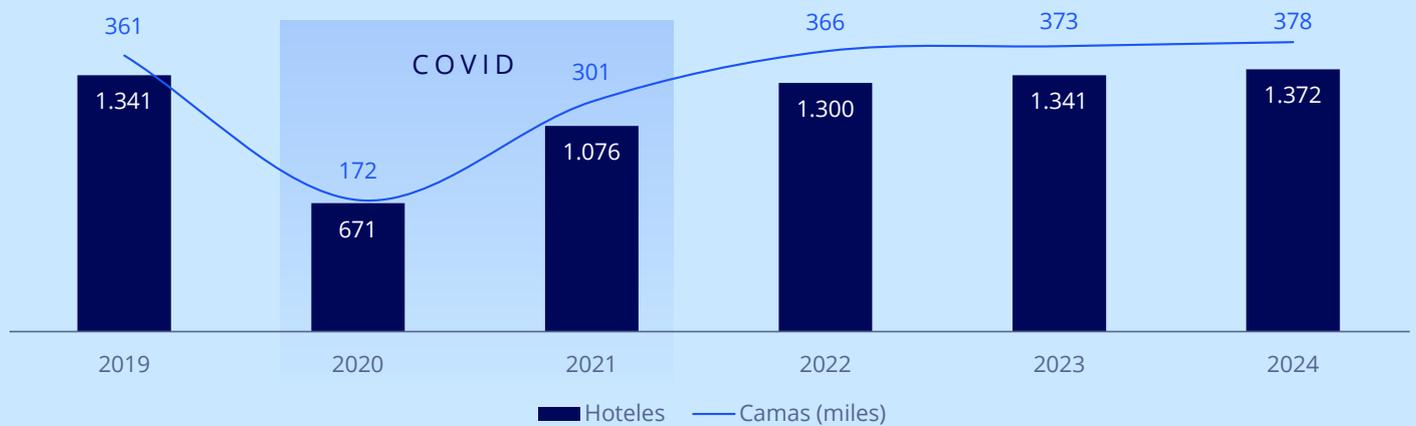
## ISLAS Baleares

La oferta hotelera en Baleares ha demostrado una fuerte recuperación tras la contracción de 2020. Debido al impacto de la pandemia, el número de hoteles operativos disminuyó de 1.341 en 2019 a 671 en 2020. Sin embargo, el mercado repuntó en los años posteriores, alcanzando los 1.372 hoteles en 2024, marcando un aumento del 2% en comparación con 2023. Del mismo modo, el número de camas disponibles cayó de 361mil en 2019 a 172mil en 2020 antes de recuperarse de manera constante hasta 378mil en 2024. La tasa de crecimiento anual compuesta (TCAC) para los hoteles entre 2019 y 2024 se sitúa en el 0,5%, mientras que para las camas es del

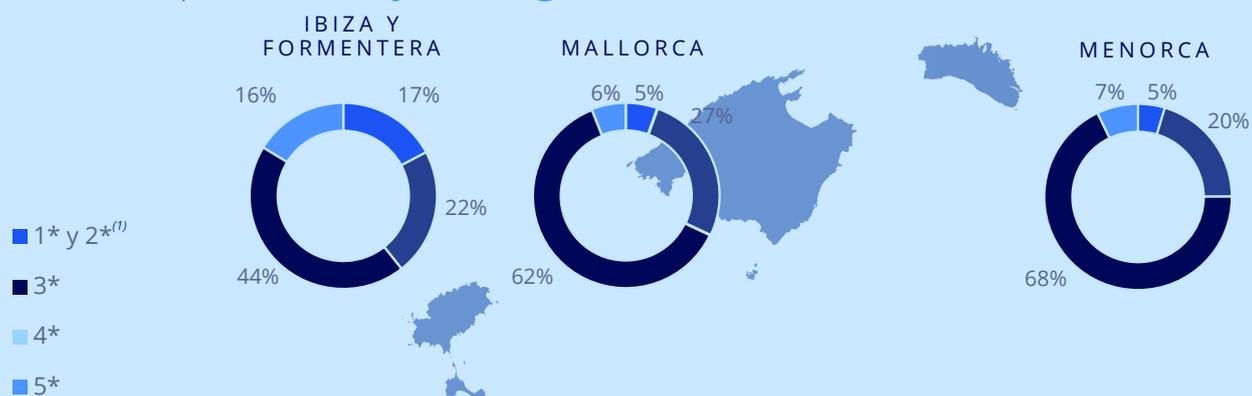
0,9%, lo que indica una expansión gradual de la capacidad de alojamiento.

En Baleares, Mallorca sigue siendo el principal mercado, concentrando el 74% del total de la oferta en 2024, seguida por Menorca e Ibiza-Formentera, aunque con cuotas de mercado más reducidas, del 8,9% y el 17,1% respectivamente. La capacidad de alojamiento de las islas se ha mantenido en gran medida estable debido a la moratoria de cuatro años implementada en el archipiélago desde el 2022, que ha establecido restricciones sobre nuevos desarrollos en las islas.

