

GRUPO



# “VALORACIÓN DE LA PLANTA HOTELERA DE LAS ISLAS CANARIAS 2024”

TASALIA Sociedad de Tasación, (Grupo Alia) es una empresa balear, líder en valoraciones, análisis y asesoramiento inmobiliario, especializada en el sector turístico y en su oferta complementaria. Inscrita en el Registro de Entidades Especializadas en Tasación del Banco de España, con el Nº4383, en fecha 18 de abril de 1990. +34 971728822 (F) +34 971718838. [www.tasalia.es](http://www.tasalia.es)

# “Valoración de la Planta Hotelera Vacacional de las Islas Canarias en 2024”

## Valoración de la Planta Hotelera Vacacional: **Alia** **TASALIA** Isla Canarias 2024

Visión sintética, técnica y representativa del valor económico de los activos hoteleros.  
Mercado robusto y líder estructural.

**La Palma:**  
110,7 M€ | 75.262 €/hab

Fase de reconstrucción  
tras evento volcánico,  
enfocada en resiliencia  
y sostenibilidad.



**209.661 € (ValuePAR Promedio Regional)**

Valor promedio regional por habitación disponible, impulsado por  
la eficiencia operativa y la baja estacionalidad

**Tenerife:** 8.935 M€ | 221.328 €/hab

Corona Líder en valor absoluto, impulsado por  
el segmento de lujo en Adeje y Arona.



**Lanzarote:**  
4.102 M€ | 233.902 €/hab

Diamond Mayor valor por habitación  
(ValuePAR), gracias a un modelo  
especializado de alto valor.



**La Gomera:** 71,7 M€ | 139.710 €/hab

Leaf Modelo de baja densidad y turismo  
de naturaleza, valor por habitación  
selectivo y estable.



**El Hierro:** 8,3 M€ | 66.799 €/hab

Test tube Modelo de isla laboratorio con parque hotelero  
reducido, enfocado en exclusividad ambiental.



**Gran Canaria:**  
6.997 M€ | 230.686 €/hab

Sun Alta eficiencia de capital inmobiliario,  
especialmente en San Bartolomé de  
Tirajana.



**Fuerteventura:**  
3.243 M€ | 150.245 €/hab

Sun Modelo de volumen y grandes  
resorts de Sol y Playa, con alto  
potencial de reposicionamiento.



### Lógica Provincial del Valor

Provincia de Las Palmas (61,1% del valor)

14.341 M€: Potencia combinada de Gran Canaria  
y Lanzarote.

Provincia de Sta. Cruz de Tenerife (38,9% del valor)

9.126 M€: Estructura más diversificada y policéntrica  
liderada por Tenerife.

### Indicadores Macroeconómicos Regionales

**23.468 Millones de Euros**

Valor total agregado de la planta hotelera vacacional en 2024,  
reafirmando su liderazgo en el mercado español.

**+45% Superior a Mallorca**

La planta hotelera canaria supera significativamente en valor  
total, evidenciando mayor densidad y continuidad operativa.

### Notas de Confidencialidad

El equipo de investigación de TASALIA Grupo ALIA, liderado por Octavio Claro Izaguirre ha realizado este informe con la asesoría del Dr. Arnoldus M. van den Hurk. Se permite la generación de obras derivadas, siempre que no se haga un uso comercial. Tampoco se puede utilizar la obra original con finalidades comerciales. Cualquier modificación a estos derechos de propiedad necesitará del permiso por escrito de TASALIA Grupo Alia.



## TABLA DE CONTENIDOS

<b>1</b>	<b>RESUMEN EJECUTIVO .....</b>	<b>5</b>
<b>2</b>	<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>9</b>
2.1	Valor por habitación en las Islas Canarias .....	9
2.2	Valor por Hotel, Plaza y Planta de las Islas Canarias .....	13
2.3	Comparativa Canarias y Mallorca 2024.....	15
2.4	Análisis múltiple de Sensibilidad del Valor .....	18
<b>3</b>	<b>PANORAMA ECONÓMICO Y DE MERCADO.....</b>	<b>22</b>
3.2	Evolución Estructural del Sector Turístico Canario .....	22
3.3	Análisis Cuantitativo Oferta Alojativa Reglada por Isla.....	23
3.4	Dinámica de Precios, Ocupación y Desempeño por Isla.....	25
3.5	Tenerife: El Liderazgo del Lujo y la Renovación Estratégica .....	25
3.6	Gran Canaria: El Reto de la Renovación en un Destino Maduro .....	27
3.7	Lanzarote: Sostenibilidad, Saturación y Capacidad de Carga .....	28
3.8	Fuerteventura: El Gigante del "Sol y Playa" y el Todo Incluido .....	28
3.9	Las "Islas Verdes": La Palma, La Gomera y El Hierro.....	29
3.10	Análisis Transversal por Categoría de Estrellas.....	29
3.11	El Desafío Estructural: Vivienda Vacacional vs. Oferta Reglada.....	30
3.12	Perspectivas Futuras .....	31
<b>4</b>	<b>BARÓMETRO RENTABILIDAD HOTELERA DE LAS ISLAS CANARIAS ....</b>	<b>33</b>
4.1	Análisis de Rendimiento Hotelero en 2024.....	33
4.2	Análisis Comparativo por Tipología de Destino.....	34
4.3	Análisis Detallado por Isla: KPIs de Rentabilidad .....	37
<b>5</b>	<b>ESTRUCTURA ALOJATIVA PLANTA HOTELERA .....</b>	<b>42</b>
5.1	Tipología de establecimientos tratados .....	42
5.2	Estructura alojativa de las Islas Canarias .....	43
5.3	Provincia de Las Palmas .....	44
5.4	Provincia de Santa Cruz de Tenerife .....	44
5.5	Isla de Lanzarote .....	45
5.6	Isla de Fuerteventura .....	46
5.7	Isla de Gran Canaria .....	46
5.8	Isla de Tenerife .....	47
5.9	Isla de La Gomera .....	47
5.10	Isla de La Palma .....	48
5.11	Isla de El Hierro .....	48
5.12	Hoteles, Habitaciones y Plazas hoteles 2, 4 y 5 estrellas .....	49

<b>6 EL VALOR POR HABITACIÓN EN CANARIAS 2024.....</b>	<b>55</b>
6.1 El ValuePAR en Canarias .....	55
6.2 ValuePAR por provincias .....	56
6.3 ValuePAR por Isla .....	57
6.4 ValuePAR en Lanzarote y Municipios .....	60
6.5 ValuePAR en Fuerteventura y Municipios .....	63
6.6 ValuePAR en Gran Canaria y Municipios .....	66
6.7 ValuePAR en Tenerife y Municipios .....	70
6.8 ValuePAR en La Gomera y Municipios .....	78
6.9 ValuePAR en La Palma y Municipios .....	80
6.10 ValuePAR en El Hierro y Municipios .....	82
<b>7 EL VALOR POR HOTEL Y PLAZA: CANARIAS 2024.....</b>	<b>86</b>
7.1 Valor por Hotel y Plaza en Canarias y Provincias .....	86
7.2 Valor por Hotel y Plaza: Lanzarote y municipios .....	87
7.3 Valor por Hotel y Plaza: Fuerteventura y municipios .....	90
7.4 Isla de Gran Canaria – Valor por hotel y por plaza .....	92
7.5 Valor por Hotel y Plaza: Tenerife y municipios .....	95
7.6 Valor por Hotel y Plaza: La Gomera y municipios .....	99
7.7 Isla de La Palma – Valor por hotel y por plaza .....	102
7.8 Isla de El Hierro – Valor por hotel y por plaza .....	104
<b>8 VALOR PLANTA HOTELERA CANARIAS 2024.....</b>	<b>108</b>
8.2 Valor Planta Hotelera Canarias y Provincias .....	110
8.3 Valor Planta Hotelera – Isla de Lanzarote .....	111
8.4 Valor Planta Hotelera – Isla de Fuerteventura .....	112
8.5 Valor Planta Hotelera: Gran Canaria y municipios .....	113
8.6 Valor Planta Hotelera: Tenerife y municipios .....	114
8.7 Valor Planta Hotelera: isla de La Gomera .....	115
8.8 Valor Planta Hotelera: isla de La Palma .....	116
8.9 Valor Planta Hotelera: El Hierro y municipios .....	118
<b>9 EVOLUCIÓN VALOR 2018 - 2024 CANARIAS .....</b>	<b>120</b>
9.2 Evolución del ValuePAR: Canarias 2018-2024 .....	120
9.3 ValuePAR 2018–2024: Lanzarote consolida su liderazgo .....	122
9.4 ValuePAR 2018–2024: Fuerteventura y su ralentización estructural .....	124
9.5 ValuePAR 2018–2024: Gran Canaria resiste, pero necesita renovarse .....	126
9.6 ValuePAR 2018–2024: Tenerife, líder en valor agregado, pero con señales de polarización .....	128
9.7 ValuePAR 2018–2024: La Gomera, un valor estable pero limitado .....	130
9.8 ValuePAR 2018–2024: La Palma, entre la adversidad y la resiliencia .....	132
9.9 ValuePAR 2018–2024: El Hierro, crecimiento en la periferia .....	133
9.10 Evolución del valor de la Planta Hotelera 2018-2024 .....	134

<b>10 VALOR 2024: CANARIAS versus MALLORCA.....</b>	<b>138</b>
10.1 ValuePAR: Canarias versus Mallorca 2024.....	138
10.2 Valor Planta Hotelera 2024: Canarias versus Mallorca .....	139
10.3 Valor por Hotel: Canarias versus Mallorca 2024 .....	141
10.4 Valor por Plaza: Canarias vs. Mallorca 2024.....	142
<b>11 ANALISIS DE SENSIBILIDAD CANARIAS .....</b>	<b>145</b>
11.1 Sensibilidad a la Tasa de Interés.....	145
11.1 Sensibilidad al Coste de Capital (WACC).....	148
11.2 Sensibilidad respecto al RevPAR .....	151
11.3 Sensibilidad respecto al porcentaje del % GOPPAR.....	153
11.4 Análisis múltiple de sensibilidad .....	156
11.5 Conclusión integrada del análisis de sensibilidad .....	159
<b>12 REFERENCIAS.....</b>	<b>161</b>
12.1 Bibliografía .....	161
12.2 Obras Citadas .....	164
<b>13 ANEXO 1: METODOLOGÍA DE LA VALORACIÓN .....</b>	<b>166</b>
13.1 Metodología de Valoración .....	166
13.2 Fórmula de valoración hotelera .....	169
13.3 El Coste Ponderado de Capital (WACC) .....	170

# 1 RESUMEN EJECUTIVO

“El valor de la planta hotelera de Canarias en 2024 fue de 23.468 millones de euros. Un 45% más que la de Mallorca.

... y por qué debería importarte”

## ¿Qué es y para qué sirve este estudio?

El presente informe **no analiza la actividad turística desde una óptica coyuntural**, sino que aplica metodologías profesionales de valoración inmobiliaria al estudio estructural de la planta hotelera vacacional de Canarias.

Más allá del comportamiento del mercado hotelero o la evolución de indicadores turísticos como el ADR o la ocupación, **el enfoque de este informe se centra en el valor inmobiliario** generado por los activos hoteleros: cuánto valen, cómo se distribuye ese valor, y cómo puede evolucionar en función de variables económicas clave como el coste de capital, el RevPAR o el retorno operativo.

*Este no es un estudio turístico. Es un informe de valoración estratégica de activos hoteleros.*

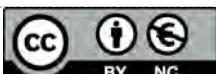
No es solo una fotografía del valor de los hoteles en 2024. Es una herramienta estratégica para:

- **Estimar el valor económico** de la planta hotelera canaria por **isla, provincia, categoría y municipio**.
- **Justificar decisiones de inversión, reposicionamiento o reconversión** hotelera, pública o privada.
- **Comparar y proyectar** la evolución del valor desde 2018, y anticipar escenarios futuros.
- **Visualizar con claridad** las zonas de mayor y menor rentabilidad, optimizando dónde poner foco.

*Este informe traduce habitaciones y plazas en millones de euros. Convierte métricas técnicas en decisiones estratégicas.*

## Valoración agregada y evolución estructural

El valor total de la planta hotelera vacacional de Canarias en 2024 asciende a **23.468 millones de euros**, superando en un **+45%** a Mallorca.



Este dato, por sí solo, **confirma el liderazgo estructural del archipiélago canario** en el turismo español.

Pero no todas las islas pesan igual:

- **Tenerife y Gran Canaria concentran casi el 60% del valor total**, seguidas por Lanzarote y Fuerteventura.
- **La evolución 2018–2024**, ajustada a inflación, muestra que **Canarias ha crecido un 6% en términos reales**, con fuertes contrastes: Lanzarote (+27%) y La Palma (+4%) frente a retrocesos en La Gomera (-23%).

*“La planta hotelera canaria no sólo vale más. Evoluciona, se adapta... o se estanca.”*

## Distribución geográfica del valor

- **Las Palmas lidera con 14.341 M€**, el 61% del valor regional, gracias al peso de Gran Canaria y Lanzarote.
- **Santa Cruz de Tenerife**, con 9.126 M€, muestra más fragmentación y oportunidades de reposicionamiento.
- **Las islas menores** (La Gomera, La Palma, El Hierro) representan solo el 1% del valor... pero concentran potencial de impacto local y necesidad de políticas específicas.

*“En valor agregado, gana el volumen. En valor estratégico, gana la precisión territorial.”*

## Indicadores de rentabilidad: ValuePAR

El **ValuePAR** (valor por habitación disponible) es la métrica estrella de este informe. Resume la interacción de variables en ADR (tarifa media diaria), Ocupación, Ventas (RevPAR) Rentabilidad operativa (%GOPPAR), estacionalidad y el coste de capital (WACC).

Los resultados de 2024 hablan claro:

- **Canarias: 209.661 €/habitación**
- **Lanzarote: 233.902 €**, la más rentable del archipiélago
- **El Hierro y La Palma: por debajo de 75.000 €**, señal de riesgo o de oportunidad, según se mire.

*“El ValuePAR no solo mide cuánto ganas. Mide cuánto vales.”*



## Sensibilidad económica del valor hotelero

El estudio analiza cómo variaría el valor hotelero si cambian:

- **El coste de capital (WACC)**
- **La tasa de interés**
- **El RevPAR**
- **El % GOPPAR (rentabilidad operativa)**

Resultado: **un cambio del ±10% en estas variables puede modificar el valor total entre -10,41% y +6,07%.**

La planta hotelera **es sensible, pero también resistente**, especialmente en destinos consolidados como Tenerife o Gran Canaria.

*“El valor hotelero no es inamovible: basta un 10% de variación en los factores clave para mover cientos de millones. Este informe revela dónde está el riesgo... y dónde sigue firme la resiliencia.”*

## Conclusión

Canarias **vale más que nunca**. Su planta hotelera es robusta, rentable y estratégicamente distribuida. Pero **ese valor no está garantizado**: depende de seguir invirtiendo, modernizando y adaptándose.

Este estudio es **un mapa de valor**, no solo para mirar el pasado, sino para decidir el futuro.

*“En un sector donde todos hablan de ocupación... los que deciden hablan de valor.”*

## Resumen Ejecutivo: Valoración de la Planta Hotelera de Canarias 2024

Este informe técnico analiza el valor estratégico y económico de la planta hotelera de Canarias en 2024, centrándose en el ValuePAR como indicador clave de rendimiento.

### BLOQUE 1: PROPÓSITO Y UTILIDAD ESTRATÉGICA



#### Herramienta de Decisión Estratégica

El estudio permite estimar el valor económico por isla, categoría y municipio para justificar inversiones y reposicionamientos.



#### De Métricas a Estrategia

Traduce indicadores técnicos como ADR y ocupación en valor patrimonial (millones de euros) para facilitar la visión de negocio.



#### El Concepto ValuePAR

Métrica estrella que resume ADR, ocupación, rentabilidad operativa (%GOPPAR) y coste de capital (WACC) en un solo valor por habitación.

### BLOQUE 2: ANÁLISIS DE LA PLANTA Y DISTRIBUCIÓN DEL VALOR

#### 23.468 MILLONES DE EUROS

Valor total de la planta hotelera vacacional de Canarias en 2024, un +45% superior al de Mallorca.



#### Concentración Geográfica

Tenerife y Gran Canaria concentran casi el 60% del valor total del archipiélago.



#### Hegeonomía de la Gama Alta

Los hoteles de 4 y 5 estrellas representan más del 76% de la capacidad alojativa total en habitaciones.

#### DISTRIBUCIÓN DE VALOR POR ISLA (2024)

Isla	Valor Total (M€)	% sobre el Total	ValuePAR Medio (€)
Tenerife	8.935	38,07%	221.328 €
Gran Canaria	6.997	29,81%	230.686 €
Lanzarote	4.102	17,48%	233.902 €
Fuerteventura	3.243	13,82%	150.245 €
Islas Menores*	191	0,82%	< 75.300 €

\*Incluye La Palma, La Gomera y El Hierro.

### BLOQUE 3: CONCLUSIONES EJECUTIVAS Y SENSIBILIDAD

#### Canarias vs. Mallorca

Canarias Global: 209.661 € ValuePAR

Mallorca 147.258 € ValuePAR

+42,4%  
superior.

#### Evolución 2018-2024



Crecimiento nominal

+26,3%

+5% en términos reales  
tras ajustar inflación.

#### Sensibilidad del Valor



El valor total es altamente elástico; cambios de ±10% en variables financieras/operativas pueden variar el valor entre -10,41% y +6,07%.



Brecho de casi 200.000 € entre ValuePAR 5★ (332.868 €), y 3★ (136.310 €).

#### El Valor de la Categoría

Variable Crítica	Impacto en el Valor (Escenario +15%)	Impacto en el Valor (Escenario -15%)
Tasa de Interés	-6,3%	+6,2%
WACC (Coste Capital)	-13%	+17,6%
RevPAR	+24,2%	-24,2%
% GOPPAR (Margen)	+14,0%	-12,0%

## 2 CONCLUSIONES

### 2.1 Valor por habitación en las Islas Canarias

El valor medio por habitación (ValuePAR) de la planta hotelera vacacional en las Islas Canarias en 2024 alcanza los **209.310 €**, resultado de la interacción entre tres variables clave: **precio medio diario (ADR)**, **nivel de ocupación** y **rentabilidad operativa por habitación disponible (RevPAR)**.

La segmentación por categoría revela una clara jerarquía de valor. Los hoteles de **5 estrellas** presentan un **ValuePAR medio de 332.868 €**, impulsado por un ADR de **205,26 €** y una ocupación media del **84,61%**. Le siguen los hoteles de **4 estrellas**, con un valor por habitación de **219.846 €** y una tasa de ocupación incluso superior (**87,36%**), aunque con un ADR más moderado (**135,21 €**). Por último, los establecimientos de **3 estrellas** presentan un ValuePAR de **136.310 €**, condicionado por una tarifa media de **96,29 €** y una ocupación del **83,72%**.

	ADR 2024	Ocupación 2024	RevPAR 2024	ValuePAR Canarias 2024
<b>ISLAS CANARIAS</b>	<b>130,83 €</b>	<b>83,96%</b>	<b>109,84 €</b>	<b>209.310 €</b>
<b>5 estrellas</b>	<b>205,26 €</b>	<b>84,61%</b>	<b>173,68 €</b>	<b>332.868 €</b>
<b>4 estrellas</b>	<b>135,21 €</b>	<b>87,36%</b>	<b>118,13 €</b>	<b>219.846 €</b>
<b>3 estrellas</b>	<b>96,29 €</b>	<b>83,72%</b>	<b>80,61 €</b>	<b>136.310 €</b>

Este patrón creciente de valor con la categoría confirma el impacto directo de la calidad percibida, el posicionamiento en el mercado y el poder de fijación de precios sobre la creación de valor de los activos hoteleros en Canarias.

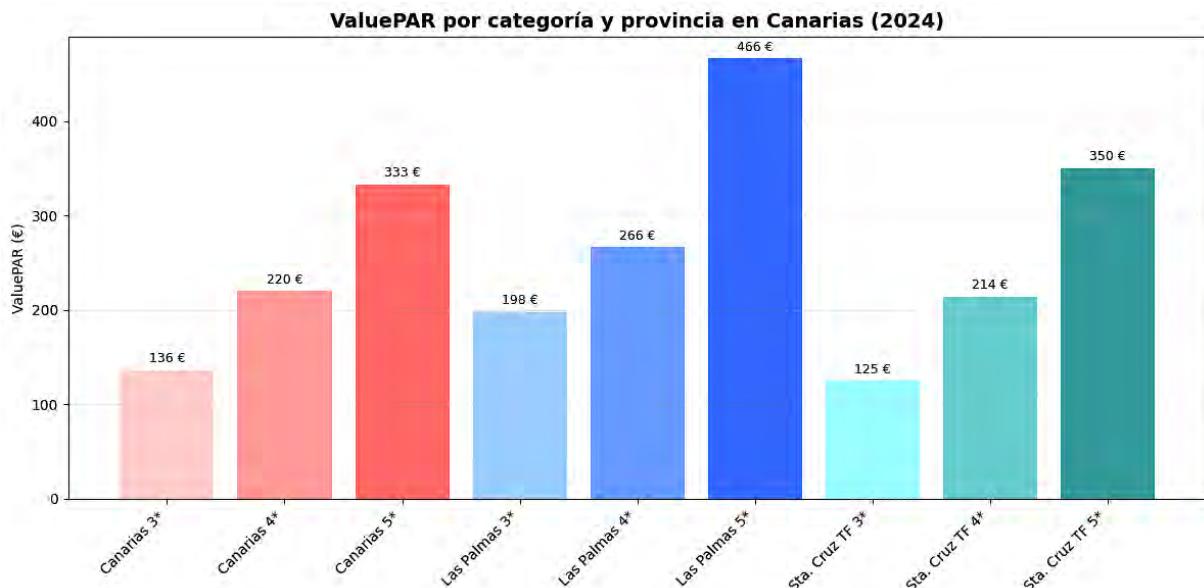
#### 2.1.1 Valor por provincia

El valor medio por habitación (ValuePAR) de la planta hotelera vacacional en 2024 presenta diferencias notables entre las dos provincias canarias. **Santa Cruz de Tenerife**, con un ValuePAR medio de **214.998 €**, supera ligeramente a **Las Palmas**, que registra un promedio de **205.832 €** por habitación.

Estas diferencias responden tanto a variables operativas (ADR y ocupación) como a la composición del parque hotelero. Santa Cruz de Tenerife presenta el ADR más elevado del archipiélago (**141,00 €**) y una ocupación media del **83,53%**, mientras que Las Palmas alcanza un ADR medio de **131,54 €** con una ocupación del **85,03%**.

	ADR 2024	Ocupación 2024	RevPAR 2024	ValuePAR Canarias 2024
<b>ISLAS CANARIAS</b>	<b>130,83 €</b>	<b>83,96%</b>	<b>109,84 €</b>	<b>209.310 €</b>
<b>5 estrellas</b>	<b>205,26 €</b>	<b>84,61%</b>	<b>173,68 €</b>	<b>332.868 €</b>
<b>4 estrellas</b>	<b>135,21 €</b>	<b>87,36%</b>	<b>118,13 €</b>	<b>219.846 €</b>
<b>3 estrellas</b>	<b>96,29 €</b>	<b>83,72%</b>	<b>80,61 €</b>	<b>136.310 €</b>
<b>Provincia Las Palmas</b>	<b>131,54 €</b>	<b>85,03%</b>	<b>111,86 €</b>	<b>205.832 €</b>
5 estrellas	207,82 €	83,76%	174,08 €	466.247 €
4 estrellas	140,99 €	88,09%	124,20 €	302.472 €
3 estrellas	99,56 €	84,24%	83,87 €	197.616 €
<b>Prov. Sta Cruz de Tenerife</b>	<b>141,00 €</b>	<b>83,53%</b>	<b>117,78 €</b>	<b>214.998 €</b>
5 estrellas	201,09 €	86,05%	173,03 €	350.404 €
4 estrellas	125,77 €	86,03%	108,20 €	214.002 €
3 estrellas	90,95 €	82,77%	75,28 €	124.786 €

El liderazgo de Santa Cruz de Tenerife en ValuePAR está especialmente impulsado por los hoteles de **5 estrellas**, que alcanzan un valor medio de **350.404 €**, frente a los **466.247 €** de Las Palmas. Sin embargo, es en los hoteles de **3 estrellas** donde se aprecia una inversión del patrón: **Santa Cruz** muestra un ValuePAR significativamente menor (**124.786 €**) frente a los **197.616 €** de **Las Palmas**, reflejando un mejor desempeño operativo en este segmento dentro de la provincia oriental.



Estas divergencias provinciales son clave para entender las dinámicas de valor inmobiliario hotelero en Canarias y deben tenerse en cuenta en cualquier análisis de inversión o reposicionamiento estratégico.



## 2.1.2 Diferencias entre islas: el ValuePAR como mapa estratégico

	ADR 2024	Ocupación 2024	RevPAR 2024	ValuePAR Canarias 2024
<b>ISLAS CANARIAS</b>	<b>130,83 €</b>	<b>83,96%</b>	<b>109,84 €</b>	<b>209.661 €</b>
<b>5 estrellas</b>	<b>205,26 €</b>	<b>84,61%</b>	<b>173,68 €</b>	<b>332.868 €</b>
<b>4 estrellas</b>	<b>135,21 €</b>	<b>87,60%</b>	<b>118,45 €</b>	<b>220.450 €</b>
<b>3 estrellas</b>	<b>96,29 €</b>	<b>83,72%</b>	<b>80,61 €</b>	<b>136.310 €</b>
<b>1 Isla de LANZAROTE</b>	<b>134,7 €</b>	<b>88,00%</b>	<b>118,54 €</b>	<b>233.902 €</b>
5 estrellas	193,98 €	85,95%	166,72 €	340.483 €
4 estrellas	133,36 €	89,41%	119,24 €	239.112 €
3 estrellas	102,19 €	80,79%	82,55 €	151.983 €
<b>2 Isla de FUERTEVENTURA</b>	<b>114,7 €</b>	<b>81,95%</b>	<b>94,0 €</b>	<b>150.245 €</b>
5 estrellas	196,40 €	87,02%	170,91 €	347.328 €
4 estrellas	138,48 €	88,38%	122,39 €	227.946 €
3 estrellas	94,21 €	81,95%	77,20 €	134.554 €
<b>3 Isla de GRAN CANARIA</b>	<b>141,7 €</b>	<b>85,18%</b>	<b>120,7 €</b>	<b>230.686 €</b>
5 estrellas	223,95 €	80,64%	180,58 €	353.655 €
4 estrellas	147,19 €	88,01%	129,54 €	249.159 €
3 estrellas	101,85 €	87,76%	89,38 €	162.648 €
<b>4 Isla de TENERIFE</b>	<b>143,8 €</b>	<b>84,08%</b>	<b>120,9 €</b>	<b>221.328 €</b>
5 estrellas	206,42 €	86,41%	178,38 €	357.046 €
4 estrellas	128,24 €	86,86%	111,39 €	217.860 €
3 estrellas	91,96 €	83,66%	76,94 €	136.376 €
<b>5 Isla de LA GOMERA</b>	<b>107,20 €</b>	<b>77,05%</b>	<b>82,60 €</b>	<b>139.710 €</b>
5 estrellas	153,88 €	79,20%	121,87 €	177.530 €
4 estrellas	95,60 €	79,60%	76,10 €	121.861 €
3 estrellas	68,55 €	76,67%	52,56 €	63.171 €
<b>6 Isla de LA PALMA</b>	<b>81,10 €</b>	<b>62,27%</b>	<b>50,50 €</b>	<b>75.262 €</b>
5 estrellas	78,41 €	66,88%	52,44 €	82.016 €
4 estrellas	70,22 €	50,11%	35,19 €	55.014 €
3 estrellas	71,40 €	55,84%	39,87 €	48.926 €
<b>7 Isla EL HIERRO</b>	<b>81,00 €</b>	<b>55,31%</b>	<b>44,80 €</b>	<b>66.799 €</b>
5 estrellas	116,27 €	65,78%	76,49 €	103.580 €
4 estrellas	103,70 €	67,96%	70,47 €	91.296 €
3 estrellas	86,79 €	57,46%	49,86 €	47.830 €

A nivel interinsular, los resultados muestran con claridad que:

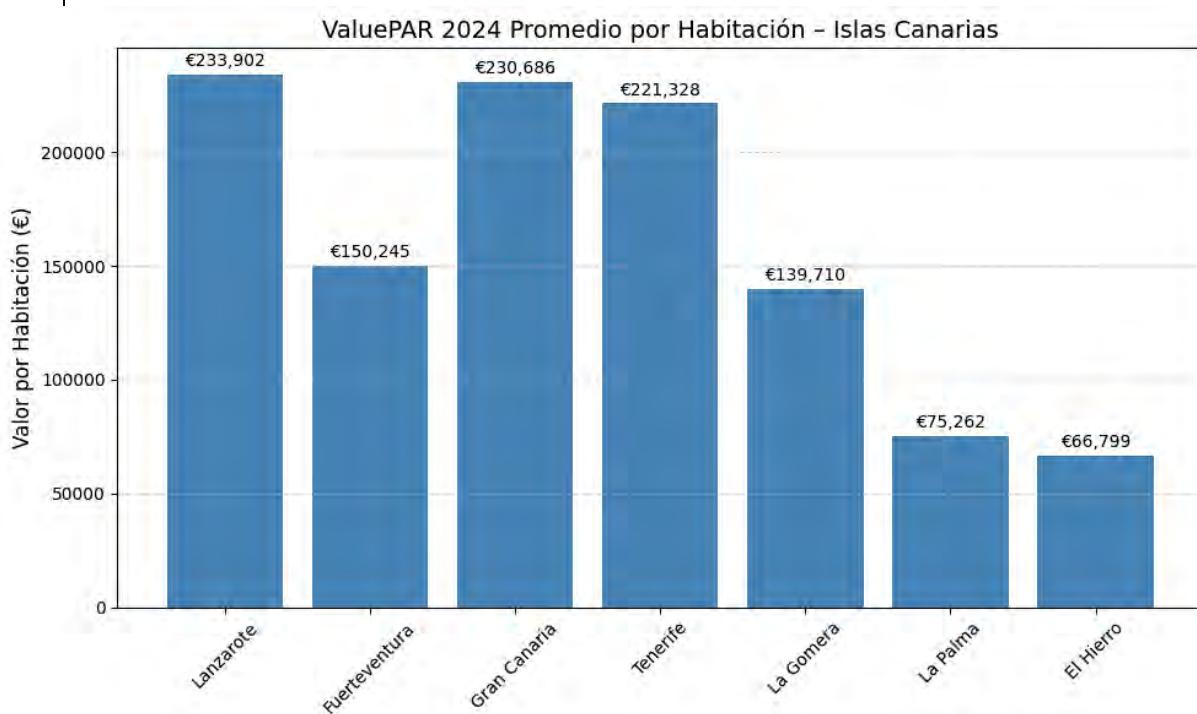
- **Tenerife** lidera en valor por habitación con un ValuePAR medio de **158.157 €**, posicionándose como el destino hotelero más valioso del archipiélago.



- Le sigue **Gran Canaria**, con **143.703 € por habitación**, reflejando un alto grado de consolidación y diversidad de oferta.
- **Lanzarote** alcanza un notable **139.436 €**, impulsado por la calidad de sus zonas turísticas como Tías y Yaiza.
- **Fuerteventura** se sitúa en un escalón medio, con **114.409 €**, mostrando un mix entre destinos consolidados y zonas aún en evolución.
- **La Gomera** presenta un ValuePAR medio de **85.692 €**, manteniendo un perfil más selectivo y de baja densidad.
- **La Palma**, pese a los efectos del reciente evento volcánico, registra un valor de **82.101 €**, en línea con la categoría de sus establecimientos.
- Finalmente, **El Hierro** muestra el valor por habitación más bajo del archipiélago: **68.249 €**, reflejando su carácter marginal en el turismo masivo.

Este ValuePAR no es simplemente una cifra contable: es el reflejo de la percepción de valor económico, turístico y patrimonial que cada destino proyecta. De ahí que su análisis sea fundamental para cualquier estrategia de inversión, reposicionamiento o reconversión.

*“Donde otros ven camas, nosotros vemos valor. El ValuePAR convierte el mapa turístico en un mapa de decisiones económicas.”*

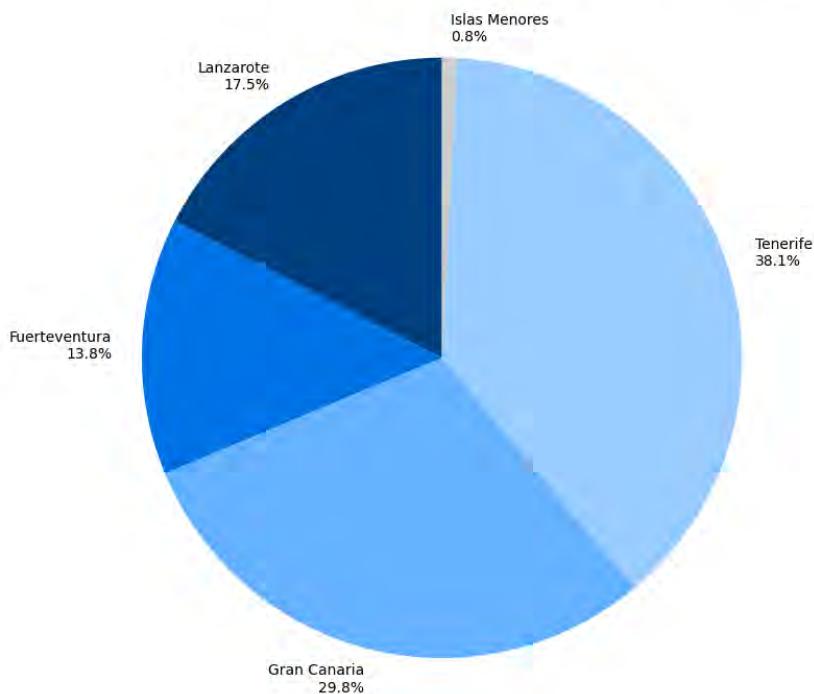


## 2.2 Valor por Hotel, Plaza y Planta de las Islas Canarias

El valor total de la planta hotelera vacacional de Canarias en 2024 alcanza los **23.467 millones de euros**, consolidando al archipiélago como uno de los principales activos inmobiliarios turísticos de Europa. Este valor está repartido de forma desigual entre las dos provincias y, dentro de ellas, entre las diferentes islas.

	ValuePAR Canarias 2024	Valor Hotel Canarias 2024	VALOR PLANTA HOTELERA 2024	Valor Plaza Canarias 2024
<b>ISLAS CANARIAS</b>	<b>209.661 €</b>	<b>48.624.899 €</b>	<b>23.467.847.261 €</b>	<b>93.794 €</b>
<b>1 Isla de LANZAROTE</b>	<b>233.902 €</b>	<b>61.793.581 €</b>	<b>4.102.262.954 €</b>	<b>99.926 €</b>
<b>2 Isla de FUERTEVENTURA</b>	<b>150.245 €</b>	<b>41.733.261 €</b>	<b>3.242.919.902 €</b>	<b>66.602 €</b>
<b>3 Isla de GRAN CANARIA</b>	<b>230.686 €</b>	<b>51.408.621 €</b>	<b>6.996.756.508 €</b>	<b>104.502 €</b>
<b>4 Isla de TENERIFE</b>	<b>221.328 €</b>	<b>50.882.147 €</b>	<b>8.935.161.545 €</b>	<b>99.973 €</b>
<b>5 Isla de LA GOMERA</b>	<b>139.710 €</b>	<b>8.071.744 €</b>	<b>71.696.076 €</b>	<b>76.786 €</b>
<b>6 Isla de LA PALMA</b>	<b>75.262 €</b>	<b>9.222.514 €</b>	<b>110.747.671 €</b>	<b>37.387 €</b>
<b>7 Isla EL HIERRO</b>	<b>66.799 €</b>	<b>3.422.327 €</b>	<b>8.302.605 €</b>	<b>35.071 €</b>
<b>Provincia Las Palmas</b>	<b>206.499 €</b>	<b>51.185.880 €</b>	<b>14.341.939.364 €</b>	<b>91.526 €</b>
<b>Prov. Sta Cruz de Tenerife</b>	<b>214.830 €</b>	<b>45.080.242 €</b>	<b>9.125.907.897 €</b>	<b>86.788 €</b>

Distribución % del Valor de Planta Hotelera 2024 por Isla (Canarias)



La provincia de Las Palmas concentra el 61,1% del valor total, con 14.342 millones de euros, mientras que Santa Cruz de Tenerife representa el 38,9%



restante, con **9.126 millones de euros**. Esta diferencia se explica tanto por el número de plazas como por la mayor concentración de destinos consolidados con amplia capacidad alojativa en Gran Canaria, Fuerteventura y Lanzarote.

A nivel insular, **Tenerife lidera en valor absoluto**, con una planta hotelera que asciende a **8.935 millones de euros**, seguida de **Gran Canaria (6.997 M€)**, **Lanzarote (4.102 M€)** y **Fuerteventura (3.243 M€)**. Estas cuatro islas concentran más del 95% del valor total de la planta hotelera canaria.

Por debajo del umbral de los mil millones de euros se sitúan las llamadas islas menores: **La Gomera (71,7 M€)**, **La Palma (110,7 M€)** y **El Hierro (8,3 M€)**, cuyo peso relativo en el mercado regional es reducido pero puede representar oportunidades de nicho en términos de desarrollo sostenible o turismo de naturaleza.

Este análisis del valor agregado de la planta hotelera permite identificar la escala del activo inmobiliario vacacional en Canarias, su distribución territorial y su enorme importancia estratégica en términos de inversión, empleo y planificación regional.

### 2.2.1 Evolución del valor por habitación entre 2018 y 2024

Entre los años 2018 y 2024, el **ValuePAR** (valor por habitación ponderado) en el conjunto de las Islas Canarias experimentó un crecimiento del **26,3% en términos nominales**. Sin embargo, si se descuenta la inflación acumulada en el período (estimada en torno al 19% en Canarias), el crecimiento **real** se reduce a **un modesto 6,04%**, lo que revela un desempeño más contenido en términos de rentabilidad efectiva por habitación.

	ValuePAR Canarias 2024	ValuePAR Canarias 2024 versus 2018 (nominal)	ValuePAR Canarias 2024 versus 2018 (real)
<b>ISLAS CANARIAS</b>	<b>209.661 €</b>	<b>126,29%</b>	<b>106,04%</b>
<b>1 Isla de LANZAROTE</b>	<b>233.902 €</b>	<b>151,65%</b>	<b>127,33%</b>
<b>2 Isla de FUERTEVENTURA</b>	<b>150.245 €</b>	<b>96,03%</b>	<b>80,63%</b>
<b>3 Isla de GRAN CANARIA</b>	<b>230.686 €</b>	<b>124,64%</b>	<b>104,65%</b>
<b>4 Isla de TENERIFE</b>	<b>221.328 €</b>	<b>140,39%</b>	<b>117,87%</b>
<b>5 Isla de LA GOMERA</b>	<b>139.710 €</b>	<b>91,49%</b>	<b>76,81%</b>
<b>6 Isla de LA PALMA</b>	<b>75.262 €</b>	<b>49,28%</b>	<b>41,38%</b>
<b>7 Isla EL HIERRO</b>	<b>66.799 €</b>	<b>132,34%</b>	<b>111,12%</b>

Por islas, destacan tres realidades bien diferenciadas:

- **Crecimientos significativos reales:** *Lanzarote (+27,33%), Tenerife (+17,87%) y El Hierro (+11,12%)* presentan mejoras claras en el valor por habitación incluso descontando el efecto inflacionario, lo que refleja una consolidación del modelo turístico y/o mejoras en eficiencia de gestión.