## Evolución de establecimientos hoteleros y camas



## Oferta por islas y categorías



<sup>(1)</sup> Incluye Hostales, Apartahoteles y Hoteles con 1\* y 2\*



## Oferta

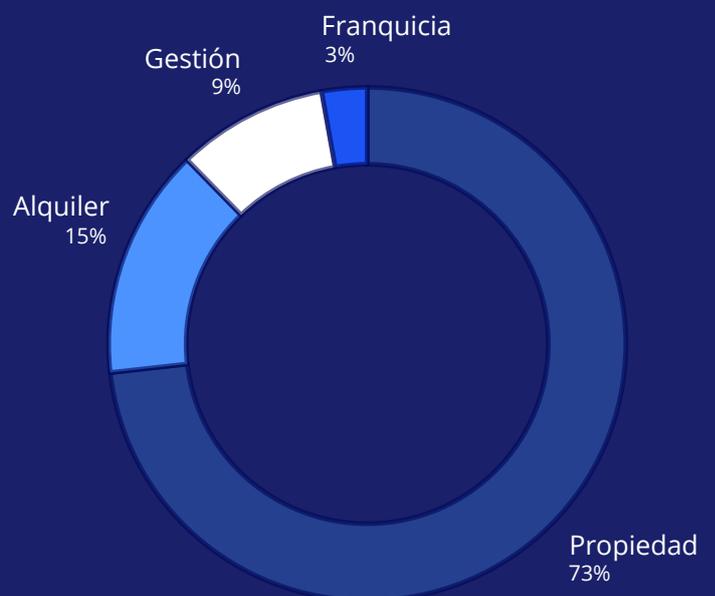
# ISLAS Canarias

## Estructura propietaria

El mercado hotelero de las Islas Canarias se caracteriza por una estructura predominantemente basada en el modelo de propiedad, con un **73% de las habitaciones en propiedad directa**.

Los contratos de arrendamiento suponen el 15%, mientras que los modelos de gestión y franquicia representan porcentajes menores, del 9% y 3% respectivamente.

Este modelo basado en la propiedad refleja una preferencia tradicional por el control de los activos a largo plazo en la región.





## Oferta

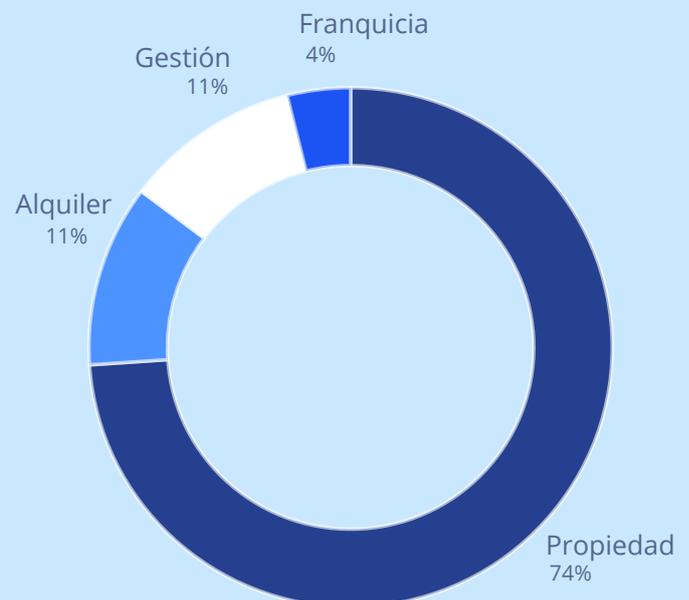
# ISLAS Baleares

## Estructura propietaria

El mercado hotelero de las Islas Baleares está gestionado predominantemente en propiedad, con un **74% de las habitaciones en régimen de propiedad directa**.

Los acuerdos de arrendamiento y los contratos de gestión representan cada uno el 11%, mientras que los modelos de franquicia representan una cuota mínima del 4%.

Este alto porcentaje de propiedad subraya un enfoque de inversión a largo plazo en la región.



## Oferta

ISLAS  
Canarias

## Estructura operativa

Desde el punto de vista operativo, el mercado está relativamente fragmentado, ya que los 10 principales operadores gestionan colectivamente únicamente el 31% de la capacidad total. RIU Hotels & Resorts, Barceló Hotel Group y H10 Hotels lideran el segmen-

to, seguidos de otros grandes operadores como Lopesan, Meliá, y Princess. Los operadores independientes y los grupos hoteleros más pequeños constituyen una parte significativa del mercado, lo que indica un panorama diverso y competitivo.

1.		RIU HOTELS & RESORTS	6.856 Habs	4,3%
2.		BARCELÓ HOTELS GROUP	6.745 Habs	4,2%
3.		H10 HOTELS	6.356 Habs	4,0%
4.		LOPESAN HOTEL GROUP	5.366 Habs	3,4%
5.		MELIÁ HOTELS INTERNATIONAL	5.322 Habs	3,3%
6.		PRINCESS HOTELS INTERNATIONAL	5.041 Habs	3,1%
7.		IHG + GRUPO IBEROSTAR	4.677 Habs	2,9%
8.		HYATT HOTELS CORPORATION	3.180 Habs	2,0%
9.		SUNRISE BEACH HOTELS	3.079 Habs	1,9%
10.		LABRANDA HOTELS & RESORTS	3.077 Habs	1,9%

TOP  
31%

## Oferta

ISLAS  
Baleares

## Estructura operativa

En cuanto a los operadores, el mercado continúa estando relativamente fragmentado, ya que al igual que en Canarias, los 10 principales grupos hoteleros gestionan únicamente el 31% de la capacidad total. Meliá Hotels International lidera el sector, seguida de operadores reconocidos como Globales, IHG - Iberos-

tar y Grupotel. Una parte significativa del mercado está en manos de operadores independientes y grupos hoteleros más pequeños, lo que pone de relieve la diversidad del panorama competitivo de la región.

1.	 MELIÁ HOTELS INTERNATIONAL	MELIÁ HOTELS INTERNATIONAL	8.757 Habs	4,6%
2.	 GLOBALES	GLOBALES HOTELES	7.766 Habs	4,1%
3.	 IHG HOTELS & RESORTS   IBEROSTAR* HOTELS & RESORTS	IHG + GRUPO IBEROSTAR	7.737 Habs	4,1%
4.	 GRUPOTEL	GRUPOTEL	7.233 Habs	3,8%
5.	 HYATT®	HYATT HOTELS CORPORATION	5.760 Habs	3,0%
6.	 vibra hotels	VIBRA HOTELS	4.806 Habs	2,5%
7.	 FERGUS HOTELS	FERGUS GROUP	4.703 Habs	2,5%
8.	 HIPOTELS Hotels & Resorts	HIPOTELS	3.981 Habs	2,1%
9.	 allsun ***** HOTELS *****	ALLSUN HOTELS	3.845 Habs	2,0%
10.	 Protur hotels Enjoying Life!	PROTUR HOTELS	3.602 Habs	1,9%

TOP  
31%

# Marcas Internacionales

## ISLAS Canarias

Los grandes grupos internacionales sólo explotan el **8%** de las habitaciones hoteleras en Canarias, lo que pone de manifiesto el importante potencial de crecimiento de estos grupos para ampliar su cuota de mercado en el archipiélago.