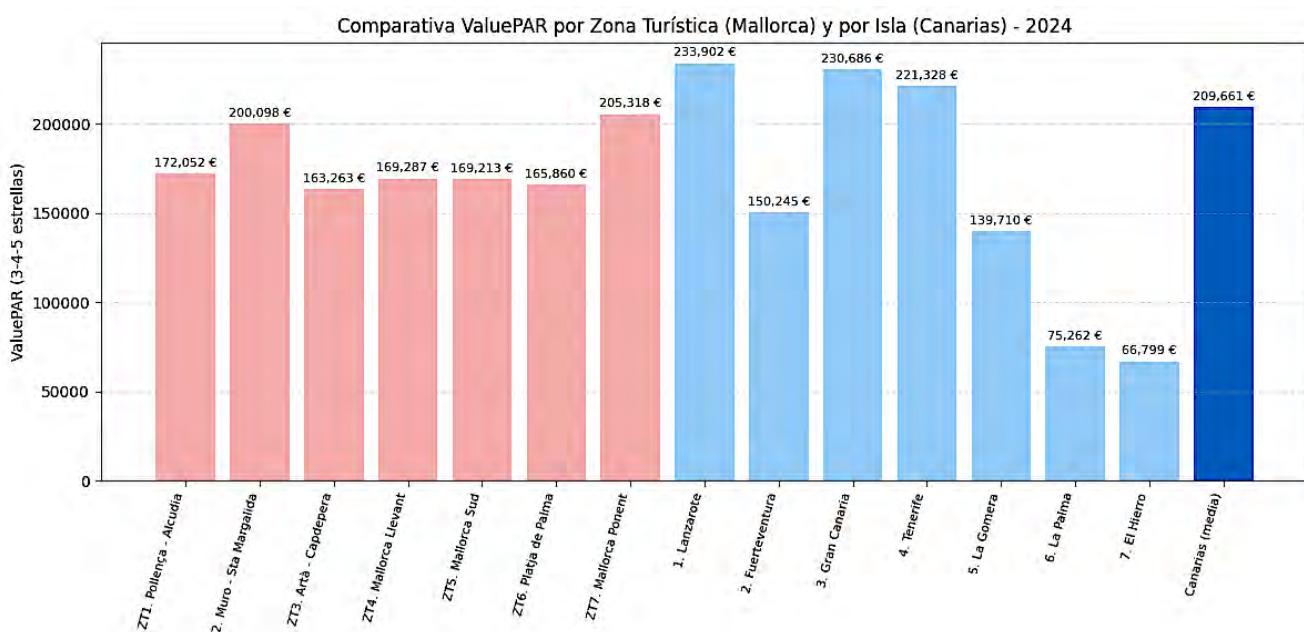


- **Estabilidad o leve crecimiento real:** *Gran Canaria* apenas supera el umbral con un +4,65% real, lo que podría indicar cierto estancamiento relativo en la revalorización del activo hotelero.
- **Pérdida de valor real:** *Fuerteventura* (-19,37%), *La Gomera* (-23,19%) y especialmente *La Palma* (-58,62%) presentan caídas acusadas en el valor por habitación en términos reales, lo cual puede estar asociado a diversos factores: reducción de la demanda, infrautilización de plazas, pérdida de competitividad o afectaciones exógenas como los incendios, erupciones volcánicas u obsolescencia de producto.

**⚠ Advertencia técnica:** *El Instituto Canario de Estadística (ISTAC) modificó en 2019 su metodología de recopilación y clasificación estadística en el sector alojativo. Aunque se ha realizado una homogenización de las fuentes para este análisis, es importante tener presente que algunos cambios en el ValuePAR 2024 frente a 2018 pueden estar influenciados por ajustes estadísticos y no solo por evolución real de mercado. Este efecto es especialmente relevante en islas con menor número de establecimientos, donde pequeñas variaciones metodológicas pueden generar impactos porcentuales elevados.*

## 2.3 Comparativa Canarias y Mallorca 2024

### 2.3.1 ValuePAR 2024: Canarias versus Mallorca



El ValuePAR promedio de las Islas Canarias en 2024 alcanzó los **209.661 € por habitación**, lo que supone una diferencia significativa respecto al valor medio registrado en **Mallorca**, estimado en **143.991 € por habitación**. Esta diferencia implica que el valor por habitación en Canarias es **un 45,7% superior** al de Mallorca en ese mismo año.

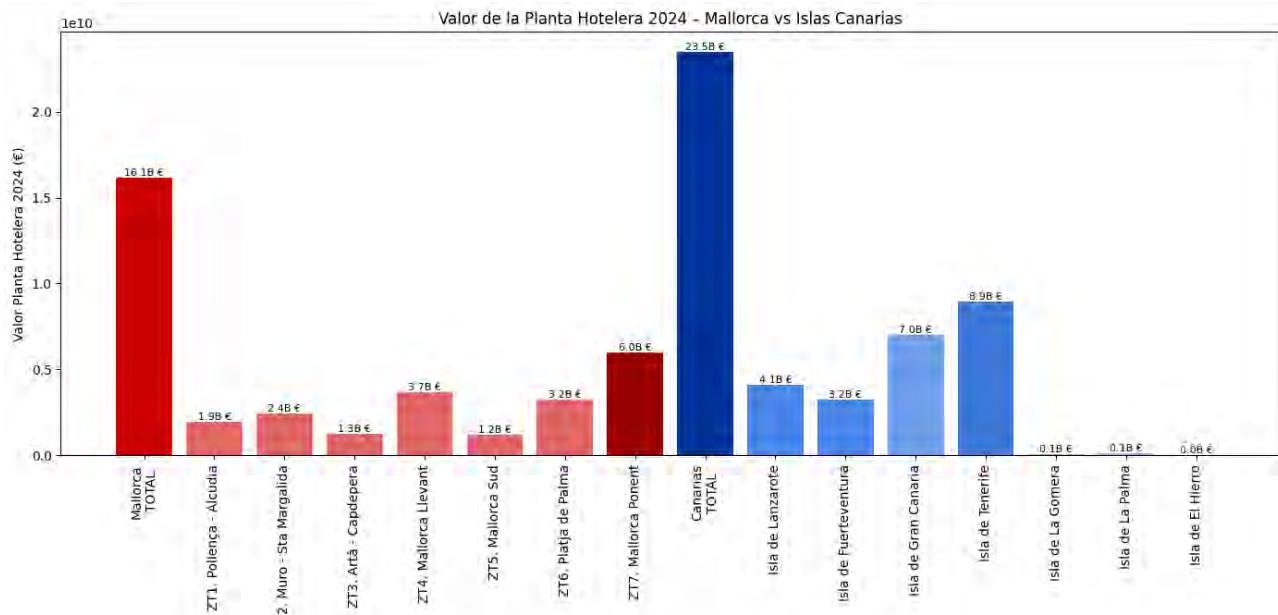
Esta notable ventaja refleja una combinación de factores estructurales y coyunturales:

- **Mayor ocupación y estabilidad de demanda** durante todo el año gracias a la estacionalidad invertida en Canarias.
- **Mayor eficiencia de ingresos por habitación** en los segmentos superiores (4 y 5 estrellas), que concentran el grueso del parque alojativo canario.
- **Menor saturación urbanística** y una oferta más distribuida geográficamente, que favorece la rentabilidad hotelera individual frente a los clústeres hiperdensos de Mallorca.

*“En la carrera por el valor hotelero, Canarias no solo gana —sino que marca el ritmo.”*

Esta diferencia también consolida a Canarias como un destino especialmente atractivo para la inversión institucional, fondos hoteleros y operaciones de REITs, que buscan activos con fuerte proyección de valor individual y resiliencia operativa.

### 2.3.2 Valor comparado de la Planta Hotelera



En términos absolutos, el **valor total de la planta hotelera vacacional en Canarias en 2024** se estimó en **23.467 millones de euros**, superando ampliamente los **16.143 millones de euros** de Mallorca. Esta diferencia implica que la planta canaria alcanza un **145,37% del valor total de la mallorquina**, consolidando su liderazgo estructural en el mercado turístico español.

	Valor Planta Hotelera 2024	% Valor Planta Hotelera (2024)
<b>MALLORCA 2024</b>	<b>16.143.672.383 €</b>	<b>100,00%</b>
ZT1. POLLENÇA - ALCUDIA	1.946.517.444 €	12,06%
ZT2. MURO - SANTA MARGALIDA	2.425.362.111 €	15,02%
ZT3. ARTÀ - CAPDEPERA	1.266.068.953 €	7,84%
ZT4. MALLORCA LLEVANT	3.683.728.123 €	22,82%
ZT5. MALLORCA SUD	1.189.616.768 €	7,37%
ZT6. PLATJA DE PALMA	3.217.763.092 €	19,93%
ZT7. MALLORCA PONENT	5.969.842.821 €	36,98%
<b>CANARIAS 2024</b>	<b>23.467.847.261 €</b>	<b>100,00%</b>
<b>Prov. LAS PALMAS</b>	<b>14.341.939.364 €</b>	<b>61,11%</b>
1 Isla de LANZAROTE	4.102.262.954 €	17,48%
2 Isla de FUERTEVENTURA	3.242.919.902 €	13,82%
3 Isla de GRAN CANARIA	6.996.756.508 €	29,81%
<b>Prov. Sta. CRUZ de TENERIFE</b>	<b>9.125.907.897 €</b>	<b>38,89%</b>
4 Isla de TENERIFE	8.935.161.545 €	38,07%
5 Isla de LA GOMERA	71.696.076 €	0,31%
6 Isla de LA PALMA	110.747.671 €	0,47%
7 Isla EL HIERRO	8.302.605 €	0,04%
Canarias vs Mallorca 2024	145,37%	
Las Palmas vs Mallorca 2024	88,84%	
Sta. Cruz de Tenerife vs Mallorca 2024	56,53%	

Sin embargo, al desagregar el análisis por provincias y zonas turísticas, emergen contrastes reveladores:

- La **provincia de Las Palmas**, con 14.342 millones €, concentra el **61,11% del valor total** de la planta canaria y representa **un 88,84% del valor total mallorquín** por sí sola. Esto se debe al fuerte peso de **Gran Canaria** y **Lanzarote**, donde la madurez turística se ha traducido en una mayor capitalización de los activos.
- En cambio, la **provincia de Santa Cruz de Tenerife**, con 9.126 millones €, representa **solo el 56,53% del valor de Mallorca**, pese a contar con mayor número de habitaciones. Esta diferencia evidencia una menor densidad de valor por unidad alojativa y la existencia de un parque hotelero más atomizado, con menor presencia de marcas internacionales.



“Canarias vale más que Mallorca, pero no todas sus provincias pesan igual.”

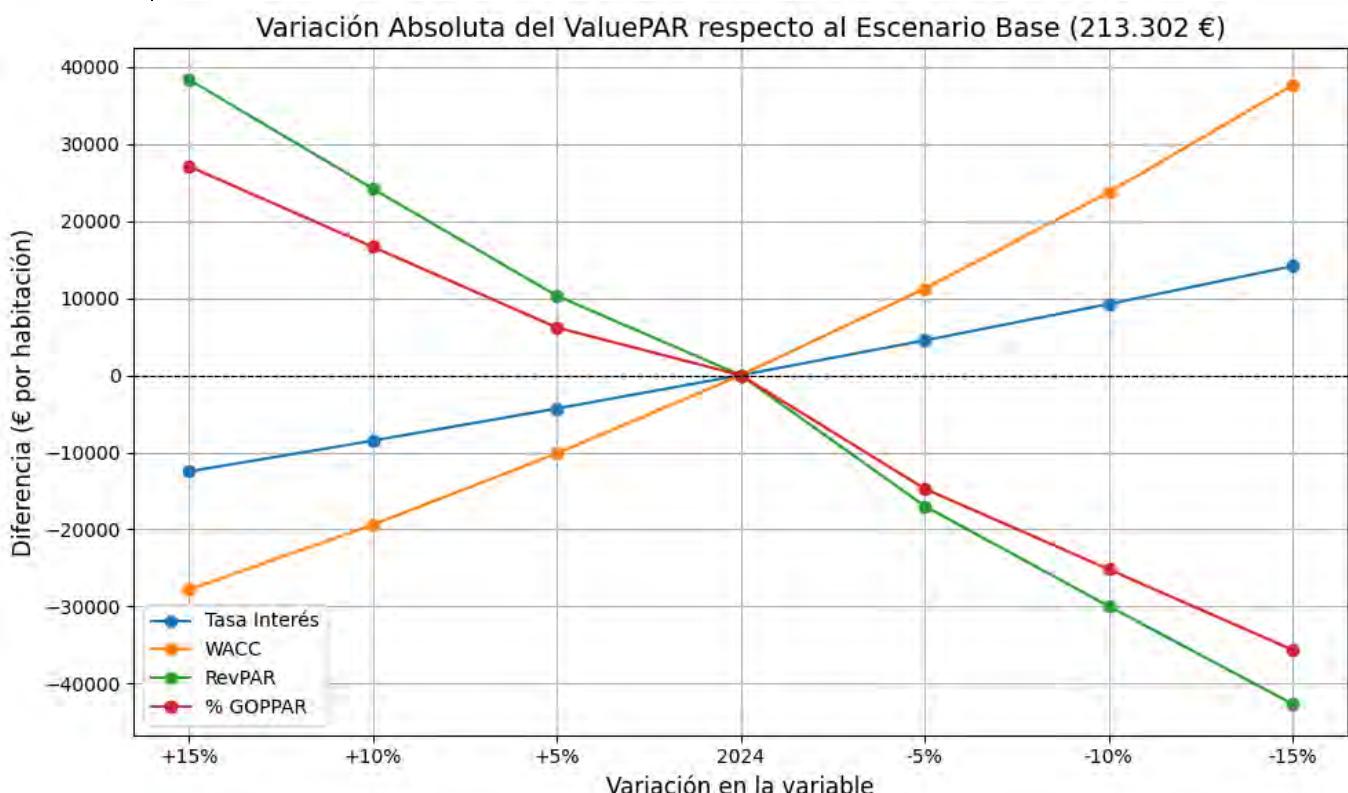
Esta comparativa también subraya una tendencia estratégica: mientras **Mallorca apuesta por una concentración de valor en zonas altamente posicionadas**, **Canarias presenta una diversificación geográfica más amplia**, lo que puede traducirse en **mayor resiliencia territorial y más oportunidades de regeneración turística** si se activan planes de modernización adecuados.

## 2.4 Análisis múltiple de Sensibilidad del Valor

### 2.4.1 Análisis múltiple de Sensibilidad ValuePAR

La sensibilidad del ValuePAR en función de la variación de cada variable clave (**tasa de interés, WACC, RevPAR y %GOPPAR**). Este gráfico te permite visualizar con claridad cómo responde el ValuePAR a cambios de  $\pm 15\%$ ,  $\pm 10\%$  y  $\pm 5\%$  en cada una de esas variables por separado.

“En la arquitectura del valor, no todas las columnas sostienen igual: RevPAR y GOPPAR son los pilares más sensibles del ValuePAR.”

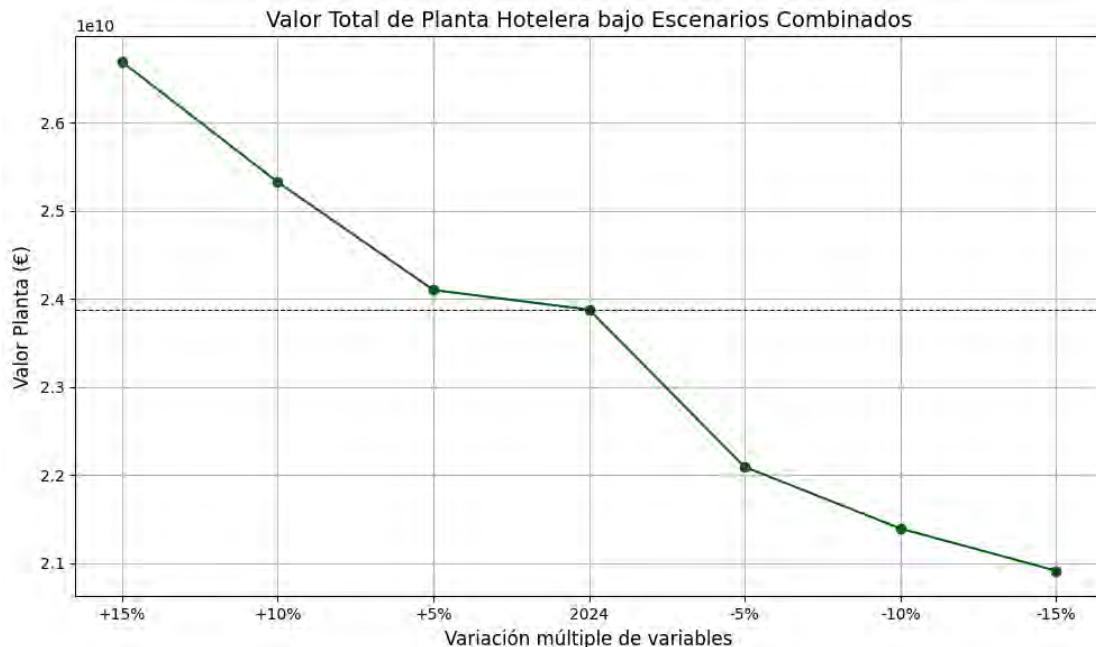


ANÁLISIS MULTIPLE DE SENSIBILIDAD: (Tasa interés, WACC, RevPAR y GOPPAR)

	15% más	10% más	5% más		5% menos	10% menos	15% menos
Variación (variable Tasa Interés)	-5,85%	-3,98%	-2,03%		2,12%	4,32%	6,63%
Variación (variable WACC )	-13,04%	-9,09%	-4,76%		5,26%	11,11%	17,65%
Variación (variable RevPAR )	17,98%	11,34%	4,83%		-7,96%	-14,04%	-19,99%
Variación (variable % GOPPAR )	12,70%	7,80%	2,90%		-6,90%	-11,80%	-16,70%
Variación multiple (4 variables)	11,78%	6,07%	0,94%	100,00%	-7,48%	-10,41%	-12,41%
Evolución multiple ValuePAR	238.439 €	226.241 €	215.302 €	213.302 €	197.351 €	191.105 €	186.828 €

Este gráfico muestra cómo evoluciona el **ValuePAR bajo escenarios múltiples**, cuando todas las variables clave (tasa de interés, WACC, RevPAR y %GOPPAR) se alteran simultáneamente.

“La tormenta perfecta o el viento de cola: la combinación de variables puede mover el valor de una habitación entre los 186.000 € y los 238.000 €. El margen de incertidumbre se convierte en margen de oportunidad.”

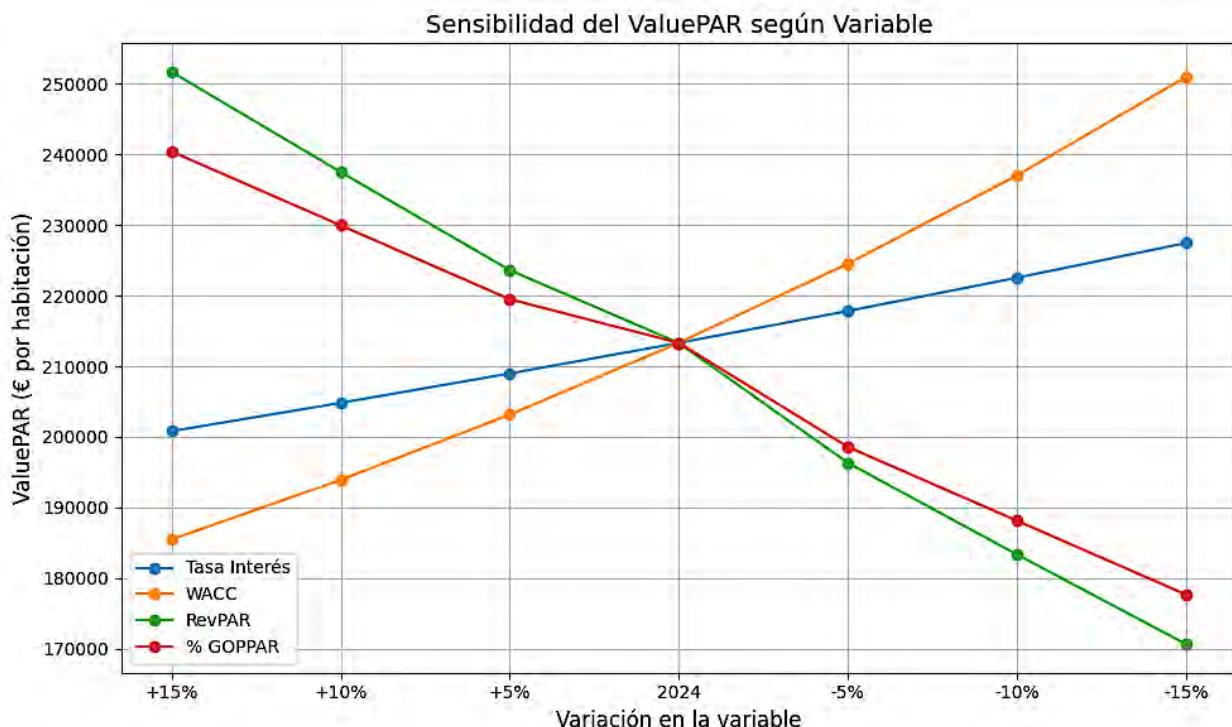


2.4.1 Análisis múltiple de Sensibilidad Valor Absoluto

ANÁLISIS MULTIPLE DE SENSIBILIDAD de la PLANTA: (Tasa interés, WACC, RevPAR y GOPPAR)							
Valor absoluto	15% más	10% más	5% más		5% menos	10% menos	15% menos
Variación (Tasa Interés)	22.478.067.529 €	22.925.320.987 €	23.390.734.069 €	23.875.435.684 €	24.380.650.294 €	24.907.708.240 €	25.458.057.444 €
Variación (WACC )	20.761.248.421 €	21.704.941.531 €	22.738.510.176 €	23.875.435.684 €	25.132.037.563 €	26.528.261.872 €	28.088.747.864 €
Variación (RevPAR )	28.168.499.368 €	26.582.120.501 €	25.028.619.952 €	23.875.435.684 €	21.975.633.235 €	20.523.116.093 €	19.103.477.270 €
Variación (% GOPPAR )	26.907.527.192 €	25.737.634.706 €	24.567.742.219 €	23.875.435.684 €	22.227.957.246 €	21.058.064.759 €	19.888.172.273 €
Multiple Valor PLANTA	- 1.397.368.156 €	- 950.114.698 €	- 484.701.615 €		505.214.610 €	1.032.272.556 €	1.582.621.759 €
Evolución multiple Absoluto	26.689.035.457 €	25.323.710.671 €	24.099.299.363 €		22.089.971.284 €	21.390.843.911 €	20.912.147.797 €

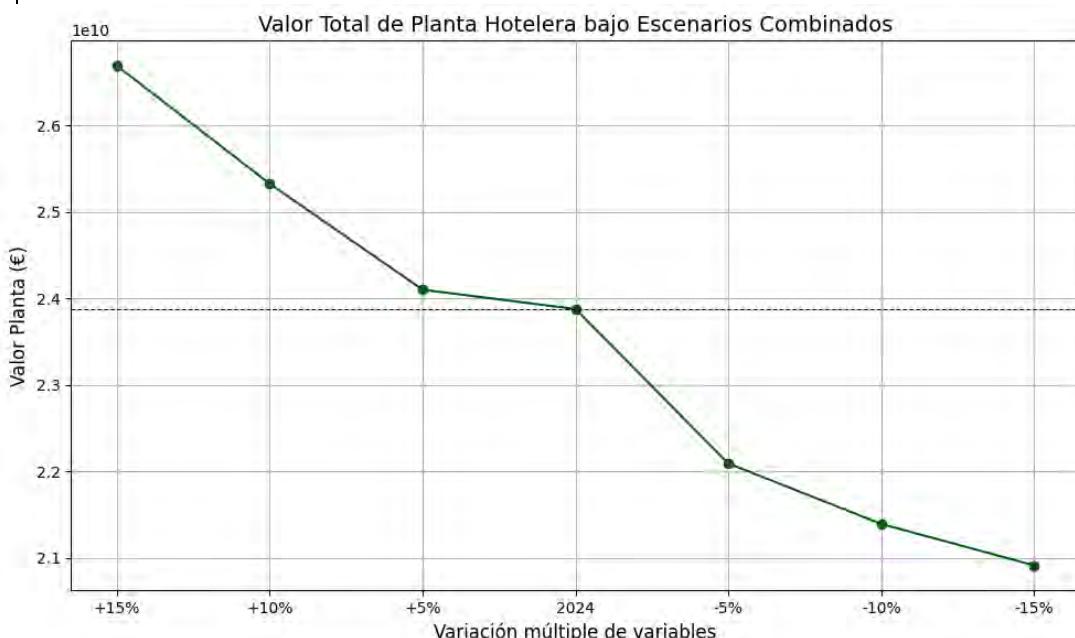
A diferencia del valor unitario por habitación, en el valor absoluto es el RevPAR la variable más importante como se ve en el siguiente gráfico.





Este gráfico, que muestra cómo evoluciona el **Valor Total de la Planta Hotelera** bajo escenarios combinados de sensibilidad (tasa de interés, WACC, RevPAR y GOPPAR).

“La elasticidad de la planta hotelera es real: en función del contexto financiero y operativo, el valor total puede oscilar más de 6.000 millones de euros. En esta curva, se juega el futuro del capital turístico.”



# Conclusiones clave de la valoración hotelera en Canarias 2024

## Solidez y Liderazgo Estructural



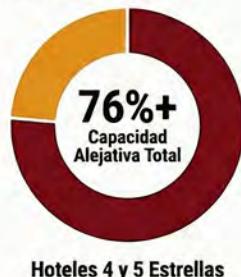
Valor total de la planta hotelera canaria en 2024, superando en un +45% la valoración de la planta de Maiorca.

## Crecimiento Real del 6%



Evolución del valor ajustada a la inflación, destacando la recuperación post-pandemia.

## Dominio de la Categoría Superior



## ValuePAR: La Métrica de Rentabilidad



Valor medio por habitación disponible en Canarias, un indicador que estandariza el valor intrínseco de los activos.

## Brecha de Valor por Categoría



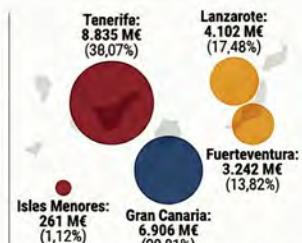
## Comparativa Regional de Eficiencia

Los hoteles de 5 estrellas promedian 332.868 €/habitación, frente a los 136.310 € de los de 3 estrellas.



El ValuePAR global de Canarias es significativamente superior al de Mallorca (147.258 €), debido a la operación continua todo el año.

## Geografía del Valor y Sensibilidad Económica



El Tridente Oriental (LP, GC, LZ) Lidera, concentrando el 61,1% del valor regional. (14.341 M€)

Hiperconcentración Municipal Solo 4 municipios (San Bartolomé de Tirajana, Adeje, Pájara y Yaiza) concentran la mayoría del valor.

## Sensibilidad Económica y Riesgo



Alta Elasticidad al Entorno Financiero:  
Un cambio de ±10% en variables clave (WACC, RevPAR) puede modificar el valor total entre un -10,41% y un +6,07%.

Sensibilidad al Coste de Capital (WACC):  
Un incremento del 15% en el WACC puede recortar más de 3.200 M€ en el valor total.



## RevPAR como Corazón del Negocio

Por cada +1% de crecimiento en el RevPAR, el ValuePAR se incrementa entre un 1,1% y un 1,2%.



**Mensaje Final para Decisores:**  
**“En el sector donde todos hablan de ocupación, los que deciden hablan de valor.”**

Canarias vale más que nunca, pero la sostenibilidad de este valor depende de la inversión en modernización, reposicionamiento estratégico y adaptación a los nuevos costes de capital.

### 3 PANORAMA ECONÓMICO Y DE MERCADO

El año 2024 representó un punto de inflexión para el sector turístico canario, marcando la consolidación definitiva del mercado tras el ciclo pandémico. Lejos de ser un mero retorno a las cifras de 2018, este ejercicio se ha caracterizado por una profunda transformación cualitativa de la oferta, un notable incremento de la rentabilidad y la apertura de nuevos debates sobre el modelo de crecimiento del archipiélago. Este contexto de fortaleza financiera, junto con tensiones estructurales emergentes, hace que comprender la dinámica del mercado sea un requisito estratégico indispensable para la correcta valoración de los activos hoteleros.

#### 3.1.1 Nota metodológica clave: cobertura hotelera frente a referencias generalistas

Las estadísticas oficiales del ISTAC recogen exclusivamente establecimientos hoteleros reglados (3, 4 y 5 estrellas), excluyendo complejos extrahoteleros como apartamentos turísticos. En cambio, muchas referencias de prensa, portales turísticos o informes sectoriales incluyen también los apartamentos, que representan aproximadamente un **15% adicional** de la oferta alojativa. Esta diferencia metodológica explica las discrepancias observadas en las cifras absolutas y pone en valor la homogeneidad técnica y profesional de los datos utilizados en este estudio.

Además, es clave **distinguir el enfoque coyuntural del análisis de 2024** (capítulo 3), basado en datos de ocupación y oferta reglada, del análisis de **evolución estructural del valor inmobiliario de la planta hotelera** (capítulo 9), que compara el período **2018–2024** en términos reales y nominales. Mezclar ambas dimensiones sin esta precisión metodológica puede inducir a interpretaciones erróneas.

### 3.2 Evolución Estructural del Sector Turístico Canario

El ejercicio 2024 ha marcado un punto de inflexión definitivo en la historia turística del archipiélago canario, caracterizado por lo que líderes del sector han denominado un año de "amnesia" estratégica respecto a la crisis pandémica de 2020-2022, dando paso a una fase de consolidación comercial robusta y una reconfiguración acelerada de la oferta alojativa.<sup>1</sup> La industria hotelera, lejos de limitarse a recuperar los volúmenes previos a la crisis sanitaria, ha emprendido una transformación cualitativa profunda, impulsada por la necesidad de diferenciación en un mercado global cada vez más competitivo y por las presiones internas derivadas de la capacidad de carga del territorio.

El contexto económico general respalda esta dinámica de crecimiento. En octubre de 2025, la cifra de negocios del Sector Servicios en Canarias registró un incremento interanual del 4,2%, superando la media nacional española del 3,7%.<sup>2</sup> Este diferencial positivo no es anecdótico; refleja la tracción específica del subsector turístico como motor de arrastre para el resto de la economía regional. La resiliencia



financiera de las empresas hoteleras, que lograron negociar carencias hipotecarias durante los períodos más críticos, ha permitido que en 2024 el enfoque se desplace desde la supervivencia financiera hacia la optimización del *Asset Management* y la inversión en *Reposición* (CAPEX).<sup>1</sup>

Sin embargo, este éxito macroeconómico coexiste con tensiones estructurales significativas. El debate social sobre el modelo turístico, exacerbado por el déficit de infraestructuras públicas, la crisis habitacional y la congestión viaria, ha situado al sector hotelero en el centro de una discusión política y ciudadana compleja. A diferencia de ciclos anteriores, donde el crecimiento se medía exclusivamente en número de visitantes, el análisis del mercado en 2024 exige una disección pormenorizada de la oferta alojativa reglada frente al crecimiento exponencial de la vivienda vacacional, así como un estudio detallado de la segmentación por categorías (3, 4 y 5 estrellas), donde se observa una clara polarización de la inversión hacia los segmentos de lujo y *upper-upscale*.<sup>1</sup>

Desde una perspectiva de empleo, la correlación entre la planta alojativa operativa y el bienestar socioeconómico se mantiene fuerte. En islas como Gran Canaria, se alcanzaron niveles históricos de ocupación laboral en 2024, con más de 404.600 personas trabajando, lo que supone un incremento del 37% respecto a 2015.<sup>3</sup> Estos datos subrayan que, pese a las críticas al modelo, la hotelería reglada sigue siendo el principal empleador y generador de rentas directas e indirectas en el archipiélago, actuando como un estabilizador del mercado laboral incluso en meses de menor actividad turística tradicional.

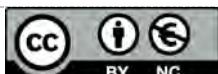
La planta alojativa de Canarias no es un monolito homogéneo; presenta profundas asimetrías entre las islas capitalinas (Tenerife y Gran Canaria), las islas orientales de "sol y playa" intensivo (Lanzarote y Fuerteventura) y las "Islas Verdes" (La Palma, La Gomera, El Hierro), cada una con ciclos de vida de destino, tipologías de cliente y estructuras de propiedad muy diferenciadas.

El presente capítulo desglosa estas realidades, aportando datos granulares sobre la distribución de establecimientos y habitaciones, y analizando las fuerzas de mercado que moldearán el sector en el futuro.

### 3.3 Análisis Cuantitativo Oferta Alojativa Reglada por Isla

La base fundamental para comprender el mercado hotelero canario reside en el inventario físico de su oferta. A fecha de mayo de 2024, los datos consolidados del Gobierno de Canarias y Promotur ofrecen una fotografía precisa de la capacidad instalada reglada (hoteles y apartamentos), diferenciándola claramente de la oferta extrahotelera no tradicional<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Estos datos no coinciden con exactitud con los posteriores del ISTAC donde solo se tratan hoteles.



### 3.3.1 Inventario Total de Establecimientos y Plazas

El archipiélago cuenta con una estructura dual donde conviven el modelo hotelero tradicional y el modelo extrahotelero (apartamentos turísticos), siendo este último una herencia histórica de los desarrollos de los años 70 y 80, especialmente en Gran Canaria y Lanzarote. Sin embargo, la tendencia de la última década ha sido la "hotelización" de la oferta, ya sea mediante la construcción de nuevos activos o la reconversión de complejos de apartamentos en hoteles mediante reformas integrales que elevan su categoría y servicios.

La tabla a continuación ilustra la distribución de la planta alojativa operativa por isla a mayo de 2024, una métrica crítica para evaluar la densidad turística y la presión sobre el territorio en cada isla.

Isla	Establecimientos Hoteleros (Nº)	Establecimientos Apartamentos (Nº)	Plazas Hoteleras (Camas)	Plazas Apartamentos (Camas)	Total Plazas (Oferta Reglada)	Ratio Hotel/Apt (Plazas)
Tenerife	199	109	89.318	36.218	125.536	71% / 29%
Gran Canaria	165	258	68.283	35.868	104.151	66% / 34%
Lanzarote	76	118	42.989	21.386	64.375	67% / 33%
Fuerteventura	95	39	51.027	8.654	59.681	85% / 15%
La Palma	16	37	3.223	1.714	4.937	65% / 35%
La Gomera	14	56	1.653	1.914	3.567	46% / 54%
El Hierro	11	21	300	462	762	39% / 61%
<b>TOTAL CANARIAS</b>	<b>575</b>	<b>639</b>	<b>256.793</b>	<b>106.216</b>	<b>363.009</b>	<b>71% / 29%</b>

Fuente: Elaboración basada en datos de Promotur Turismo y Gobierno de Canarias (mayo 2024).<sup>4</sup>

El análisis de la tabla revela una disparidad estructural clave. **Tenerife** y, de forma aún más acusada, **Fuerteventura**, presentan un modelo decididamente hotelero, donde el 71% y el 85% de sus plazas, respectivamente, se concentran en hoteles. Este modelo favorece las economías de escala y un control más estricto sobre la calidad del servicio. Por el contrario, **Gran Canaria** y **Lanzarote**, aunque dominadas por plazas hoteleras, mantienen un parque de apartamentos muy significativo (258 y 118 establecimientos, respectivamente), lo que plantea retos y oportunidades de reconversión y modernización.<sup>4</sup>

Es crucial destacar que estas cifras representan la oferta operativa reglada. La capacidad real de carga del destino es significativamente mayor si se considera la Vivienda Vacacional (VV), un fenómeno que ha distorsionado las métricas



tradicionales de densidad y que se analizará en una sección específica de este informe.

La suma de la oferta hotelera, extrahotelera y vacacional sitúa la capacidad alojativa total del archipiélago por encima de las 600.000 plazas, lo que plantea retos inmediatos de gestión de recursos hídricos, energéticos y de movilidad.<sup>4</sup>

### 3.4 Dinámica de Precios, Ocupación y Desempeño por Isla

El análisis del número de establecimientos carecería de profundidad sin entender su rendimiento. Durante 2024, el sector ha priorizado la rentabilidad sobre el volumen, una estrategia alineada con la contención del crecimiento de plazas. Los indicadores de precios (ADR - Tarifa Media Diaria) y ocupación muestran una salud de hierro.

En el verano de 2024, las ventas del sector hotelero en Canarias crecieron un 8,8% en el tercer trimestre, un dato que solo fue superado a nivel nacional por la Comunidad de Madrid, que juega con una estacionalidad urbana diferente. Este crecimiento no fue homogéneo: Gran Canaria lideró el aumento de ingresos por habitación disponible (RevPAR) en zonas de costa con un espectacular +16%, seguida de Tenerife con un +10,6% y La Gomera con un +9,4%.<sup>5</sup>

Estos datos financieros explican por qué, a pesar de las dificultades burocráticas y las moratorias de facto en algunas islas, el interés inversor por renovar y adquirir activos hoteleros en Canarias se mantiene en máximos históricos. La planta alojativa existente se ha revalorizado no solo por su capacidad de generar caja, sino por la escasez de suelo finalista para nuevos desarrollos, lo que convierte a cada licencia hotelera existente en un activo estratégico irreplicable.

A continuación, se profundiza en la estructura de la oferta, la segmentación por estrellas y las dinámicas específicas de cada mercado insular, integrando la información sobre aperturas, reformas y comportamiento de la demanda.

### 3.5 Tenerife: El Liderazgo del Lujo y la Renovación Estratégica

Tenerife se consolida en 2024 como la isla con la mayor y más diversificada planta hotelera del archipiélago, liderando claramente la transición hacia el segmento de lujo.

#### 3.5.1 Estructura de la Oferta y Segmentación

Con 199 hoteles y cerca de 90.000 plazas hoteleras, Tenerife representa aproximadamente el 35% de toda la capacidad hotelera de Canarias.<sup>4</sup> La estrategia insular se ha centrado en el incremento del valor por plaza, lo que se refleja en la evolución de su planta alojativa durante el último año.



En noviembre de 2024, la oferta alojativa total en funcionamiento alcanzó las 128.259 plazas (+0,9% interanual), pero el dato más revelador es el comportamiento por categorías. La oferta de plazas en **hoteles de 5 estrellas** experimentó un crecimiento interanual cercano al 11% en mayo de 2024.<sup>6</sup> Este incremento es el más alto de todas las categorías y responde a la apertura de nuevos resorts de gran lujo y, sobre todo, a la recategorización de hoteles de 4 estrellas que, tras profundas reformas, han ascendido al segmento superior.

El desglose de la dinámica por categorías en 2024 muestra:

- **5 estrellas y Gran Lujo:** Es el segmento más dinámico en términos de inversión y expansión de oferta. La incorporación de nuevos establecimientos en el sur de la isla, con propuestas gastronómicas de alto nivel (restaurantes temáticos, chefs premiados) y servicios exclusivos (zonas *adults only*, *wellness* avanzado), ha redefinido el perfil del turista en zonas como Costa Adeje y Guía de Isora.<sup>7</sup>
- **4 estrellas:** Mantiene una estabilidad estructural con un ligero crecimiento del 1,2% en plazas.<sup>6</sup> Este segmento sigue siendo el núcleo del negocio turístico tinerfeño, absorbiendo el grueso de la demanda familiar y de turoperación de calidad.
- **3 estrellas:** Sorprendentemente, este segmento ha mostrado un repunte del 4,4% en plazas.<sup>6</sup> Tras años de declive, parece haber un nicho de mercado para un producto de 3 estrellas modernizado, que compite en precio con la vivienda vacacional pero ofrece la seguridad y servicios básicos de un hotel.
- **1 y 2 Estrellas:** Se observa una divergencia; mientras los establecimientos de 1 estrella aumentan plazas (+17,9% desde una base muy pequeña), los de 2 estrellas continúan perdiendo presencia, probablemente por su obsolescencia y conversión a otros usos o cierre definitivo.<sup>6</sup>

### 3.5.2 Desempeño Operativo

La ocupación hotelera en la isla se situó en un 81,3% en abril de 2024, un aumento de 1,8 puntos porcentuales respecto al año anterior, demostrando que el mercado es capaz de absorber el incremento de plazas de lujo sin sacrificar la tasa de ocupación.<sup>8</sup>

Financieramente, los hoteles de Tenerife ingresaron 398,3 millones de euros solo en los meses de verano de 2024, un 12% más que en 2023, con un ADR medio de 127,5 € (+7,7%).<sup>9</sup>

Es interesante notar que, aunque los ingresos totales crecieron, el ADR y RevPAR de los hoteles de 5 estrellas mostraron una ligera moderación en verano. Esto podría interpretarse como un ajuste natural del mercado tras las fuertes subidas de precios de 2022-2023, o como una estrategia agresiva de captación de cuota de mercado por parte de las nuevas aperturas.<sup>9</sup>

## 3.6 Gran Canaria: El Reto de la Renovación en un Destino Maduro

Gran Canaria presenta una dualidad de mercado única en el archipiélago: un potente destino urbano en el norte (Las Palmas de Gran Canaria) y un vasto motor vacacional en el sur (San Bartolomé de Tirajana, Mogán).

### 3.6.1 Composición de la Planta Alojativa

La isla contaba en mayo de 2024 con 165 hoteles y 258 complejos de apartamentos, sumando un total de 104.151 plazas regladas.<sup>4</sup> La alta proporción de apartamentos (34% de las plazas) es un rasgo distintivo derivado del boom turístico de los años 70 y 80.