Es importante destacar que una parte significativa de esta cuota se nutre de la alianza comercial entre IHG e Iberostar.

Adicionalmente, destaca la escasez de proyectos de lujo internacional en el archipiélago.

	TENERIFE	GRAN CANARIA	LANZAROTE	FUERTEVENTURA
 INTERNATIONAL	<b>2</b> Hoteles 544 Habs	<b>2</b> Hoteles 507 Habs	-	<b>1</b> Hoteles 266 Habs
 Hilton HOTELS & RESORTS	-	-	-	-
 IHG <sup>*</sup> HOTELS & RESORTS   <b>IBEROSTAR</b> <sup>*</sup> HOTELS & RESORTS	<b>9</b> Hoteles 2,523 Habs	<b>1</b> Hotel 158 Habs	<b>3</b> Hoteles 767 Habs	<b>4</b> Hoteles 1,229 Habs
<i>Alianza Comercial</i>				
 RHG RADISSON HOTEL GROUP	-	<b>2</b> Hoteles 611 Habs	<b>1</b> Hoteles 225 Room	-
 WYNDHAM HOTELS & RESORTS	-	-	-	-
 ACCOR	-	-	-	-
 HYATT <sup>®</sup>	<b>9</b> Hoteles 3,287 Habs	-	<b>2</b> Hoteles 800 Habs	<b>3</b> Hoteles 872 Habs
 MINOR HOTELS	<b>2</b> Hoteles 348 Habs	<b>2</b> Hoteles 229 Habs	-	-
 Fattal International Hotels & Resorts	-	-	-	-
Otras Marcas Internacionales de Lujo/ Ultra Lujo	<b>1</b> Hotel 174 Habs	-	-	-
 MGM MITHU HOTELS				

*Nota: La tabla de arriba incluye todos los hoteles existentes y en desarrollo listadas en el Censo de Alimarket.*

## Marcas Internacionales

### ISLAS Baleares

Aunque Baleares presenta una mayor cuota de habitaciones explotadas por grandes grupos hoteleros internacionales (**10%**) en comparación con Canarias, aún presenta un gran margen de crecimiento.

Como ocurre en Canarias, cabe destacar que gran parte de la cuota de mercado internacional está impulsada por la alianza comercial entre IHG e Iberostar.

Si bien, en el mercado hotelero Balear, ya han comenzado a penetrar los grandes operadores de lujo internacional.

	IBIZA	MALLORCA	MENORCA
 <b>Marriott</b> INTERNATIONAL	<b>2</b> Hoteles 278 Habs	<b>5</b> Hoteles 617 Habs	-
 <b>Hilton</b> HOTELS & RESORTS	<b>3</b> Hoteles 488 Habs	<b>1</b> Hotel 208 Habs	-
<b>IHG</b> HOTELS & RESORTS <b>IBEROSTAR*</b> HOTELS & RESORTS	<b>2</b> Hoteles 366 Habs	<b>24</b> Hoteles 7,346 Habs	<b>2</b> Hoteles 280 Habs
<i>Alianza Comercial</i>	<i>Uno de ellos gestionado por Iberostar</i>	<i>22 hoteles gestionados por Iberostar</i>	<i>Ambos gestionados por Iberostar</i>
 <b>RADISSON</b> HOTELS	-	-	-
 <b>WYNDHAM</b> <b>PALLADIUM</b> HOTELS & RESORTS HOTEL GROUP	<b>4</b> Hoteles 1,156 Habs	-	<b>1</b> Hotel 264 Habs
<i>Commercial Alliance</i>			
 <b>ACCOR</b>	<b>2</b> Hoteles 555 Habs	-	-
 <b>HYATT</b> <sup>®</sup>	<b>3</b> Hoteles 546 Habs	<b>20</b> Hoteles 4,586 Habs	<b>6</b> Hoteles 853 Habs
 <b>MINOR</b> HOTELS	<b>1</b> Hotel 38 Habs	-	-
 <b>Fattal</b>  International Hotels & Resorts	<b>3</b> Hoteles 651 Habs	<b>4</b> Hoteles 566 Habs	-
Otras Marcas Internacionales de Lujo/ Ultra Lujo	<b>5</b> Hoteles 692 Habs	<b>10</b> Hoteles 1,115 Habs	-



*Nota: La tabla de arriba incluye todos los hoteles existentes y en desarrollo listados en el Censo de Alimarket.*

# KPIs

## ISLAS Canarias

Los indicadores más recientes de rendimiento hotelero en las Islas Canarias reflejan una recuperación sostenida y una demanda sólida. En 2024, el ADR (tarifa media diaria) ha aumentado en todas las islas principales, destacando Tenerife (143€, +10,6% vs. 2023) y Gran Canaria (141€, +9,7% vs. 2023). El crecimiento del RevPAR ha superado en más de un 11% los niveles de 2023, siendo Gran Canaria la que registró el mayor incremento (+13,0%).

La ocupación se mantiene estable, con Lanzarote (88%) y Gran Canaria (86%) conservando niveles

elevados, a pesar de una ligera caída en comparación con el año anterior en Lanzarote (-0,4 p.p.). Gran Canaria (+2,5 p.p. vs. 2023) y Fuerteventura (+4,7 p.p. vs. 2023) registraron avances significativos, reforzando su sólido desempeño en RevPAR. Cabe destacar que el RevPAR ha crecido a una tasa compuesta anual (TCAC) del 7,2% entre 2019 y 2024, lo que pone de relieve la resiliencia a largo plazo del sector.

En conjunto, los datos subrayan la sólida capacidad de consolidación del ADR de las Islas Canarias y unos fundamentos de demanda robustos.