- **Zona Sur (Maspalomas, Playa del Inglés, Meloneras):** Aquí se concentra la gran mayoría de la oferta. Meloneras se ha consolidado como el distrito de lujo, albergando la mayor densidad de hoteles de 4 estrellas superior y 5 estrellas de la isla. En contraste, Playa del Inglés lucha contra la obsolescencia de una planta alojativa basada en apartamentos de 1 y 2 llaves y hoteles de 3 estrellas que requieren inversiones urgentes de modernización.
- **Zona Norte (Las Palmas de Gran Canaria):** La capital ha experimentado un renacimiento turístico. Con un crecimiento de ingresos turísticos del 14,5% en el verano de 2024, se posiciona como el destino urbano con mejor desempeño de España en ese periodo.<sup>5</sup> La oferta aquí es predominantemente hotelera (3 y 4 estrellas), orientada al segmento MICE (congresos), corporativo y de "city break".

### 3.6.2 Renovación y Obsolescencia

El principal desafío de Gran Canaria es la renovación de su planta extrahotelera obsoleta. El Cabildo y el Patronato de Turismo han implementado planes de incentivos para la rehabilitación, buscando transformar la cantidad en calidad.<sup>10</sup>

La estrategia pasa por la reconversión de complejos de apartamentos antiguos en hoteles modernos de 4 estrellas, aprovechando la Ley de Renovación y Modernización Turística de Canarias.

A nivel de ocupación, el sur de Gran Canaria alcanzó un 74,0% en diciembre de 2024, con picos del 79,4% en el municipio de Mogán, que cuenta con una planta alojativa más moderna y orientada al segmento premium que la media de la isla.<sup>11</sup> Esto demuestra que la demanda premia la calidad y la modernidad de las instalaciones.

## 3.7 Lanzarote: Sostenibilidad, Saturación y Capacidad de Carga

Lanzarote opera bajo un paradigma de contención del crecimiento, influenciado por su estatus de Reserva de la Biosfera. El debate en 2024 ha girado intensamente en torno a la "saturación turística" y la declaración de zonas tensionadas.

### 3.7.1 Estructura de la Oferta

Con 76 hoteles y 118 apartamentos (64.375 plazas totales), Lanzarote mantiene un equilibrio delicado.<sup>4</sup> La planta hotelera es moderna en comparación con otras islas, fruto de moratorias pasadas que frenaron la construcción masiva en épocas de menor calidad arquitectónica.

- **Segmentación:** Predomina el hotel de 4 estrellas vacacional en zonas como Playa Blanca y Costa Teguise. El segmento de 5 estrellas y Gran Lujo tiene una presencia selectiva, principalmente en Playa Blanca y algunas reconversiones en Puerto del Carmen.
- **Asociacionismo:** La patronal ASOLAN agrupa a 155 establecimientos y más de 41.000 camas, lo que representa el 75% de la oferta insular.<sup>12</sup> Esta alta tasa de asociacionismo permite una gestión del destino muy coordinada, facilitando estrategias conjuntas de precios y promoción.

### 3.7.2 Desempeño y Estrategia

Lanzarote prioriza el precio sobre el volumen. En diciembre de 2024, la ocupación total alcanzó el 86,48%, una de las más altas del archipiélago.<sup>13</sup> A pesar de las limitaciones al crecimiento de nuevas camas, la rentabilidad se ha disparado. Sin embargo, el crecimiento de la oferta alojativa reglada es prácticamente plano debido a las restricciones urbanísticas, lo que ha derivado la presión inversora hacia la compra y reforma de activos existentes o hacia el mercado de la vivienda vacacional, que ingresó cifras récord en 2024 (28,3 millones de euros solo en agosto).<sup>14</sup>

## 3.8 Fuerteventura: El Gigante del "Sol y Playa" y el Todo Incluido

Fuerteventura se distingue por ser la isla con mayor capacidad alojativa hotelera en relación a su población residente y por una oferta dominada por grandes resorts en régimen de "Todo Incluido".

### 3.8.1 Inventario y Características

La isla cuenta con 95 hoteles y 51.027 plazas hotelera puras, una cifra que supera a Lanzarote y se acerca a Gran Canaria, a pesar de tener una población mucho



menor.<sup>4</sup> La oferta de apartamentos es comparativamente residual (solo el 15% de las plazas totales), lo que configura un destino altamente profesionalizado y dependiente de la gran turoperación europea (TUI, Jet2).

- **Categorías:** El núcleo de la oferta es el hotel de 4 estrellas de gran tamaño (más de 300 habitaciones), diseñado para optimizar costes operativos y ofrecer servicios integrales dentro del complejo.
- **Evolución 2024:** La isla ha logrado mejorar significativamente sus márgenes. El RevPAR en hoteles creció un 16,4% (hasta 94,1 €), superando el crecimiento del RevPAR en apartamentos.<sup>15</sup> Esto indica un éxito en la estrategia de *up-selling* y una menor dependencia de los precios de derribo para llenar los hoteles.
- **Ocupación:** En periodos punta como Semana Santa 2024, la ocupación superó el 82%, con una facturación récord que confirma la recuperación total del destino.<sup>16</sup>

### 3.9 Las "Islas Verdes": La Palma, La Gomera y El Hierro

En estas islas, el modelo de turismo de masas cede paso a un turismo de naturaleza, activo y rural, con una planta alojativa de escala reducida y gestión a menudo familiar o de pequeñas cadenas locales.

- **La Palma:** Con 16 hoteles y 3.223 plazas, la "Isla Bonita" sigue en proceso de reconstrucción y reactivación turística post-volcán. En 2024, la estrategia se ha centrado en la sostenibilidad radical. El proyecto "Comunidades Turísticas Circulares" ha sumado siete nuevos establecimientos (llegando a 24 en total, incluyendo extrahoteleros), enfocándose en la gestión de residuos y el consumo de producto local (Km 0) como elemento diferenciador de la oferta alojativa.<sup>1</sup>
- **La Gomera:** Presenta una estructura singular con más establecimientos de apartamentos (56) que hoteles (14), aunque el icónico Hotel Jardín Tecina y el Parador dominan el segmento de calidad. La isla destaca por su altísima rentabilidad relativa: el RevPAR creció un 9,4% en verano de 2024<sup>5</sup>, atrayendo a un turista fiel de alto poder adquisitivo que busca exclusividad y silencio.
- **El Hierro:** Mantiene la oferta más exclusiva y limitada del archipiélago, con solo 11 hoteles y 300 plazas hoteleras.<sup>4</sup> Esta escasez deliberada de plazas es su principal activo de marketing, garantizando la ausencia de masificación y preservando el paisaje, lo que permite mantener precios medios elevados en relación a la categoría oficial de los establecimientos.

### 3.10 Análisis Transversal por Categoría de Estrellas

Cruzando los datos de las diferentes islas y los informes de coyuntura de 2024, se pueden extraer conclusiones transversales sobre la salud de cada segmento de mercado en Canarias.



### 3.10.1 El Auge del Segmento 5 Estrellas y Gran Lujo

Este segmento concentra la mayor parte de la inversión institucional y privada. La demanda de lujo ha demostrado ser inelástica al precio en la postpandemia.

- **Distribución:** Más del 80% de esta oferta se concentra en Tenerife (Costa Adeje, Guía de Isora) y Gran Canaria (Meloneras). Lanzarote y Fuerteventura tienen presencia puntual pero creciente.
- **Tendencia:** Los nuevos desarrollos no son "más habitaciones", sino "mejores habitaciones". Se observa una reducción de la densidad de habitaciones por hectárea en los nuevos proyectos para aumentar la privacidad.
- **Riesgo:** La leve corrección de precios observada en Tenerife en el verano de 2024 sugiere que el techo de precios podría haberse alcanzado, obligando a los operadores a competir por servicio y experiencia más que por subidas de tarifa pura.

### 3.10.2 La Solidez del Segmento 4 Estrellas

Es el motor de la industria, representando el mayor volumen de camas y empleo.

- **Estrategia:** La tendencia dominante es la reforma integral para alcanzar el estatus de "4 Estrellas Superior". Esto permite a los hoteles diferenciarse de la competencia estándar y acercarse a tarifas de 5 estrellas sin los costes operativos de dicha categoría.
- **Rendimiento:** En 2024, este segmento mostró el crecimiento de ingresos más equilibrado, capturando tanto al turista familiar que busca calidad como al turista *senior* europeo.

### 3.10.3 La Encrucijada del Segmento 3 Estrellas

Este segmento se encuentra en una posición delicada, "atrapado" entre la oferta de mayor calidad (4\*) y la competencia agresiva en precio de la vivienda vacacional.

- **Obsolescencia:** Gran parte de esta planta (especialmente en Gran Canaria y Tenerife) requiere inversiones urgentes.
- **Oportunidad:** Los datos de Tenerife (+4,4% en plazas de 3 estrellas) sugieren un renacimiento de este segmento bajo un modelo de "budget-chic" o "lifestyle hotel", donde se ofrece diseño y ubicación a precios contenidos, atrayendo a un público joven que no consume el hotel clásico de sol y playa.

## 3.11 El Desafío Estructural: Vivienda Vacacional vs. Oferta Reglada

Es imposible analizar el mercado hotelero de 2024 sin abordar el impacto disruptivo de la Vivienda Vacacional (VV). La oferta de plazas en VV ha crecido un 25% entre



2019 y 2024, mientras que la oferta hotelera apenas lo hizo un 2,9% en el mismo periodo.<sup>17</sup>

- **Volumen Comparado:** En Tenerife, las plazas en VV (75.999 estimadas) ya equivalen al 85% de la capacidad hotelera instalada.<sup>4</sup> En las islas no capitalinas como La Palma, las plazas de VV (7.905) superan ampliamente a las hoteleras (3.223), convirtiéndose en la modalidad alojativa dominante de facto.<sup>4</sup>
- **Impacto Económico:** Aunque la VV genera un gasto turístico significativo, su contribución fiscal y laboral por plaza es inferior a la hotelera. Los hoteles de 3-4 estrellas generan una aportación fiscal de 8.213 € por plaza, mientras que el impacto económico diario directo e indirecto de un turista hotelero (218 €) es casi el doble que el de un usuario de VV (133,6 €).<sup>17</sup>
- **Respuesta del Mercado:** La proliferación de VV ha empujado a los hoteles a abandonar la competencia por precio en el segmento bajo y a refugiarse en el servicio añadido (experiencia, gastronomía, seguridad), donde la VV no puede competir.

### 3.12 Perspectivas Futuras

El mercado hotelero de Canarias cierra 2024 y encara el futuro en una posición de fortaleza financiera, pero con retos estratégicos de calado.

1. **Consolidación del Modelo de Valor:** La estrategia de "menos volumen, más precio" parece haber llegado para quedarse. Las islas están apostando por no aumentar la huella física del turismo (número de camas totales) sino por incrementar el rendimiento de las existentes.
2. **Diferenciación Insular:** Se acentúa la especialización. Tenerife se distancia como destino de lujo y ocio diverso; Gran Canaria busca recuperar terreno mediante la renovación urbana y la modernización del sur; Lanzarote y Fuerteventura optimizan su modelo de sol y playa premium; y las Islas Verdes se consolidan como reservas de sostenibilidad.
3. **Inversión en Activos Existentes:** Dada la dificultad para desarrollar suelo nuevo, el mercado de inversión en 2025 se centrará en operaciones de *Value-Add* (compra de hoteles obsoletos para reformar y reposicionar) más que en *Greenfield* (nueva construcción).
4. **Regulación de la VV:** La futura normativa canaria sobre vivienda vacacional será el factor exógeno más determinante para el sector hotelero en 2025. Una regulación estricta podría devolver demanda hacia los hoteles de 3 y 4 estrellas, mejorando sus ocupaciones medias.

En definitiva, la planta alojativa de Canarias demuestra en 2024 una madurez robusta, capaz de generar rentabilidades récord y absorber choques de costes, siempre que mantenga el pulso inversor en la constante actualización de su producto.



## Panorama Económico y de Mercado: El Marco del Valor Hotelero en Canarias 2024

### Bloque Superior – Marco General del Sector

Valoración Total:  
**23.467 M€**



La planta hotelera de Canarias vale un 45% más que la de Mallorca en 2024, reafirmando su liderazgo en el turismo europeo.

#### Evolución del Volumen al Valor



Reflejando una estrategia de mejora y reposicionamiento del producto.

#### Crecimiento Real del 6,04%



### Bloque Central – Lectura Territorial por Islas



**Tenerife:**  
Liderazgo y Lujo

Valor Total:  
**8.935 M€**  
(38% del regional)



Lidera transición al segmento de lujo:  
Crecimiento del 11% en plazas de 5 estrellas.



**Gran Canaria:**  
Madurez y Renovación

Valor Total:  
**6.996 M€**  
(29,8% del regional)



Reto principal:  
Medernización de planta hotelera obsoleta (34% de plazas son apartamentos).



**Lanzarote:**  
Sostenibilidad y Eficiencia

ValuePAR medio más alto:  
**233.902 €/hab**



Prioriza el precio sobre el volumen bajo criterios de Reserva de la Biosfera.

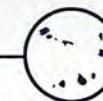


**Fuerteventura:**  
El Gigante del “Todo Incluido”

Modelo altamente profesionalizado:  
85% plazas son hoteleras



Crecimiento balanceado impulsado por la tracción de la demanda europea.



**Islas Verdes:**  
Singularidad de Nicho

Valor Total:  
**1% del regional**  
(La Palma, La Gomera, El Hierro)



Laboratorios de sostenibilidad y turismo regenerativo de baja densidad.

### Bloque Inferior – Dinámicas Transversales

ValuePAR medio: 209.661 €

Hotel 5 Estrellas:  
332.868 €/hab



→ Hotel 5 Estrellas:  
136.310 €/hab

Brecha de casi 200.000 €.  
Evidenciando dos velocidades de creación de valor.

#### Desafío de la Vivienda Vacacional



#### Eficiencia de la Gama Alta



### Consolidación del “Menos es Más”

Menos Camas = Mayor Rendimiento y Calidad de Activos Existentes

Ejemplo: El mercado se centrará en la adquisición de activos obsoletos para su reforma y reposicionamiento

### Predominio de Inversión Value-Add



Adquisición de activos obsoletos para su reforma y reposicionamiento, ante la escasez de suelo para nueva construcción.

### Sensibilidad Financiera

Cambio del ±10% en WACC o RevPAR

GRUPO  
**Alia**  
Valoración y Soluciones Técnicas  
**TASALIA**  
SOCIEDAD DE TASACIÓN

El valor de la planta es altamente sensible al entorno de tipos.

## 4 BARÓMETRO RENTABILIDAD HOTELERA DE LAS ISLAS CANARIAS<sup>2</sup>

### 4.1 Análisis de Rendimiento Hotelero en 2024

#### 4.1.1 Introducción al Mercado Hotelero Canario en 2024

Este capítulo se centra en el análisis del rendimiento de los destinos turísticos en las Islas Canarias durante el año 2024 y está basado en los datos del Barómetro de Rentabilidad de Exceltur. El análisis se focaliza en la evolución de los indicadores clave que determinan el valor y la rentabilidad de los activos hoteleros: el Ingreso por Habitación Disponible (RevPAR), la Tarifa Media Diaria (ADR) y la Tasa de Ocupación. La comprensión de estas métricas es fundamental para la toma de decisiones estratégicas de valoración, inversión, desarrollo y gestión en el sector inmobiliario hotelero del archipiélago, lo que ofrece una clara visión de las tendencias que definen el mercado.

#### 4.1.2 Rendimiento General: Un Mercado Dinámico

En 2024, el mercado hotelero de las Islas Canarias demostró un dinamismo superior en comparación con otras regiones españolas, impulsado principalmente por una notable mejora en los precios. Este comportamiento subraya un fuerte posicionamiento de mercado y una estrategia empresarial orientada a la creación de valor y el reposicionamiento del producto. Los indicadores agregados para los destinos vacacionales del archipiélago reflejan esta tendencia de crecimiento rentable.

Los principales indicadores de rendimiento para los destinos vacacionales canarios son:

- **Crecimiento del RevPAR (Ingreso por Habitación Disponible): +11,2%**
- **Crecimiento del ADR (Tarifa Media Diaria): +9,2%**

El crecimiento de los ingresos es liderado por el incremento de las tarifas (ADR) más que por un aumento significativo en la ocupación. Esta dinámica es un indicador positivo de un mercado saludable que no depende exclusivamente del volumen, sino que es el resultado directo de la apuesta y esfuerzo empresarial de inversión en la mejora y reposicionamiento de producto. Para comprender plenamente las fuerzas que impulsan estos resultados, es necesario desglosar el rendimiento por tipología de destino.

<sup>2</sup> Capítulo basado en EXCELTUR 2025: Barómetro de la Rentabilidad de los Destinos Turísticos Españoles



## 4.2 Análisis Comparativo por Tipología de Destino

La diferenciación entre los destinos vacacionales (sol y playa) y los urbanos dentro de Canarias es crucial para un análisis preciso. Cada tipología responde a dinámicas de demanda, perfiles de cliente y ciclos de mercado distintos, presentando, por tanto, oportunidades y desafíos de inversión específicos. Esta segmentación permite identificar los nichos de mayor rendimiento y potencial de crecimiento en el archipiélago.

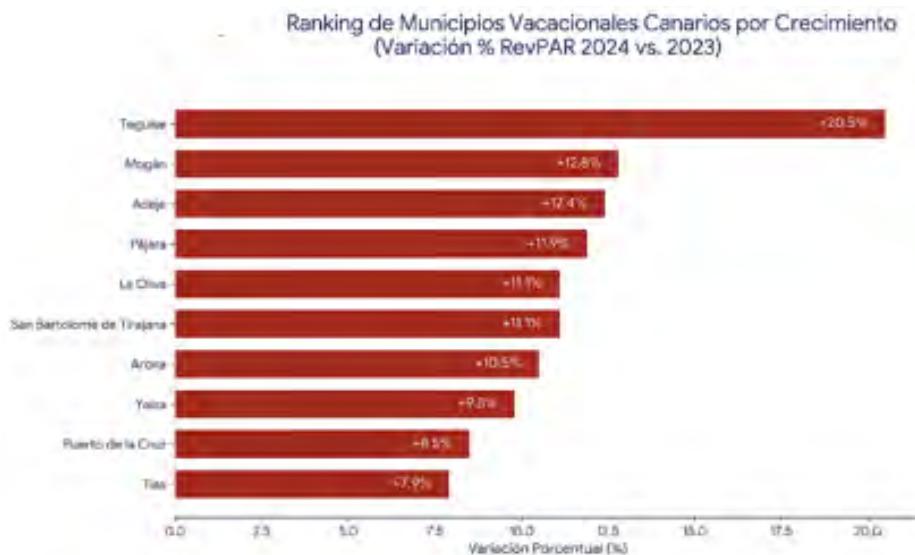
### 4.2.1 Destinos Vacacionales: Líderes en Rentabilidad y Crecimiento

Los municipios vacacionales de Canarias se consolidan entre los destinos con mayores niveles de ingresos por habitación de toda España. Destinos como **Adeje** y **San Bartolomé de Tirajana** no solo lideran el ranking canario, sino que se sitúan en la élite de la rentabilidad a nivel nacional, demostrando la fortaleza de su producto y su capacidad para atraer a una demanda de alto valor.

#### Ranking de Municipios Vacacionales Canarios por Ingresos (RevPAR 2024)

Municipio	RevPAR (€)
Adeje	150,9 €
San Bartolomé de Tirajana	133,2 €
Yaiza	128,5 €
Tías	117,2 €
Arona	109,7 €
Mogán	109,5 €
Teguise	107,3 €
La Oliva	103,8 €
Pájara	96,7 €
Puerto de la Cruz	71,2 €

El dinamismo del mercado canario no solo se refleja en sus altos niveles de ingresos, sino también en sus sólidas tasas de crecimiento, que en varios casos superan el promedio nacional.



Tasalia Grupo Alia 2024. CC (BY-NC)

La **Figura** anterior ilustra la evolución porcentual del RevPAR (Revenue Per Available Room) en 2024 respecto al año anterior para los diez principales municipios turísticos de Canarias. Este indicador es clave para medir el rendimiento financiero hotelero, combinando la ocupación y la tarifa media diaria.

- **Liderazgo de Teguise:** El municipio de Teguise (Lanzarote) se sitúa a la cabeza del crecimiento con un extraordinario incremento del **+20,5%**. Este dato sugiere una estrategia exitosa de reposicionamiento o una demanda

excepcionalmente fuerte que ha permitido un alza significativa en los precios medios sin perjudicar la ocupación.

- **Crecimiento Generalizado:** Se observa una tendencia positiva y robusta en todo el archipiélago. Ningún municipio de la muestra registra crecimientos inferiores al 7,9% (Tías). Esto indica un año de excelente desempeño para el sector alojativo canario en su conjunto.
- **Grupo de "Doble Dígito":** Seis de los diez municipios analizados (Teguise, Mogán, Adeje, Pájara, La Oliva y San Bartolomé de Tirajana) superan la barrera del 10% de crecimiento interanual. Esto refleja una sólida recuperación y una mejora sustancial en la rentabilidad operativa de sus activos hoteleros.
- **Consolidación en Destinos Maduros:** Municipios consolidados como Adeje (+12,4%) y San Bartolomé de Tirajana (+11,1%) demuestran su capacidad para seguir generando valor y atraiendo una demanda de mayor poder adquisitivo, a pesar de su madurez en el ciclo de vida del destino.

#### Síntesis de Comportamiento del Mercado (2023-2024):

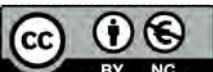
El análisis de la Figura 2 confirma que 2024 ha sido un ejercicio de **expansión y consolidación de la rentabilidad** para el sector hotelero de Canarias. El crecimiento generalizado del RevPAR en los principales núcleos turísticos, liderado por el excepcional desempeño de Teguise y respaldado por aumentos de doble dígito en más de la mitad de la muestra, denota un mercado con una demanda vigorosa. Este escenario ha permitido a los operadores hoteleros aplicar estrategias de precios al alza, mejorando significativamente sus márgenes operativos. La homogeneidad del crecimiento positivo entre islas y municipios sugiere un destino fortalecido y atractivo para la inversión.

#### 4.2.2 Destinos Urbanos: Potencial y Dinamismo en las Capitales

Las ciudades de Las Palmas de Gran Canaria y Santa Cruz de Tenerife destacan en el segmento urbano por su notable dinamismo y sus elevadas tasas de crecimiento en 2024. Estos destinos están capitalizando su atractivo como centros de negocio, culturales y de ocio, diversificando la oferta turística del archipiélago.

Ciudad	RevPAR 2024 (€)	Crecimiento RevPAR (%)
Las Palmas de Gran Canaria	72,8 €	+15,4%
Santa Cruz de Tenerife	66,8 €	+12,1%

Aunque el nivel de RevPAR de las capitales es más moderado en comparación con los destinos vacacionales *premium*, sus tasas de crecimiento se encuentran entre las más altas del archipiélago. Este fuerte impulso indica un creciente atractivo para el



turismo urbano y de negocios, señalando un claro potencial de revalorización de los activos hoteleros en estas ciudades. El análisis detallado por isla permitirá profundizar en las particularidades de cada uno de estos mercados.

## 4.3 Análisis Detallado por Isla: KPIs de Rentabilidad

Un análisis a nivel de isla y municipio ofrece una visión granular indispensable para que inversores y operadores puedan identificar con precisión las fortalezas, debilidades y oportunidades específicas de cada micro-mercado. A continuación, se desglosan los indicadores clave de rendimiento para las principales islas del archipiélago.

### 4.3.1 Isla de Gran Canaria

La isla de Gran Canaria presenta un rendimiento agregado muy sólido, con un RevPAR de **120,7 €** y un notable crecimiento respecto al 2023 del **+12,7%** en 2024. Sus municipios turísticos principales muestran una combinación de alta ocupación y crecimiento de tarifas.

Municipio	ADR (€)	Var. ADR %	Ocupación (%)	Var. Ocup. %	RevPAR (€)	Var. RevPAR %
<b>Mogán</b>	121,4 €	+7,1%	90,2%	+5,3%	109,5 €	+12,8%
<b>San Bartolomé de Tirajana</b>	156,3 €	+9,6%	85,2%	+1,5%	133,2 €	+11,1%

El sólido desempeño de la isla se apoya en estrategias diferenciadas: San Bartolomé de Tirajana impulsa su alto RevPAR con un fuerte crecimiento de la tarifa media (+9,6%), mientras que Mogán destaca por un notable incremento en la ocupación (+5,3%), que complementa una subida de precios más moderada.

### 4.3.2 Isla de Tenerife

Tenerife se posiciona como una de las islas con mayor rentabilidad, alcanzando un RevPAR agregado de **120,9 €**, lo que supone un crecimiento del **+10,6%**. El municipio de Adeje destaca con el RevPAR más alto de todo el archipiélago.

Municipio	ADR (€)	Var. ADR %	Ocupación (%)	Var. Ocup. %	RevPAR (€)	Var. RevPAR %
<b>Adeje</b>	175,7 €	+14,0%	85,9%	-1,4%	150,9 €	+12,4%
<b>Arona</b>	128,2 €	+6,0%	85,6%	-0,9%	109,7 €	+5,0%
<b>Puerto de la Cruz</b>	83,3 €	+3,8%	85,4%	+3,5%	71,2 €	+7,4%



El liderazgo de Tenerife se fundamenta en el rendimiento excepcional de Adeje, cuyo RevPAR de 150,9 € es impulsado por un extraordinario crecimiento de la tarifa media (+14,0%), compensando una ligera contracción en la ocupación (-1,4%). En contraste, el crecimiento de Puerto de la Cruz es más equilibrado, apoyado en una mejora de la ocupación (+3,5%).

#### 4.3.3 Isla de Lanzarote

Lanzarote registra un excelente comportamiento con un RevPAR de **118,5 €** y un crecimiento del **+10,3%**. La isla muestra un gran dinamismo, liderado por el extraordinario crecimiento de Teguise.

Municipio	ADR (€)	Var. ADR %	Ocupación (%)	Var. Ocup. %	RevPAR (€)	Var. RevPAR %
Teguise	112,9 €	+17,1%	95,1%	+2,8%	107,3 €	+20,5%
Tías	130,5 €	+7,7%	89,8%	-0,6%	117,2 €	+7,2%
Yaiza	151,1 €	+10,4%	85,2%	-1,6%	128,5 €	+8,6%

Teguise se erige como el motor de crecimiento de la isla, combinando una espectacular subida de tarifas (+17,1%) con un sólido aumento de la ocupación (+2,8%). Yaiza, por su parte, mantiene un RevPAR superior gracias a un ADR muy elevado, aunque su crecimiento se ve moderado por un ligero descenso en la ocupación.

#### 4.3.4 Isla de Fuerteventura

Fuerteventura presenta un RevPAR de **94,0 €** con un sólido crecimiento del **+10,4%**. Sus principales municipios muestran un crecimiento equilibrado, impulsado tanto por la mejora de la ocupación como de las tarifas.

Municipio	ADR (€)	Var. ADR %	Ocupación (%)	Var. Ocup. %	RevPAR (€)	Var. RevPAR %
La Oliva	120,4 €	+7,2%	86,3%	+3,7%	103,8 €	+11,1%
Pájara	118,7 €	+4,0%	81,5%	+7,6%	96,7 €	+11,9%

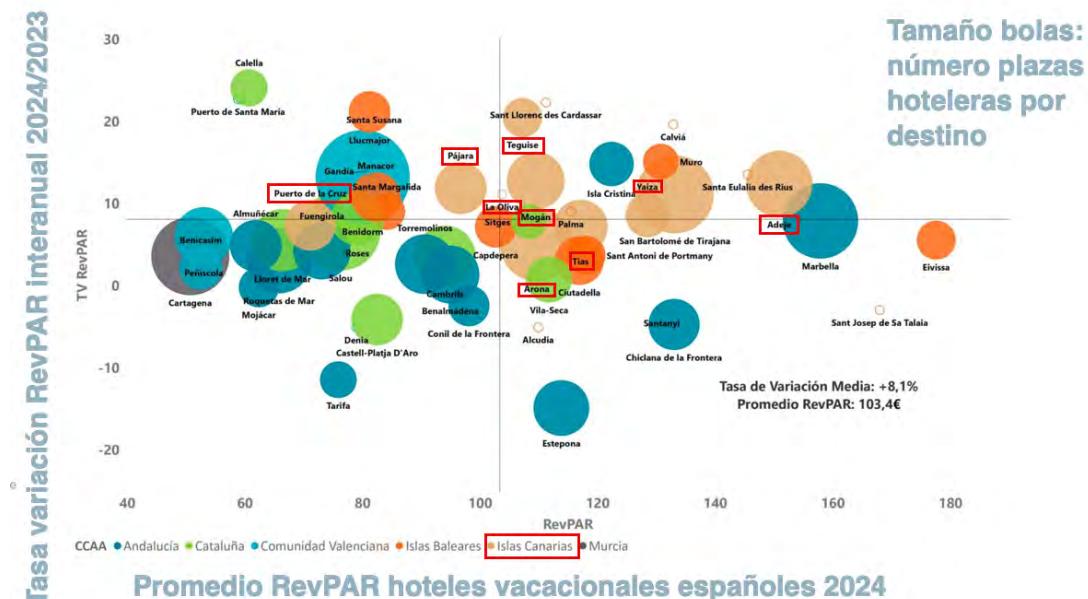
Fuerteventura destaca por un crecimiento balanceado. A diferencia de otros mercados, tanto Pájara (+7,6%) como La Oliva (+3,7%) registran un notable incremento en la ocupación, complementando la subida de tarifas y señalando una fuerte tracción de la demanda.

Este análisis detallado de los datos confirma las tendencias generales y proporciona una base sólida para formular las conclusiones estratégicas del informe.



### 4.3.5 Conclusiones Estratégicas para el Inversor

Los resultados de 2024 no solo confirman la excepcional robustez y resiliencia del mercado hotelero canario, sino que también señalan una clara dirección estratégica. El crecimiento ya no se basa en el volumen, sino en la rentabilidad por valor, un modelo impulsado por la inversión en producto y la sofisticación de la oferta. Para el inversor y el gestor hotelero, comprender los factores que sustentan este modelo es clave para capitalizar las oportunidades futuras.



3

Los principales factores que impulsan la rentabilidad hotelera en Canarias son:

- Estrategia de Repositionamiento:** La apuesta empresarial por la inversión en la mejora de producto es el motor principal del crecimiento. El enfoque en categorías superiores, con un aumento significativo de plazas en hoteles de 4 y 5 estrellas, ha permitido un incremento sostenido del ADR, capturando una demanda de mayor poder adquisitivo y mejorando los márgenes operativos.
- Fortaleza de la Demanda Europea:** La sólida demanda proveniente de los principales mercados europeos, junto con la percepción de Canarias como un destino seguro y fiable frente a competidores del Mediterráneo Oriental, ha consolidado los niveles de ocupación y ha proporcionado a los operadores la confianza necesaria para defender tarifas más elevadas.

<sup>3</sup> Fuente: Exceltur 2025

La perspectiva del mercado hotelero canario es decididamente positiva. El futuro sugiere una **"positiva consolidación de esta senda de mejora de ingresos"**, lo que refuerza la confianza en la sostenibilidad del modelo actual. En definitiva, el mercado canario no solo premia la calidad, sino que la convierte en el principal catalizador de la revalorización de activos.

Para el inversor, la conclusión es inequívoca: el capital asignado a la renovación y al reposicionamiento estratégico en las plazas consolidadas del archipiélago generará los retornos más sólidos y sostenibles en el ciclo actual.

## INDICADORES DE VALOR Y RENTABILIDAD EN LA VALORACIÓN HOTELERA (CANARIAS 2024)

El valor económico de un activo hotelero no depende de una cifra aislada, sino de una arquitectura integrada de indicadores técnicos que determinan su capacidad para generar flujos de caja futuros y su rentabilidad operativa.

### Framework del Valor: Del Desempeño al Activo

#### 1. GENERACIÓN DE INGRESOS (RevPAR)



#### DIMENSIONES DE LOS INDICADORES CLAVE

**ADR**  
(Tarifa Media Diaria)  
Precio medio por habitación vendida. Posicionamiento de marca.

**GOPPAR**  
(Gross Operating Profit per Available Room) indicador de rentabilidad pura; eficiencia en la gestión de costes laborales, energéticos y operativos.

**WACC**  
(Coste Ponderado de Capital)  
El 'divisor crítico': coste de la deuda y fondos propios. Un WACC alto reduce el valor.

#### 2. EFICIENCIA OPERATIVA (GOPPAR)

**% MARGEN DE BENEFICIO BRUTO (GOPPAR)**  
Capacidad de convertir ingresos en beneficio tras costes operativos.

**GOPPAR**  
(Gross Operating Profit per Available Room)

Indicador de rentabilidad pura; eficiencia en la gestión de costes laborales, energéticos y operativos.

#### LA JERARQUÍA DEL VALOR POR CATEGORÍA (CANARIAS 2024)



- Sensibilidad del Valor:** Una variación del ±10% en el RevPAR o GOPPAR puede desplazar el valor total de la planta hotelera en miles de millones de euros.

#### 3. CAPITALIZACIÓN FINANCIERA (ValuePAR)

**WACC**  
(Coste Ponderado de Capital)  
El 'divisor crítico': coste de la deuda y fondos propios. Un WACC alto reduce el valor.

**ValuePAR**  
(Valor por Habitación Disponible)

$$\text{ValuePAR} = \frac{\text{GOPPAR}}{\text{WACC}}$$

La métrica raina que estandariza el valor intríseco de un hotel, neutralizando el efecto de su tamaño. Transforma el beneficio operativo neto en valor presente.

#### POR QUÉ EL ENFOQUE DEBE SER INTEGRADO

**El riesgo de la métrica aislada:**  
Ocupación del 100% no garantiza valor si el ADR es bajo o el GOPPAR es ineficiente.

**El impacto del entorno financiero:** Subida de tipos de interés (WACC) erosiona el valor incluso con buen rendimiento operativo.

**Valor Estratégico vs. Contable:**  
ValuePAR permite comparar destinos (Ganarias vs. Mallorca) por rentabilidad inmobiliaria real.

## 5 ESTRUCTURA ALOJATIVA PLANTA HOTELERA

### 5.1 Tipología de establecimientos tratados

Las fuentes de los datos sobre los tipos de establecimientos hoteleros son las siguientes:

- Instituto Canario de Estadística (ISTAC). **La fuente prioritaria**
- Instituto Nacional de Estadística (INE)
- TURIDATA
- IMPACTUR (Estudio de Impacto Económico del Turismo) coordinado y ejecutado por EXCELTUR (Barómetro de Rentabilidad y el Empleo)
- PROMOTUR (Turismo de Canarias)
- Confederación Canaria de Empresarios

Definiciones:

- **Hotel:** Establecimiento turístico de alojamiento que ofrece los servicios de alojamiento y alimentación.
- **Hotel urbano:** establecimiento hotelero ubicado en suelo urbano consolidado no turístico. No tratado en este estudio.
- **Hotel rural:** establecimiento hotelero que se encuentra ubicado en un inmueble enclavado en suelo rural y cuya edificación constituye un bien inmueble integrante del patrimonio histórico de la Comunidad Autónoma de Canarias, incluido en alguno de los instrumentos previstos en el artículo 15 de la Ley 4/1999, de 15 de marzo, de Patrimonio Histórico de Canarias o norma que lo sustituya. No tratado en este estudio.
- **Hotel emblemático:** establecimiento hotelero que se encuentra ubicado en un suelo urbano consolidado no turístico y cuya edificación constituye un bien inmueble integrante del patrimonio histórico de la Comunidad Autónoma de Canarias, incluido en alguno de los instrumentos previstos en el artículo 15 de la Ley 4/1999, de 15 de marzo, de Patrimonio Histórico de Canarias o norma que lo sustituya. No tratado en este estudio.

#### 5.1.1 Equivalencias oferta alojativa

Con el fin de conciliar y armonizar las diversas aproximaciones de valor, se ha aplicado una conversión basada en anteriores informes, y nos hemos focalizado sobre los alojamientos turísticos categorizados como Oferta Hotelera, exceptuando los Hoteles de Ciudad (*sensu stricto*), hoteles rurales, los de 1 y 2 estrellas y apartamentos. La oferta extra-hotelera tampoco se tiene en cuenta.

TURIDATA		TASALIA
Extrahotelera	Categoría única	
	Cinco estrellas	
	Tres estrellas	
	1 llave	
	2 llaves	
	3 llaves	
	4 llaves	
	Cinco estrellas Gran Lujo	Categoría 5 estrellas
	5 - estrellas lujo	
	Cinco estrellas Gran Lujo provisional	
Hotelera	Cinco estrellas	
	Cinco estrellas provisional	
	Cuatro estrellas	Categoría 4 estrellas
	Cuatro estrellas provisional	
	Tres estrellas	Categoría 3 estrellas
	Tres estrellas provisional	
	Dos estrellas	Categoría 2 estrellas
	Dos estrellas provisional	
	Una estrella	
	Una estrella provisional	
	1 palmera	
	2 palmeras	

## 5.2 Estructura alojativa de las Islas Canarias

El análisis cuantitativo de la oferta hotelera —la distribución de establecimientos, habitaciones y plazas— es un pilar fundamental para la toma de decisiones estratégicas en el sector turístico. Permite a inversores, gestores y promotores identificar oportunidades de mercado, evaluar la presión competitiva y comprender en profundidad la dinámica de cada subdestino.

Se desglosa la estructura alojativa hotelera de las Islas Canarias, ofreciendo una radiografía precisa de su capacidad y composición. Los datos presentados corresponden a la última actualización del 19 de diciembre de 2025, según la información oficial del Instituto Canario de Estadística (ISTAC).

Para contextualizar cualquier análisis a nivel insular o municipal, es imprescindible partir de la magnitud y composición global de la oferta hotelera del archipiélago.

Las cifras agregadas de Canarias actúan como el principal punto de referencia, definiendo el marco general en el que operan todos los actores del mercado.

A continuación, se presenta la tabla de síntesis con los datos consolidados para el conjunto de las islas en el ISTAC.

Categoría de Alojamiento	Hoteles	Habitaciones	Plazas
<b>Hoteles 1-3 Estrellas</b>	248	27.213	65.775
<b>Hoteles 4-5 Estrellas</b>	343	88.605	191.520
<b>TOTAL CANARIAS</b>	<b>589</b>	<b>115.814</b>	<b>257.295</b>

El análisis de estos datos revela una estructura de mercado con un claro predominio del segmento de gama alta. Los hoteles de 4 y 5 estrellas concentran la inmensa mayoría de la capacidad alojativa: **el segmento de alta categoría representa más del 76% del total de habitaciones.**

Esta composición define a Canarias como un destino posicionado estratégicamente en un segmento de mayor valor añadido. Esta estructura implica no solo un mayor potencial de ingresos por habitación (RevPAR), sino también barreras de entrada más altas para nuevos competidores y una mayor dependencia de mercados emisores con un poder adquisitivo elevado.

### 5.3 Provincia de Las Palmas

La provincia de Las Palmas, compuesta por las islas de Gran Canaria, Lanzarote y Fuerteventura, constituye el principal polo de concentración de la oferta hotelera en Canarias. Su volumen y estructura definen en gran medida el liderazgo turístico del archipiélago en los mercados internacionales.

Categoría de Alojamiento	Hoteles	Habitaciones	Plazas
<b>Hoteles 1-3 Estrellas</b>	130	16.726	40.415
<b>Hoteles 4-5 Estrellas</b>	207	55.115	120.509
<b>TOTAL PROV. LAS PALMAS</b>	<b>335</b>	<b>71.840</b>	<b>160.924</b>

La provincia oriental **se consolida como el motor indiscutible del sector hotelero canario**, aglutinando un decisivo 62% de la capacidad alojativa total del archipiélago. Al igual que en el cómputo global, la distribución interna muestra una fuerte inclinación hacia las categorías superiores, que concentran el 77% de sus habitaciones.

### 5.4 Provincia de Santa Cruz de Tenerife

La provincia de Santa Cruz de Tenerife, que incluye las islas de Tenerife, La Palma, La Gomera y El Hierro, representa el segundo gran eje de la oferta turística canaria. El análisis de sus cifras, en comparación directa con la provincia de Las Palmas, permite evaluar el equilibrio territorial de la capacidad alojativa del destino.



Categoría de Alojamiento	Hoteles	Habitaciones	Plazas
<b>Hoteles 1-3 Estrellas</b>	118	10.487	25.360
<b>Hoteles 4-5 Estrellas</b>	136	33.490	71.011
<b>TOTAL PROV. STA. CRUZ</b>	<b>254</b>	<b>43.974</b>	<b>96.371</b>

La comparación entre ambas provincias revela una diferencia estructural significativa. **La provincia de Las Palmas supera en 27.866 habitaciones a la de Santa Cruz de Tenerife**, lo que evidencia una notable concentración de la capacidad hotelera en el eje oriental. Esta asimetría dicta dinámicas de mercado fundamentalmente distintas. La provincia de Las Palmas se caracteriza por una mayor competencia y madurez en sus principales zonas, mientras que Santa Cruz de Tenerife, si bien tiene un volumen menor, puede ofrecer oportunidades de crecimiento diferenciadas o nichos de mercado menos saturados.