### Resultados operativos



#### TENERIFE

ADR 143€ ▲+10,6%  
 Occ. 84% ▲+0,0 p.p.  
 RevPar 121€ ▲+10,6%

#### GRAN CANARIA

ADR 141€ ▲+9,7%  
 Occ. 86% ▲+2,5 p.p.  
 RevPar 121€ ▲+13,0%

#### LANZAROTE

ADR 134€ ▲+10,8%  
 Occ. 88% ▼-0,4 p.p.  
 RevPar 119 € ▲+10,3%

#### FUERTEVENTURA

ADR 114€ ▲+4,0%  
 Occ. 82% ▲+4,7 p.p.  
 RevPar 94€ ▲+10,3%



★ Top 3 destinos con mayores RevPAR

KPIs anuales han sido calculados ponderando los KPIs mensuales por el número de camas disponibles.

## KPIs

ISLAS  
Baleares

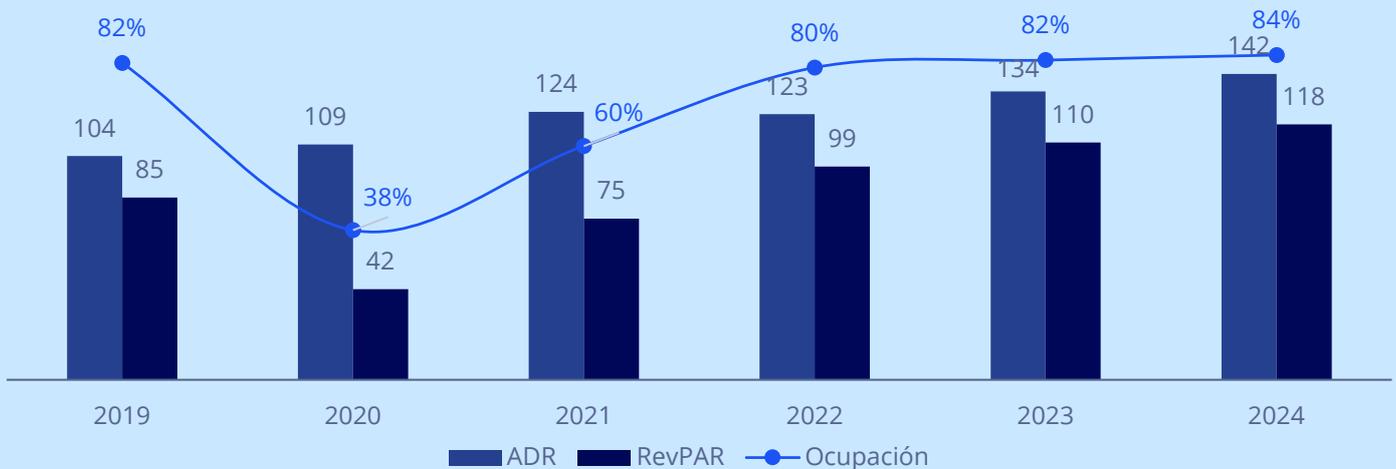
Los datos más recientes sobre el rendimiento hotelero en las Islas Baleares reflejan una marcada tendencia al alza, lo que refuerza la resiliencia de la región y su capacidad de incremento de tarifa. El ADR ha aumentado en todas las islas en comparación con el año anterior, con Ibiza-Formentera manteniendo la tarifa más alta (189€, +6,8%), seguida de Menorca con un crecimiento del +5,3% (145€) y Mallorca con un sólido incremento del +7,5%, alcanzando los 132€.

Las mejoras en RevPAR han sido significativas, lideradas por Mallorca (+10,0% respecto al 2023), seguida

de Menorca (+6,1% vs. 2023) e Ibiza-Formentera (+4,8% vs. 2023). Las tendencias de ocupación, sin embargo, han sido dispares: Mallorca registró el mayor aumento en comparación con el año anterior (+1,9 p.p.), seguida de Menorca (+0,6 p.p.), mientras que Ibiza-Formentera experimentó un leve descenso (-1,6 p.p.), compensado por el fuerte crecimiento del ADR. Cabe destacar que el RevPAR ha crecido a una tasa compuesta anual (TCAC) del 7,0% entre 2019 y 2024, lo que refleja un desempeño positivo y sostenido a largo plazo.

En general, el mercado hotelero balear se mantiene robusto, con el crecimiento del ADR compensando eficazmente las ligeras fluctuaciones en la ocupación. La trayectoria positiva del sector subraya la continua cualificación de la oferta hotelera.

## Resultados operativos



## MALLORCA

ADR 132€ ▲+7,5%  
Occ. 84% ▲+1,9 p.p.  
RevPar 111€ ▲+10,0%

## MENORCA

ADR 145€ ▲+5,3%  
Occ. 82% ▲+0,6 p.p.  
RevPar 119€ ▲+6,1%

## IBIZA Y FORMENTERA

ADR 189€ ▲+6,8%  
Occ. 81% ▼-1,6 p.p.  
RevPar 153€ ▲+4,8%

SANT JOSEP  
DE SA TALAIA

EIVISSA

SANTANYÍ

★ Top 3 destinos con mayores RevPAR

KPIs anuales han sido calculados ponderando los KPIs mensuales por el número de camas disponibles.

# Inversión

## ISLAS Canarias

Las Islas Canarias se mantienen como un destino líder para la inversión hotelera, atrayendo cerca de 3.200 millones de euros entre 2019 y 2024. La inversión alcanzó su punto máximo en 2023 con 1.200 millones de euros (28% del total nacional), impulsada por grandes operaciones como la adquisición del 35% de HI Partners por parte de GIC.

En 2024, la región mantuvo su posición destacada, registrando 20 transacciones por un total de 664 millones de euros (20% del volumen total). Entre las operaciones más relevantes se encuentran la desinversión de la SOCIMI Atom por 110 millones de euros del hotel Labranda Suites Costa Adeje, la adquisición del Iberostar Waves Las Dalias por parte de Covivo por 81 millones, la compra del BeLive Experience Costa Tegui por Atalaya, y la primera expansión

urbana de Lopesan con la adquisición del AC Iberia Las Palmas —ambas operaciones asesoradas por Colliers.

En cuanto a inversiones en carteras, destacan la entrada de Partners Group en BlueSea Hotels (1.500 habitaciones), la venta de una cartera de tres hoteles en Tenerife operados por Alua (Hyatt), y la adquisición del 38% del Gran Meliá Palacio de Isora como parte de una operación corporativa entre Meliá y Banco Santander.

La moderación registrada en 2024 refleja un retorno a niveles normales de inversión tras un 2023 excepcional, mientras que las tendencias de precios apuntan a una confianza sostenida en el sector hotelero a largo plazo en la región.

## Inversión hotelera y precio medio por habitación



INVERSIÓN HOTELERA	2019	2020	2021	2022	2023	2024
#Hoteles	13	9	23	6	39	20
#Habitaciones <sup>(1)</sup>	2.707	1.797	4.441	1.509	5.975	4.762
Volumen (M€)	383	140	633	175	1.175	664
%Activos individuales s/total	28%	44%	26%	100%	7%	53%
%Carteras de activos s/total	72%	56%	74%	0%	93%	47%

<sup>(1)</sup> Habitaciones ponderadas por porcentaje de adquisición.

# Inversión

## ISLAS Baleares

Las Islas Baleares continúan siendo un destino de primer nivel para la inversión hotelera, atrayendo 3.500 millones de euros entre 2019 y 2024. La actividad inversora alcanzó su punto máximo en 2022 con 913 millones de euros, lo que representó el 28% del total nacional, impulsada en gran parte por una fuerte asignación de capital en el segmento de lujo (50%).

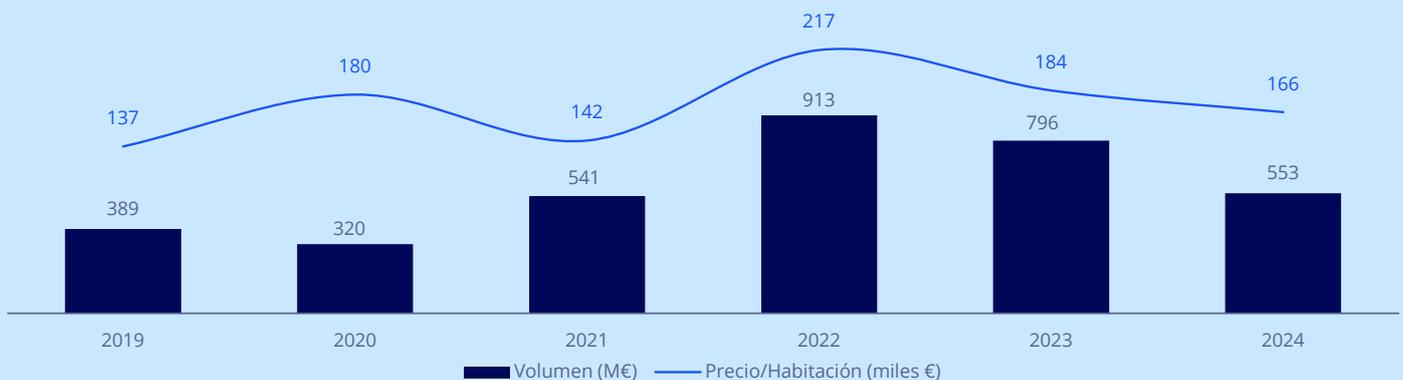
En 2024, las Islas Baleares registraron 22 transacciones hoteleras por un total de 553 millones de euros. La operación más destacada fue la adquisición del Six Senses Ibiza por 200 millones de euros. Otras operaciones relevantes incluyeron la venta del hotel OD Talamanca mediante un acuerdo de “sale & management back”, que garantiza la gestión del establecimiento por parte de OD durante 25 años, y la compra

del hotel Presidente por parte de Meridia Capital, en una operación asesorada por Colliers.

Las transacciones de carteras se limitaron a tres grandes operaciones: la participación en BlueSea (añadiendo 1.500 habitaciones), la cartera de Meliá —incluyendo el Meliá Cala Galdana en Menorca— y la adquisición por parte de Iberostar de dos antiguos complejos de apartamentos Basic Menorca en Ciudadela, a través de 07 Hotels.

Gracias a su ubicación estratégica en el Mediterráneo, su infraestructura turística de primer nivel, playas reconocidas, una oferta de ocio diversa y un gran número de activos con potencial de reposicionamiento, las Islas Baleares siguen siendo un objetivo prioritario para los principales inversores del sector hotelero.