Sin embargo, para una toma de decisiones de inversión verdaderamente informada, es imprescindible descender al nivel de análisis insular, donde emergen las particularidades de cada subdestino que veremos a continuación isla por isla.

## 5.5 Isla de Lanzarote

Lanzarote, con un **15,67% del total de habitaciones del archipiélago**, se posiciona como un mercado de gran relevancia. Su perfil está marcadamente orientado hacia un segmento de mayor categoría, con una oferta de alta calidad que define su posicionamiento diferencial.

Categoría de Alojamiento	Hoteles	Habitaciones	Plazas
<b>Hoteles 1-3 Estrellas</b>	22	2.848	7.498
<b>Hoteles 4-5 Estrellas</b>	54	15.097	33.817
<b>TOTAL LANZAROTE</b>	<b>76</b>	<b>17.945</b>	<b>41.315</b>

### 5.5.1 Municipios de Lanzarote

La distribución de esta capacidad a nivel municipal es clave para entender la estructura del mercado insular.

Lanzarote presenta una altísima concentración. Los tres grandes polos turísticos consolidados de la isla —**Yaiza** (que alberga la zona de Playa Blanca), **Tías** (Puerto del Carmen) y **Teguise** (Costa Teguise)— aglutinan conjuntamente el **97% de las habitaciones**. Esta estructura define con claridad los núcleos de inversión, mientras que la capital, Arrecife, mantiene un rol secundario en términos de capacidad alojativa.



## 5.6 Isla de Fuerteventura

Fuerteventura es la segunda isla con mayor capacidad de la provincia de Las Palmas y del conjunto del archipiélago, representando el **19,28% del total de habitaciones de Canarias**. Su modelo de desarrollo turístico presenta unas características de concentración aún más acusadas que las de Lanzarote.

Categoría de Alojamiento	Hoteles	Habitaciones	Plazas
<b>Hoteles 1-3 Estrellas</b>	35	5.279	12.641
<b>Hoteles 4-5 Estrellas</b>	58	17.059	37.386
<b>TOTAL FUERTEVENTURA</b>	<b>93</b>	<b>22.338</b>	<b>50.027</b>

El desglose municipal de los hoteles de 3, 4 y 5 estrellas revelan un patrón de concentración extraordinario.

El dato más relevante es la concentración de la oferta en el sur de la isla. **El municipio de Pájara, por sí solo, representa más del 61% de las habitaciones** de Fuerteventura. Esta realidad dibuja un mapa con un polo sur claramente dominante en **Pájara (Jandía, Costa Calma)** y dos importantes enclaves en **La Oliva (Corralejo) y Antigua (Caleta de Fuste)**, que conforman la práctica totalidad del mercado hotelero insular.

## 5.7 Isla de Gran Canaria

Gran Canaria, una de las dos islas capitales, es un pilar fundamental del sector turístico canario, albergando el **27.10% del total de las habitaciones** del archipiélago. Su modelo de distribución combina una fuerte concentración en el sur con un núcleo urbano relevante.

Categoría de Alojamiento	Hoteles	Habitaciones	Plazas
<b>Hoteles 1-3 Estrellas</b>	73	8.599	20.276
<b>Hoteles 4-5 Estrellas</b>	95	22.959	49.306
<b>TOTAL GRAN CANARIA</b>	<b>166</b>	<b>31.557</b>	<b>69.582</b>

### 5.7.1 Municipios de Gran Canaria

La distribución municipal de los hoteles de 2, 3 y 5 estrellas descubren las mayores concentraciones de Canarias.

El modelo de desarrollo de Gran Canaria se define por una **concentración casi absoluta de su oferta** en los municipios del sur, lo que crea un ecosistema turístico



con una dinámica interna muy específica. **San Bartolomé de Tirajana y Mogán suman conjuntamente más del 87% de la capacidad hotelera**, consolidando las zonas de **Maspalomas, Playa del Inglés y Meloneras (ubicadas en San Bartolomé de Tirajana)** como el principal motor turístico.

Este modelo contrasta con el papel de la capital, Las Palmas de Gran Canaria, que con más del 10% de las habitaciones se configura como un importante núcleo de turismo urbano, de congresos y de negocios.

## 5.8 Isla de Tenerife

Tenerife se erige como la isla con la mayor capacidad alojativa de Canarias, albergando el **36,07% del total de habitaciones** del archipiélago. A diferencia de las otras islas principales, su estructura de distribución es más compleja y policéntrica, con varios polos turísticos de gran entidad.

Categoría de Alojamiento	Hoteles	Habitaciones	Plazas
<b>Hoteles 1-3 Estrellas</b>	81	9.023	22.251
<b>Hoteles 4-5 Estrellas</b>	130	32.636	69.317
<b>TOTAL TENERIFE</b>	<b>211</b>	<b>41.659</b>	<b>91.568</b>

El análisis de la distribución municipal de los hoteles de 3, 4 y 5 estrellas confirman esta estructura más diversificada.

El mercado tinerfeño se caracteriza por la existencia de dos polos turísticos principales y diferenciados. Por un lado, el sur, liderado por **Adeje y Arona, que suman más del 61% de la oferta** y representan el motor del turismo de sol y playa de alta categoría.

Por otro lado, el norte, con el histórico municipio de **Puerto de la Cruz mantiene casi un 20% de la capacidad**. Esta dualidad Norte-Sur configura un mercado insular más diversificado y resiliente que los modelos de concentración extrema vistos en Gran Canaria o Fuerteventura, ofreciendo a los inversores una gama más amplia de perfiles de riesgo y producto.

## 5.9 Isla de La Gomera

La Gomera presenta una oferta hotelera muy reducida en comparación con las islas principales, representando apenas el **0,46% del total de habitaciones de Canarias**. Su perfil está claramente orientado a establecimientos de menor categoría, lo que define un modelo turístico de nicho.

Categoría de Alojamiento	Hoteles	Habitaciones	Plazas
<b>Hoteles 1-3 Estrellas</b>	14	461	976
<b>Hoteles 4-5 Estrellas</b>	1	118	184
<b>TOTAL LA GOMERA</b>	<b>15</b>	<b>576</b>	<b>1.160</b>

La distribución de esta limitada capacidad en hoteles de 2, 4 y 5 estrellas se concentran en dos municipios.

La estructura de la oferta destaca por su pequeño tamaño y el predominio casi absoluto de hoteles de 3 estrellas, que suponen el 80% de las habitaciones. A nivel municipal, la capital, **San Sebastián de La Gomera, concentra dos tercios de la capacidad hotelera**, actuando como principal centro de servicios y puerta de entrada a la isla.

## 5.10 Isla de La Palma

La Palma cuenta con una oferta hotelera limitada, que supone el **1,31% del total de habitaciones del archipiélago**. Sin embargo, su estructura es más equilibrada entre categorías que la de La Gomera, con una presencia más notable del segmento de 4 y 5 estrellas.

Categoría de Alojamiento	Hoteles	Habitaciones	Plazas
<b>Hoteles 1-3 Estrellas</b>	16	921	1.981
<b>Hoteles 4-5 Estrellas</b>	3	682	1.394
<b>TOTAL LA PALMA</b>	<b>19</b>	<b>1.603</b>	<b>3.375</b>

La capacidad alojativa de La Palma se concentra principalmente en los municipios de Breña Baja y Fuencaliente, que juntos superan el 83% del total. A diferencia de La Gomera, en La Palma más del 42% de las habitaciones se encuentran en establecimientos de categoría superior a La Palma, lo que indica un posicionamiento de mercado ligeramente distinto, orientado a atraer una demanda con mayor capacidad de gasto.

## 5.11 Isla de El Hierro

El Hierro posee la oferta hotelera más pequeña del archipiélago, con una participación testimonial del **0.11% sobre el total de habitaciones de Canarias**. Su estructura alojativa se corresponde con un modelo de turismo a pequeña escala, enfocado en la naturaleza y la sostenibilidad.



Categoría de Alojamiento	Hoteles	Habitaciones	Plazas
<b>Hoteles 1-3 Estrellas</b>	7	82	152
<b>Hoteles 4-5 Estrellas</b>	2	54	116
<b>TOTAL EL HIERRO</b>	<b>9</b>	<b>136</b>	<b>268</b>

La capacidad hotelera de la isla de hoteles de 3, 4 y 5 estrellas se distribuyen principalmente entre sus dos municipios más poblados

La oferta de El Hierro destaca por su escala mínima, con tan solo 136 habitaciones hoteleras en toda la isla<sup>4</sup>. Esta capacidad se reparte principalmente entre la capital, Valverde, y el municipio de Frontera. A pesar de su reducido tamaño, la oferta muestra un cierto equilibrio entre categorías, con un 40% de las habitaciones en hoteles de 4 y 5 estrellas.

## 5.12 Hoteles, Habitaciones y Plazas hoteles 2, 4 y 5 estrellas

Las estadísticas del gobierno de las Canarias cambiaron su metodología en 2019. Se han detectado errores y hemos rectificado incluyendo solo los hoteles de 3, 4 y 5 estrellas dando prioridad a los números de municipios que, en su conjunto definen las islas y éstas las provincias y el total de las Canarias. En este sentido hay discordancias entre los datos de 2018 y de 2024. A continuación se indican los datos sobre los que nos hemos basado en este informe.

La planta hotelera vacacional de Canarias presenta una distribución claramente concentrada en las islas de mayor dimensión y consolidación turística, en particular **Tenerife, Gran Canaria, Lanzarote y Fuerteventura**, que agrupan la inmensa mayoría del valor estimado de mercado.

La zonificación utilizada en este estudio distingue entre **islas (como zonas turísticas equivalentes) y municipios turísticos representativos**, con el objetivo de facilitar una interpretación territorial homogénea, especialmente útil para análisis comparados con otros destinos como Mallorca.

Los datos de 2024 reflejan que:

- **Tenerife** lidera la planta hotelera con un peso significativo tanto en número de habitaciones como en valor agregado, posicionándose como eje estratégico del turismo vacacional canario.
- **Gran Canaria** mantiene un perfil equilibrado, con fuerte presencia en zonas históricas como San Bartolomé de Tirajana y Mogán.

<sup>4</sup> Recordatorio: Se refiere a los datos del ISTAC para 2024 publicados en 2025.

- **Lanzarote y Fuerteventura** destacan por su elevada intensidad turística respecto a su tamaño insular, y una especialización en productos de sol y playa de categoría media-alta.
- Las islas menores (La Palma, La Gomera, El Hierro y La Graciosa) presentan una oferta hotelera más limitada, aunque en algunos casos con mayor valor medio por habitación disponible debido a su carácter exclusivo o singular.

Repetimos que es importante señalar la diferencia de otros estudios como el de Mallorca, en Canarias los datos estadísticos consolidados han cambiado a partir de 2019, lo que limita ciertas comparaciones evolutivas. Por ello, el enfoque de este informe pone el acento en el **análisis transversal del año 2024**, considerando las características estructurales y el valor actual de cada isla y sus principales municipios.

Esta estructura geográfica permite al inversor, operador o responsable público visualizar de forma clara dónde se concentra el valor y cuál es el peso relativo de cada isla en el ecosistema turístico del archipiélago. Se establece así un marco útil para futuras decisiones de reposicionamiento, reconversión o desarrollo de nueva planta hotelera.

## 5.12.1 Estructura alojativa Canarias 2018

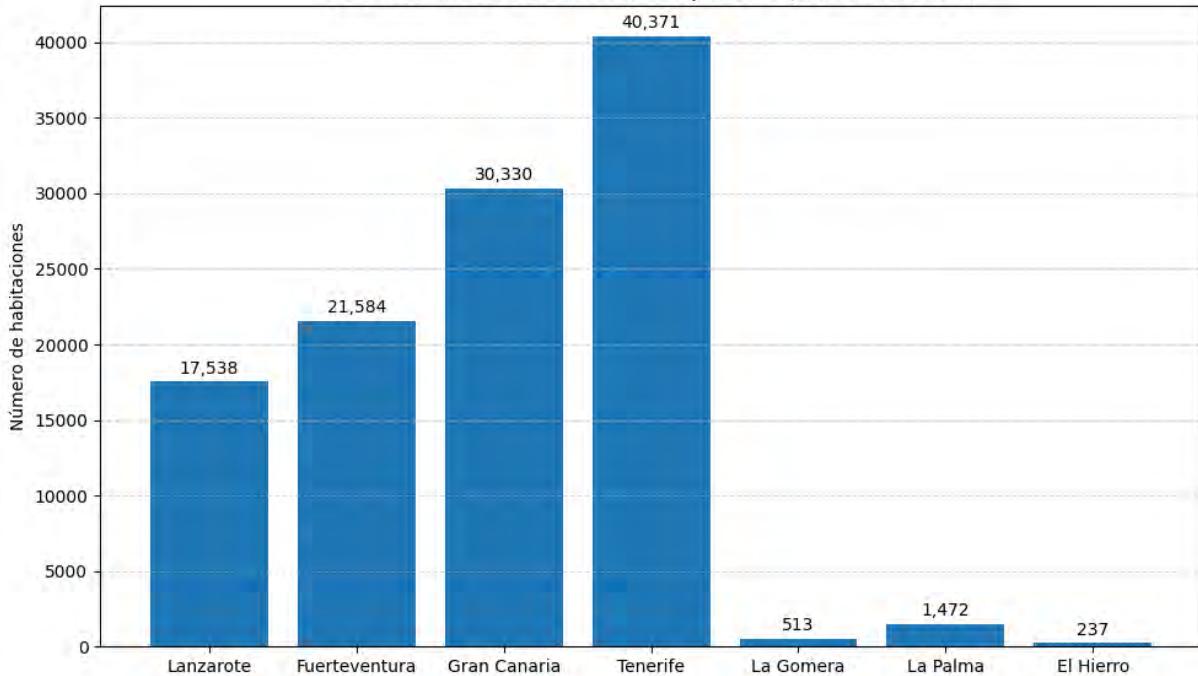
	Hoteles Canarias 2018	Habitaciones Canarias 2018	Plazas Canarias 2018
<b>ISLAS CANARIAS</b>	<b>468</b>	<b>114.849</b>	<b>210.295</b>
<b>1 Isla de LANZAROTE</b>	<b>59</b>	<b>14.078</b>	<b>31.250</b>
1 Arrecife	14	471	884
2 Teguise	15	1.663	-
3 Tías	19	-	-
4 Yaiza	18	-	-
<b>2 Isla de FUERTEVENTURA</b>	<b>65</b>	<b>15.143</b>	<b>31.797</b>
1 Antigua	-	-	-
2 La Oliva	-	-	-
3 Pájara	-	-	-
4 Puerto del Rosario			
5 Tuineje			
<b>3 Isla de GRAN CANARIA</b>	<b>134</b>	<b>28.518</b>	<b>60.580</b>
1 Mogán	-	-	-
2 Las Palmas Gran Canaria	-	-	-
3 San Bartolomé de Tirajana	-	-	-
4 Resto Gran Canaria	-	-	-
<b>4 Isla de TENERIFE</b>	<b>192</b>	<b>54.705</b>	<b>81.632</b>
1 Adeje	-	-	-
2 Arona	-	-	-
3 Granadina de Abona	-	-	-
4 Guía de Isora			
5 San Cristobal de La Laguna			
6 Puerto de la Cruz			
7 San Miguel de Abona			
8 Santa Cruz de Tenerife			
9 Santiago del Teide	-	-	-
10 Resto de Tenerife	-	-	-
<b>5 Isla de LA GOMERA</b>	<b>6</b>	<b>666</b>	<b>1.433</b>
1 San Sebastián de la Gomera			
2 Valle Gran Rey			
3 Vallehermoso			
4 Resto de La Gomera			
<b>6 Isla de LA PALMA</b>	<b>12</b>	<b>1.673</b>	<b>3.475</b>
1 Breña Baja			
2 Fuentecaliente de la Palma			
3 Los Llanos de Aridane			
4 Santa Cruz de La Palma			
5 Resto de La Palma			
<b>7 Isla EL HIERRO</b>	<b>2</b>	<b>66</b>	<b>128</b>
1 Frontera			
2 Valverde			
<b>Provincia Las Palmas</b>	<b>258</b>	<b>57.739</b>	<b>123.627</b>
<b>Prov. Sta Cruz de Tenerife</b>	<b>212</b>	<b>57.110</b>	<b>86.668</b>

## 5.12.2 Estructura alojativa Canarias 2024

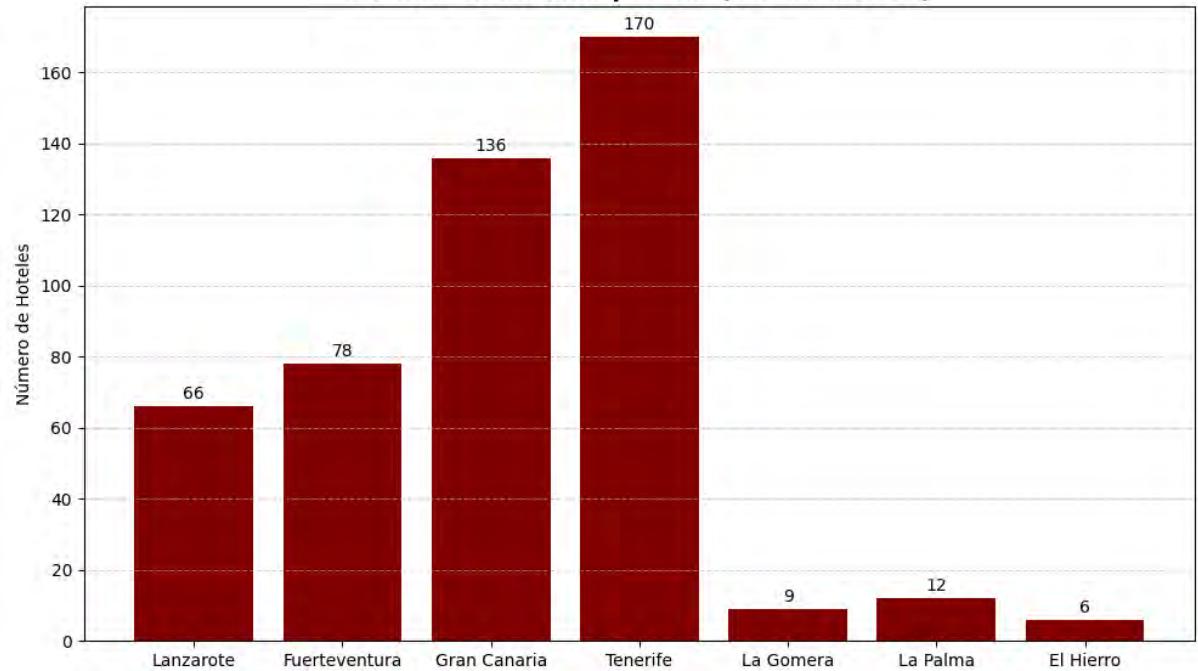
	% Habitaciones por. Isla	% Habitaciones Total Canarias	Hoteles Canarias 2024	Habitaciones Canarias 2024	Plazas Canarias 2024
<b>ISLAS CANARIAS</b>		<b>100,00%</b>	<b>483</b>	<b>111.933</b>	<b>250.206</b>
<b>1 Isla de LANZAROTE</b>	<b>100,00%</b>	<b>15,67%</b>	<b>66</b>	<b>17.538</b>	<b>41.053</b>
1 Arrecife	3,00%	0,47%	5	525	956
2 Teguise	25,96%	4,07%	16	4.553	10.685
3 Tías	29,75%	4,66%	20	5.217	12.267
4 Yaiza	41,30%	6,47%	25	7.242	17.145
<b>2 Isla de FUERTEVENTURA</b>	<b>100,00%</b>	<b>19,28%</b>	<b>78</b>	<b>21.584</b>	<b>48.691</b>
1 Antigua	15,75%	3,02%	12	3.383	8.153
2 La Oliva	19,55%	3,69%	19	4.130	10.008
3 Pájara	61,02%	11,94%	41	13.368	29.270
4 Puerto del Rosario	0,40%	0,07%	2	76	114
5 Tuineje	3,28%	0,56%	3	628	1.147
<b>3 Isla de GRAN CANARIA</b>	<b>100,00%</b>	<b>27,10%</b>	<b>136</b>	<b>30.330</b>	<b>66.953</b>
1 Mogán	23,36%	6,33%	30	7.085	16.671
2 Las Palmas Gran Canaria	10,56%	2,86%	31	3.204	6.790
3 San Bartolomé de Tirajana	64,23%	17,40%	65	19.482	42.376
4 Resto Gran Canaria	1,85%	0,50%	9	560	1.116
<b>4 Isla de TENERIFE</b>	<b>100,00%</b>	<b>36,07%</b>	<b>176</b>	<b>40.371</b>	<b>89.376</b>
1 Adeje	39,37%	14,20%	58	15.892	35.636
2 Arona	21,74%	7,84%	32	8.777	20.713
3 Granadina de Abona	0,98%	0,35%	4	394	735
4 Guía de Isora	3,08%	1,11%	2	1.244	2.831
5 San Cristóbal de La Laguna	0,84%	0,30%	5	337	683
6 Puerto de la Cruz	19,11%	6,89%	38	7.715	15.731
7 San Miguel de Abona	3,36%	1,21%	4	1.356	3.182
8 Santa Cruz de Tenerife	3,35%	1,21%	14	1.351	2.551
9 Santiago del Teide	5,50%	1,98%	7	2.220	4.668
10 Resto de Tenerife	2,68%	0,97%	12	1.084	2.646
<b>5 Isla de LA GOMERA</b>	<b>100,00%</b>	<b>0,46%</b>	<b>9</b>	<b>513</b>	<b>934</b>
1 San Sebastián de la Gomera	65,76%	0,30%	4	337	617
2 Valle Gran Rey	29,57%	0,14%	3	152	278
3 Vallehermoso	3,34%	0,02%	2	17	26
4 Resto de La Gomera	1,34%	0,01%	1	7	13
<b>6 Isla de LA PALMA</b>	<b>100,00%</b>	<b>1,31%</b>	<b>12</b>	<b>1.472</b>	<b>2.962</b>
1 Breña Baja	46,35%	0,61%	3	682	1.458
2 Fuentecaliente de la Palma	36,76%	0,48%	1	541	958
3 Los Llanos de Aridane	7,11%	0,09%	2	105	190
4 Santa Cruz de La Palma	6,29%	0,08%	3	93	251
5 Resto de La Palma	3,50%	0,05%	2	51	106
<b>7 Isla EL HIERRO</b>	<b>100,00%</b>	<b>0,11%</b>	<b>6</b>	<b>124</b>	<b>237</b>
1 Frontera	42,99%	0,05%	4	53	99
2 Valverde	57,01%	0,06%	2	71	138
<b>Provincia Las Palmas</b>		<b>62,05%</b>	<b>280</b>	<b>69.453</b>	<b>156.697</b>
<b>Prov. Sta Cruz de Tenerife</b>		<b>37,95%</b>	<b>202</b>	<b>42.480</b>	<b>105.151</b>