## Inversión hotelera y precio medio por habitación



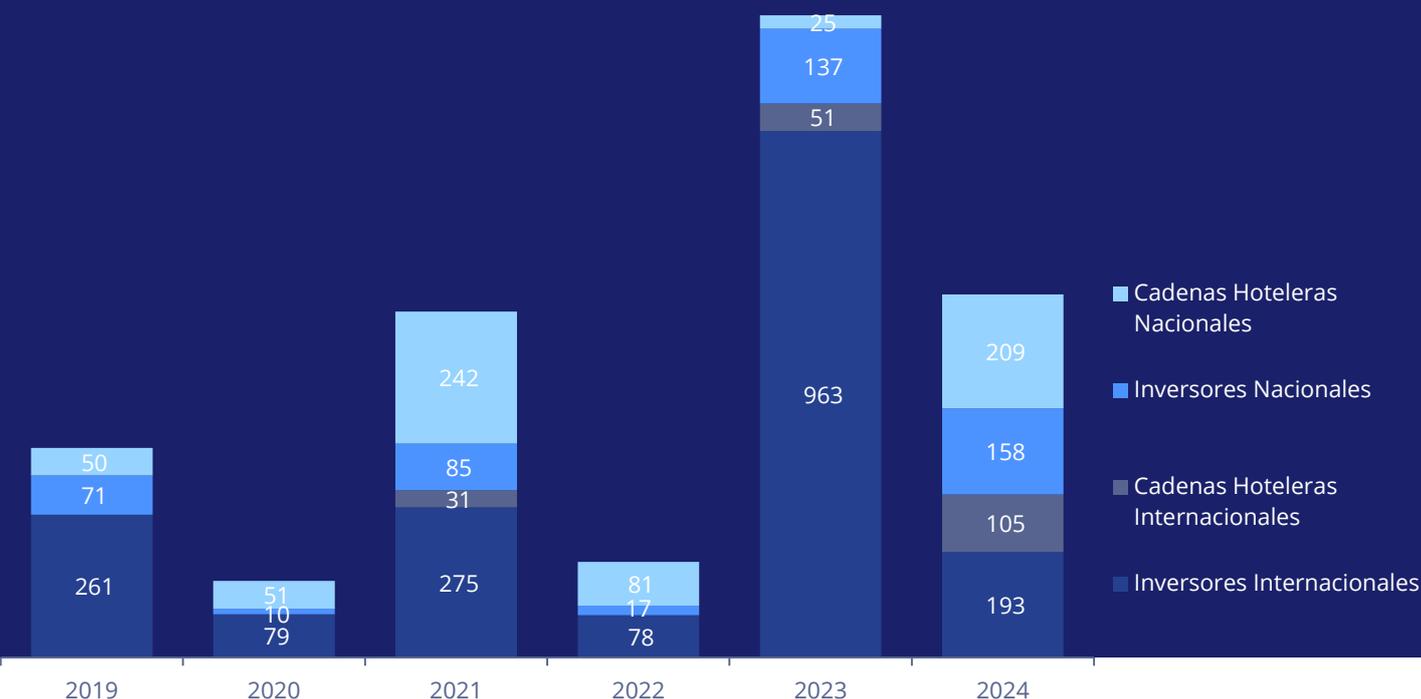
INVERSIÓN HOTELERA	2019	2020	2021	2022	2023	2024
#Hoteles	16	18	21	33	39	22
#Habitaciones <sup>(1)</sup>	2.833	1.765	3.804	3.980	4.252	3.312
Volumen (M€)	389	320	541	913	796	553
%Activos individuales s/total	78%	70%	76%	55%	32%	69%
%Carteras de activos s/total	22%	30%	24%	45%	68%	31%

<sup>(1)</sup> Habitaciones ponderadas por porcentaje de adquisición.

# Principales Inversores

## ISLAS Canarias

### Evolución del perfil inversor (M€)



APOLLO

BLANTYRE CAPITAL

RIU  
HOTELS & RESORTS

SIGNAL  
CAPITAL

GIC

PARTNERS  
GROUP

bankinter.

DREAMPLACE  
HOTELS & RESORTS

Brookfield

RELAXIA  
THE PLEASANT HOTELS & RESORTS

BancaMarch

HYATT®

LOGITRAVEL.com

LEY

STARWOOD  
CAPITAL GROUP

MACARONESIAN  
HOTELS & RESORTS

DÉR  
Touristik

Santander

La evolución del perfil inversor hotelero en Canarias durante los últimos cinco años refleja un cambio en la dinámica del mercado. Mientras que los inversores internacionales dominaban en 2019 (68%), su cuota ha disminuido gradualmente hasta alcanzar el 29% en 2024. Destaca el creciente protagonismo de los inversores nacionales y las cadenas hoteleras locales, cuya participación agregada ha pasado del 32% en 2019 al 55% en 2024.

Las cadenas hoteleras internacionales, tras un periodo de presencia limitada, han crecido de forma

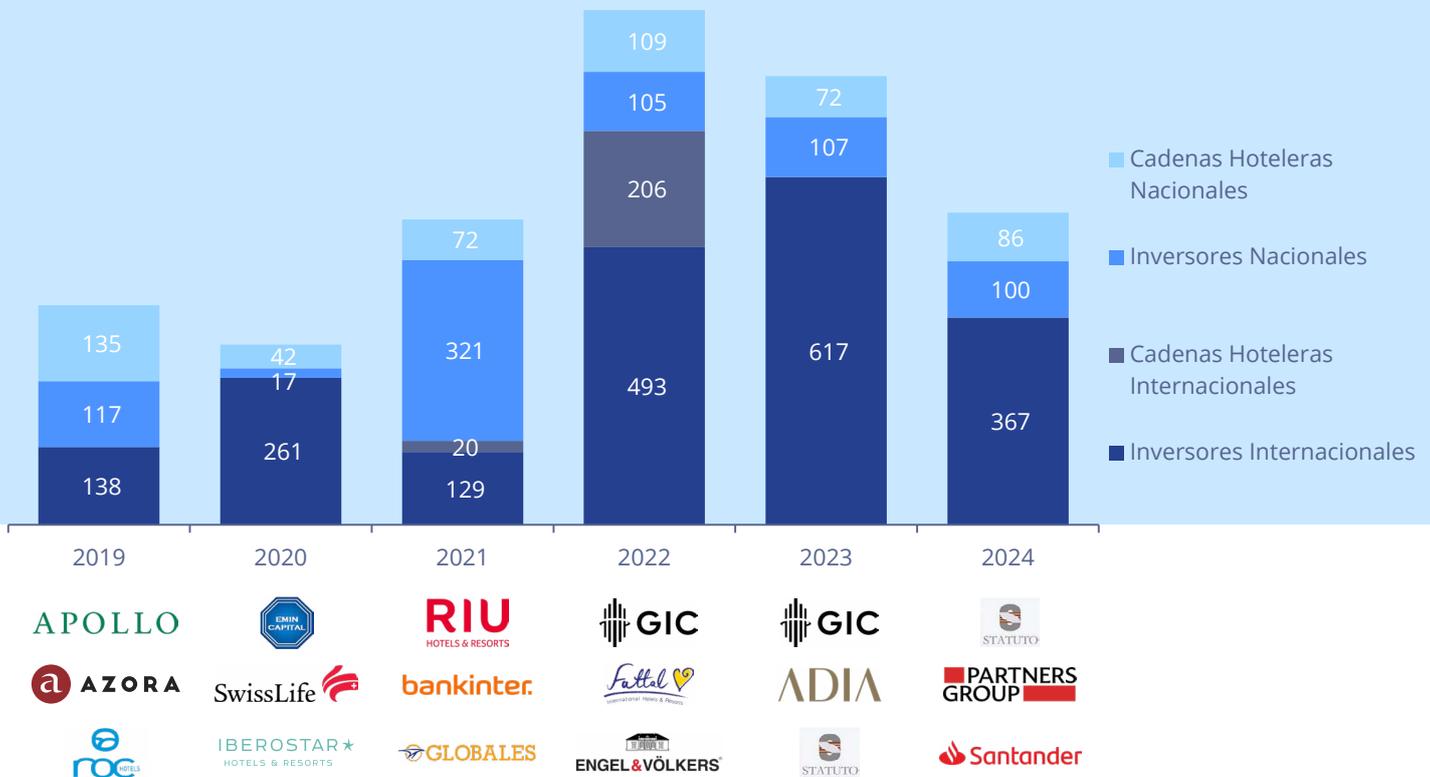
constante desde 2021, representando el 16% de la inversión en 2024. El fuerte repunte en la participación de inversores internacionales registrado en 2023 (82%) se debe principalmente a la operación de GIC con HIP.

Estos datos sugieren una diversificación de la base inversora, con una distribución más equilibrada entre actores internacionales y nacionales, lo que indica un mayor compromiso local con el mercado.

# Principales Inversores

## ISLAS Baleares

### Evolución del perfil inversor (M€)



El perfil inversor en las Islas Baleares ha experimentado notables fluctuaciones en los últimos cinco años. Los inversores internacionales han mantenido un papel dominante, alcanzando un pico del 82% en 2020 y conservando una presencia sólida del 66% en 2024.

Los inversores nacionales, que contaban con una cuota significativa del 30% en 2019, experimentaron una fuerte caída en 2020, aunque han recuperado terreno alcanzando el 18% en 2024. Las cadenas

hoteleras nacionales, tras una presencia marginal desde 2020, han aumentado de forma constante hasta representar el 16% en 2024.

Los datos reflejan una dependencia continuada del capital internacional, aunque el resurgir de los inversores y cadenas nacionales apunta a un escenario de inversión más diversificado en comparación con años anteriores.

# Perspectivas

Ambos archipiélagos seguirán siendo dos de los destinos más reconocidos a nivel turístico, no solo de Europa, sino del mundo.

Las perspectivas para 2025 son muy prometedoras. El año 2024 cerró con cifras récord de demanda en ambas regiones, reflejo de mercados sólidos y resilientes, junto con buenos resultados de RevPAR, impulsados por un aumento del ADR en ambos destinos (+6% en Baleares y +9% en Canarias con respecto a 2023).

## **El reposicionamiento y la inversión continuarán impulsando el gasto turístico.**

Canarias y Baleares mantienen posiciones de liderazgo en el ranking nacional de gasto turístico. En 2024, Canarias ocupó el segundo lugar, solo por detrás de Cataluña. Por su parte, Baleares superó ligeramente los 20.000 millones de euros, situándose en tercera posición.

Ambos archipiélagos han seguido una tendencia similar en gasto turístico: en los últimos ocho años, han aumentado el gasto en más de un 50%, mientras que la demanda ha crecido a un ritmo más moderado del 7,5% en Baleares y del 4,6% en Canarias. Esto pone de relieve la madurez de ambos destinos y su enfoque estratégico hacia el reposicionamiento para atraer a turistas de mayor poder adquisitivo. Incentivos como la RIC (Reserva para Inversiones en Canarias), los Planes de Modernización, Mejora e Incremento de la Competitividad (PMM) o los fondos NextGen han sido claves para aumentar el atractivo de las islas.

## **Alianzas estratégicas y nuevos actores en los archipiélagos.**

Baleares ha dado la bienvenida a prestigiosas marcas internacionales como Four Seasons y Mandarin Oriental. No obstante, Canarias ofrece aún un recorrido y oportunidad para la entrada de marcas internacionales de alta gama.

Las alianzas estratégicas entre operadores locales consolidados, con profundo conocimiento del mercado —especialmente en el segmento todo incluido—, y marcas internacionales son una tendencia cada vez más extendida, un ejemplo destacado es la reciente colaboración entre Grupo Piñero y Hyatt para operar la marca Bahía Príncipe, o la alianza entre IHG e Iberostar en 2022.

Tanto estas alianzas como la entrada de nuevas marcas internacionales mediante la adquisición de cadenas hoteleras nacionales con experiencia se perfilan como una de las principales tendencias para los próximos años.





Nuevos actores, especialmente operadores de apartamentos turísticos con presencia limitada en el segmento vacacional, están ganando protagonismo. Su potencial de crecimiento está respaldado por la progresiva reducción de la oferta de alojamientos no regulados, junto con una estructura de costes más eficiente que les permite gestionar mejor la estacionalidad y la escasez de mano de obra —retos especialmente relevantes en destinos como Canarias y Baleares—. A diferencia de los hoteles tradicionales, estos operadores requieren menos personal, lo que les proporciona una ventaja operativa significativa.

Además, su modelo de negocio ofrece flexibilidad en el número de unidades disponibles, ya que no dependen de mantener un inventario fijo elevado.

### **La sostenibilidad como máxima prioridad.**

La principal prioridad en la agenda de 2025 para ambos archipiélagos es garantizar la preservación de su patrimonio. Tanto Baleares como Canarias están situando la sostenibilidad en el centro de sus estrategias turísticas, con un enfoque en el turismo responsable, la protección del medio ambiente y el bienestar de las comunidades locales.

Las medidas adoptadas en ambas regiones —desde iniciativas innovadoras de sostenibilidad hasta inversiones responsables y colaboraciones estratégicas— demuestran que no solo se están adaptando a las demandas actuales, sino que también están anticipándose a las necesidades futuras del entorno y del sector turístico.

### **Estabilidad y seguridad siguen posicionando a ambos archipiélagos como líderes.**

Continuar invirtiendo en seguridad e infraestructuras en ambas regiones es clave, ya que permitirá consolidar su posición como destinos preferentes para quienes buscan no solo sol y playa, sino también un entorno seguro. Esto les permite superar a competidores directos afectados por la inestabilidad económica o la proximidad a zonas en conflicto.

Estas dinámicas están contribuyendo de forma decisiva a que ambos destinos se consoliden como objetivos prioritarios para la inversión. Canarias y Baleares son cada vez más considerados como una opción preferente tanto por inversores core e institucionales, como por destacados family offices españoles.

# Experiencia Local de Colliers

## ISLAS Canarias

### Hotel AC Iberia

Asesoramiento a Arenales de Las Palmas en la venta del Hotel AC Iberia, un establecimiento de 4\* y 281 habitaciones ubicado en las Las Palmas.



### Hotel Be Live Lanzarote Beach

Asesoramiento al fondo hotelero Atalaya, gestionado por Navis Capital, en la compra del hotel Be Live Lanzarote (4\*-237 habs) de Costa Teguiise, Lanzarote.



### Hotel Oasis Village

Asesoramiento a Davidson Kempner en la venta del Hotel Oasis Village (3\* y 232 habitaciones), en Fuerteventura, a la cadena hotelera canaria HD Hotels.



### Hotel Sheraton la Caleta

Asesoramiento a Signal Santander European Hospitality en la adquisición del Hotel Sheraton La Caleta, ubicado en Tenerife, a Grupo Disa. El Hotel será renovado integralmente para su adaptación a la marca Tivoli.



### Hotel El Tope

Asesoramiento en la venta del hotel El Tope, ubicado en Puerto de la Cruz (Tenerife) al grupo canario Macaronesian Hotels & Resorts.



### Resort Mare Nostrum

Asesoramiento a Brookfield en la adquisición y DDT de una cadena hotelera con seis hoteles de 4 y 5 estrellas y más de 2.220 habitaciones, incluyendo el Mare Nostrum Resort de Tenerife con 1.036 habitaciones.



# Experiencia Local de Colliers

## ISLAS Baleares

### Hotel Presidente

Asesoramiento a Bank of America y Oakhill en la venta del hotel Presidente en Ibiza (5\*-242 habs) a Meridia Capital.



### Hotel Kimpton Aysla

Asesoramiento a Pictet en la venta del primer hotel vacacional que gestionará IHG bajo la marca Kimpton en España. Operación estructurada mediante una operación llave en mano en la que el nuevo inversor adquiere una posición mayoritaria en la joint venture.



### Hotel MySeaHouse Neptuno

Asesoramiento en la venta del Hotel MySeaHouse Neptuno ubicado en primera línea de la Playa de Palma, Mallorca a Universal Beach Hotels, cadena mallorquina de origen suizo.



### Mondrian & Hyde Cala Llonga

Ennismore anuncia la entrada de sus marcas Mondrian y Hyde en Ibiza, en el antiguo Hotel Sirenis Cala Llonga. Colliers asesoró a Apollo en la compra y BOH del hotel, firmando contrato de gestión con Grupo Accor.



### Hotel Grupo Ferrer

Asesoramiento a los accionistas de Grupo Ferrer en la venta de un porcentaje mayoritario del grupo hotelero al fondo Cerberus Capital Management, incluyendo un portfolio con tres hoteles en propiedad, dos en arrendamiento y uno bajo gestión.



### Mandarin Oriental Punta Negra

Asesoramiento a Blasson Property Investments en la adquisición del Hotel Punta Negra en Calviá, Mallorca para su transformación en un hotel 5\* GL operado por Mandarin Oriental. Volumen inversión: 180 M€.





## Contactos

### Laura Hernando

Managing Director  
+34 91 579 84 00  
laura.hernando@colliers.com

### Gonzalo Gutiérrez

Managing Director  
+34 91 579 84 00  
gonzalo.gutierrez@colliers.com

### Claudia Muñiz

Associate Director  
+34 91 579 84 00  
claudia.muniz@colliers.com

### Jordi Boncompte

Senior Analyst  
+34 91 579 84 00  
jordi.boncompte@colliers.com

### Hugo González

Analyst  
+34 91 579 84 00  
hugo.gonzalez@colliers.com

## Nuestras oficinas

### Madrid

Paseo de la Castellana, 141  
Edificio Cuzco IV - 14<sup>th</sup> Floor | 28046  
T. +34 91 579 84 00

### Barcelona

Avenida Diagonal, 618  
7<sup>th</sup> Floor | 08037  
T. +34 93 410 26 80

### Valencia

Paseo de Ruzafa, 20  
46002  
T. +34 93 410 26 80

### Málaga

Plaza de la Solidaridad, 12  
29006  
T. +34 607 73 85 25

### Marbella

C. Negocios Tembo, Bl A, Of 3  
29602  
T. +34 680 42 37 10

### Lisboa

R. Barata Salgueiro, 37  
1250-165  
T. +351 93 346 15 33

Copyright © 2024 Colliers. Todos los derechos reservados. Este documento ha sido preparado por Colliers International únicamente con fines de información general. Colliers International no ofrece garantías de ningún tipo, expresas o implícitas, respecto a la información publicada, incluidas, entre otras, las garantías de contenido, precisión y fiabilidad. Cualquier parte interesada debe realizar sus propias averiguaciones sobre la veracidad de la información. Colliers International no se hace responsable de términos, condiciones y/o garantías inferidas o implícitas que surjan de este documento y no asume ninguna responsabilidad por pérdidas y daños que surjan de ellos.

[www.colliers.com](http://www.colliers.com)