Número Total de Habitaciones por Isla (Canarias 2024)



Número de Hoteles por Isla (Canarias 2024)



## Estructura de la Planta Alojativa Hotelera en Canarias: La Composición del Valor (2024)

El valor total de **23.468 millones de euros** se determina por la jerarquía de categorías y la distribución geográfica, donde la calidad y la rentabilidad (ValuePAR) prevalecen sobre el volumen. **Canarias supera en un 45% a Mallorca.**

### JERARQUÍA DE LA CALIDAD (ESTRUCTURA POR CATEGORÍA)

#### 76% de la capacidad concentrada en gama alta

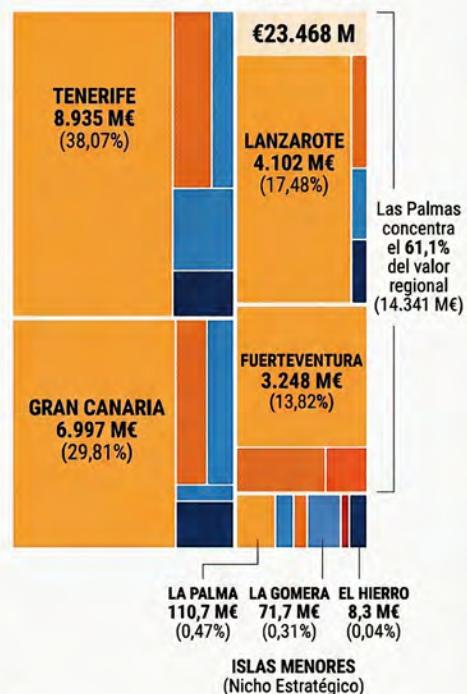
Los hoteles de 4 y 5 estrellas representan la inmensa mayoría de la planta alojativa, posicionando a Canarias como un destino de alto valor añadido.



### GEOGRAFÍA DEL VALOR (DISTRIBUCIÓN TERRITORIAL)

Tenerife, Gran Canaria, Lanzarote y Fuerteventura concentran la práctica totalidad de la valoración hotelera.

El 95% del valor en solo cuatro islas



### PILARES QUE SOSTIENEN EL VALOR (IMPLICACIONES ESTRUCTURALES)

#### ValuePAR: El termómetro del activo

Media de **209.661 €**: KPI que traduce ocupación, ADR y rentabilidad operativa en valor de mercado

#### Sensibilidad extrema al RevPAR y WACC



Un cambio del ±10% en variables puede modificar el valor total entre -10,4% y +6,0%

#### El GOPPAR como multiplicador de valor territorial



Mejora del 10% en margen GOPPAR genera 3.300 M€ adicionales

#### Canarias vs. Mallorca

Resiliencia operativa: Valor superior (+45% vs Mallorca) por operatividad continua anual y eficiencia en segmentos superiores

Fuente: Análisis de Tesalia con datos de Alia y mercado (2024)



## 6 EL VALOR POR HABITACIÓN EN CANARIAS 2024

El **Valor por Habitación**, conocido internacionalmente como ValuePAR (*Value Per Available Room*), es un indicador clave de rendimiento (KPI) en la valoración de activos hoteleros. Su principal fortaleza es que permite estandarizar la comparación del valor intrínseco entre establecimientos, neutralizando el efecto del tamaño. Esta métrica representa el valor de mercado actual de un activo por cada una de sus habitaciones, derivado conceptualmente de su capacidad para generar flujos de caja futuros (GOPPAR). Por tanto, no solo refleja el rendimiento operativo, sino también las expectativas de los inversores, convirtiéndose en un barómetro fundamental para el sector.

### Nota Metodológica:

*Es importante destacar que, aunque en algunas islas o municipios no existan actualmente hoteles de 4 o 5 estrellas, la metodología de valoración empleada permite realizar una aproximación rigurosa del valor potencial que alcanzaría un futuro establecimiento de estas características, basándose en los indicadores del mercado insular y regional.*

### 6.1 El ValuePAR en Canarias

El **ValuePAR (valor por habitación disponible)** es el principal indicador estructural de este estudio, y representa una estimación técnica del valor medio de cada habitación hotelera vacacional en el mercado canario, basada en metodologías profesionales de valoración inmobiliaria. A diferencia de otras métricas coyunturales, el ValuePAR permite identificar tendencias de fondo y desigualdades estructurales dentro de la planta alojativa.

	ADR 2024	Ocupación 2024	RevPAR 2024	ValuePAR Canarias 2024
<b>ISLAS CANARIAS</b>	<b>130,83 €</b>	<b>83,96%</b>	<b>109,84 €</b>	<b>209.661 €</b>
<b>5 estrellas</b>	<b>205,26 €</b>	<b>84,61%</b>	<b>173,68 €</b>	<b>332.868 €</b>
<b>4 estrellas</b>	<b>135,21 €</b>	<b>87,60%</b>	<b>118,45 €</b>	<b>220.450 €</b>
<b>3 estrellas</b>	<b>96,29 €</b>	<b>83,72%</b>	<b>80,61 €</b>	<b>136.310 €</b>

En 2024, el **ValuePAR medio en Canarias** se sitúa en **209.661 euros por habitación**. Pero este valor agregado oculta diferencias sustanciales entre categorías:

- Los hoteles de **5 estrellas** alcanzan un ValuePAR de **332.868 €**, lo que supone un **+58,8%** sobre la media del archipiélago.
- La categoría **4 estrellas** registra un valor de **220.450 €**, levemente por encima del promedio general (**+5,1%**).



- En cambio, los hoteles de **3 estrellas** presentan un ValuePAR de **136.310 €**, es decir, **-35% por debajo de la media**.

Este diferencial no solo refleja el posicionamiento de cada categoría, sino también su eficiencia en la generación de valor. Mientras los establecimientos de alta gama maximizan el valor de cada unidad alojativa, los de gama media-baja evidencian una menor rentabilidad estructural, que a menudo se traduce en necesidades de renovación, adaptación normativa o mejora del producto.

La brecha entre un hotel medio de 5 estrellas y uno de 3 estrellas en Canarias es de **casi 200.000 euros por habitación**, lo que pone de manifiesto la existencia de dos velocidades en la creación de valor turístico en el archipiélago.

En conclusión, el ValuePAR confirma que **la categoría importa, y mucho**. No solo desde una perspectiva de marca o experiencia del cliente, sino desde una lógica de inversión y sostenibilidad del modelo de negocio.

## 6.2 ValuePAR por provincias

Si bien el foco del presente estudio se centra en las **islas** y no en las **provincias**, comparar los valores medios por habitación entre las dos demarcaciones provinciales ofrece una primera visión de los contrastes estructurales dentro del archipiélago.

En el año 2024:

- La **provincia de Santa Cruz de Tenerife** alcanza un **ValuePAR medio de 214.830 € por habitación**.
- Por su parte, la **provincia de Las Palmas** registra un **ValuePAR medio de 206.499 €**.

	ADR 2024	Ocupación 2024	RevPAR 2024	ValuePAR Canarias 2024
<b>Provincia Las Palmas</b>	<b>131,54 €</b>	<b>85,03%</b>	<b>111,86 €</b>	<b>206.499 €</b>
5 estrellas	207,82 €	83,76%	174,08 €	466.247 €
4 estrellas	140,99 €	88,46%	124,72 €	303.349 €
3 estrellas	99,56 €	84,24%	83,87 €	199.656 €
<b>Prov. Sta Cruz de Tenerife</b>	<b>141,00 €</b>	<b>83,53%</b>	<b>117,78 €</b>	<b>214.830 €</b>
5 estrellas	201,09 €	86,05%	173,03 €	350.404 €
4 estrellas	125,77 €	86,03%	108,20 €	214.002 €
3 estrellas	90,95 €	82,77%	75,28 €	124.786 €

Esta diferencia global es **relativamente moderada (+4%)**, pero se intensifica al observar los valores por categoría hotelera:



## Hoteles 5 estrellas

- **Las Palmas:** 466.247 €
- **Santa Cruz de Tenerife:** 350.404 €
- **+33% superior en Las Palmas**

## Hoteles 4 estrellas

- **Las Palmas:** 303.349 €
- **Santa Cruz de Tenerife:** 214.002 €
- **+41,7% superior en Las Palmas**

## Hoteles 3 estrellas

- **Las Palmas:** 199.656 €
- **Santa Cruz de Tenerife:** 124.786 €
- **+60% superior en Las Palmas**

Como se observa, **en todas las categorías la provincia de Las Palmas presenta un ValuePAR significativamente más elevado que Santa Cruz de Tenerife**. La diferencia se vuelve especialmente pronunciada en la gama media y media-baja, donde los establecimientos de 4 y 3 estrellas del este del archipiélago muestran una mayor eficiencia en la generación de valor por habitación.

Este patrón puede estar vinculado a una mayor consolidación de los destinos turísticos de Gran Canaria, Lanzarote y Fuerteventura, así como a una presencia más significativa de grandes resorts de propiedad unificada o cadenas internacionales, lo que facilita inversiones de reposicionamiento y escalabilidad operativa.

En cambio, Santa Cruz de Tenerife mantiene una estructura de valor más contenida y homogénea, especialmente en los segmentos de 3 y 4 estrellas, si bien su **ValuePAR provincial medio es ligeramente superior** por el peso relativo de los hoteles de 5 estrellas en islas como Tenerife y La Palma.

Este contraste anticipa lo que se confirmará en el análisis por islas: **el valor por habitación no se distribuye de forma uniforme en Canarias**, y conocer estos diferenciales es clave para orientar decisiones de inversión, renovación o reposicionamiento.

## 6.3 ValuePAR por Isla

El análisis del **ValuePAR por isla** permite identificar de forma precisa los territorios que lideran la creación de valor en el ecosistema turístico de Canarias. Si bien la media autonómica se sitúa en **209.661 € por habitación**, las diferencias entre islas son marcadas y estructurales.



	ADR 2024	Ocupación 2024	RevPAR 2024	ValuePAR Canarias 2024
<b>ISLAS CANARIAS</b>	<b>130,83 €</b>	<b>83,96%</b>	<b>109,84 €</b>	<b>209.661 €</b>
<b>5 estrellas</b>	<b>205,26 €</b>	<b>84,61%</b>	<b>173,68 €</b>	<b>332.868 €</b>
<b>4 estrellas</b>	<b>135,21 €</b>	<b>87,60%</b>	<b>118,45 €</b>	<b>220.450 €</b>
<b>3 estrellas</b>	<b>96,29 €</b>	<b>83,72%</b>	<b>80,61 €</b>	<b>136.310 €</b>
<b>1 Isla de LANZAROTE</b>	<b>134,7 €</b>	<b>88,00%</b>	<b>118,54 €</b>	<b>233.902 €</b>
5 estrellas	193,98 €	85,95%	166,72 €	340.483 €
4 estrellas	133,36 €	89,41%	119,24 €	239.112 €
3 estrellas	102,19 €	80,79%	82,55 €	151.983 €
<b>2 Isla de FUERTEVENTURA</b>	<b>114,7 €</b>	<b>81,95%</b>	<b>94,0 €</b>	<b>150.245 €</b>
5 estrellas	196,40 €	87,02%	170,91 €	347.328 €
4 estrellas	138,48 €	88,38%	122,39 €	227.946 €
3 estrellas	94,21 €	81,95%	77,20 €	134.554 €
<b>3 Isla de GRAN CANARIA</b>	<b>141,7 €</b>	<b>85,18%</b>	<b>120,7 €</b>	<b>230.686 €</b>
5 estrellas	223,95 €	80,64%	180,58 €	353.655 €
4 estrellas	147,19 €	88,01%	129,54 €	249.159 €
3 estrellas	101,85 €	87,76%	89,38 €	162.648 €
<b>4 Isla de TENERIFE</b>	<b>143,8 €</b>	<b>84,08%</b>	<b>120,9 €</b>	<b>221.328 €</b>
5 estrellas	206,42 €	86,41%	178,38 €	357.046 €
4 estrellas	128,24 €	86,86%	111,39 €	217.860 €
3 estrellas	91,96 €	83,66%	76,94 €	136.376 €
<b>5 Isla de LA GOMERA</b>	<b>107,20 €</b>	<b>77,05%</b>	<b>82,60 €</b>	<b>139.710 €</b>
5 estrellas	153,88 €	79,20%	121,87 €	177.530 €
4 estrellas	95,60 €	79,60%	76,10 €	121.861 €
3 estrellas	68,55 €	76,67%	52,56 €	63.171 €
<b>6 Isla de LA PALMA</b>	<b>81,10 €</b>	<b>62,27%</b>	<b>50,50 €</b>	<b>75.262 €</b>
5 estrellas	78,41 €	66,88%	52,44 €	82.016 €
4 estrellas	70,22 €	50,11%	35,19 €	55.014 €
3 estrellas	71,40 €	55,84%	39,87 €	48.926 €
<b>7 Isla EL HIERRO</b>	<b>81,00 €</b>	<b>55,31%</b>	<b>44,80 €</b>	<b>66.799 €</b>
5 estrellas	116,27 €	65,78%	76,49 €	103.580 €
4 estrellas	103,70 €	67,96%	70,47 €	91.296 €
3 estrellas	86,79 €	57,46%	49,86 €	47.830 €

El análisis del **ValuePAR por isla** permite identificar de forma precisa los territorios que lideran la creación de valor en el ecosistema turístico de Canarias. Si bien la media autonómica se sitúa en **209.661 € por habitación**, las diferencias entre islas son marcadas y estructurales.

Las islas que encabezan el ranking de valor son aquellas con una fuerte concentración de establecimientos de 4 y 5 estrellas, producto reposicionado, y una demanda turística internacional estable y diversificada.



## Lideran el ValuePAR en 2024:

- **Gran Canaria:** 230.686 €
  - 5★: 353.655 € - 4★: 249.159 € - 3★: 162.654 €
- **Lanzarote:** 233.902 €
  - 5★: 340.483 € - 4★: 239.112 € - 3★: 151.583 €
- **Tenerife:** 221.328 €
  - 5★: 357.046 € - 4★: 217.860 € - 3★: 136.376 €

Estas tres islas concentran no solo el mayor número de plazas, sino también los activos más eficientes desde el punto de vista económico, con diferencias claras en favor de los segmentos superiores.

## Valor medio por habitación intermedio:

- **Fuerteventura:** 150.245 €
  - 5★: 229.946 € - 4★: 227.946 € - 3★: 134.554 €
- **La Gomera:** 139.710 €
  - 5★: 182.676 € - 4★: 121.861 € . 3★: 63.171 €

Fuerteventura destaca por un **ValuePAR alto en 4★ y 5★**, aunque cae en 3★, lo que refleja una estructura dual. La Gomera, en cambio, presenta valores más contenidos pero homogéneos, con una oferta limitada pero bien posicionada en el segmento superior.

## Valor significativamente bajo:

- **La Palma:** 75.262 €
  - 5★: 82.016 € - 4★: 55.014 € - 3★: 48.996 €
- **El Hierro:** 66.799 €
  - 5★: 130.890 € - 4★: 91.290 € - 3★: 47.830 €

En estas islas, el valor medio por habitación está **muy por debajo de la media autonómica**, con niveles que apenas superan un tercio del ValuePAR de islas como Tenerife o Lanzarote. Ello responde a una menor densidad de plazas hoteleras, producto más atomizado y escasa inversión reciente en activos de alta gama.

**Conclusión clave:** El ValuePAR muestra con claridad que **no todas las islas generan el mismo valor por habitación disponible**. La diferencia entre las tres islas líderes y las islas menores supera en algunos casos los **250.000 euros por habitación**, una brecha que debe ser tenida muy en cuenta por operadores e inversores a la hora de definir estrategias de crecimiento, reposicionamiento o diversificación.

## 6.4 ValuePAR en Lanzarote y Municipios

Con un **ValuePAR** medio de **233.902 €**, **Lanzarote** se posiciona como una de las islas más valiosas del conjunto del archipiélago canario, superando en un **+11,6%** el promedio autonómico (**209.661 €**). Esta cifra resume el buen desempeño de su planta hotelera, tanto desde la perspectiva de ingresos como de valor estructural del activo.

	ADR 2024	Ocupación 2024	RevPAR 2024	ValuePAR Canarias 2024
<b>1 Isla de LANZAROTE</b>	<b>134,7 €</b>	<b>88,00%</b>	<b>118,54 €</b>	<b>233.902 €</b>
5 estrellas	193,98 €	85,95%	166,72 €	340.483 €
4 estrellas	133,36 €	89,41%	119,24 €	239.112 €
3 estrellas	102,19 €	80,79%	82,55 €	151.983 €
1 Arrecife	90,80 €	75,33%	68,40 €	143.332 €
5 estrellas	116,22 €	75,33%	87,55 €	173.306 €
4 estrellas	83,49 €	75,14%	62,74 €	122.876 €
3 estrellas	55,54 €	77,06%	42,80 €	76.015 €
2 Teguise	112,90 €	95,04%	107,30 €	205.984 €
5 estrellas	167,03 €	89,81%	150,01 €	301.011 €
4 estrellas	120,00 €	89,58%	107,50 €	210.414 €
3 estrellas	79,83 €	92,00%	73,34 €	129.936 €
3 Tías	130,50 €	89,81%	117,20 €	230.836 €
5 estrellas	182,46 €	89,81%	163,86 €	330.829 €
4 estrellas	127,9 €	91,09%	116,50 €	231.330 €
3 estrellas	88,2 €	90,93%	80,20 €	148.283 €
4 Yaiza	151,10 €	85,04%	128,50 €	260.232 €
5 estrellas	220,40 €	82,11%	180,98 €	375.740 €
4 estrellas	146,6 €	88,54%	129,8 €	265.116 €
3 estrellas	126,7 €	87,45%	110,8 €	209.812 €

Aunque Lanzarote presenta un promedio de ValuePAR muy elevado respecto al conjunto de Canarias, su interior revela **diferencias relevantes entre municipios**, tanto por categoría como por orientación del producto turístico. El análisis micro territorial ayuda a identificar focos de valor, oportunidades de reposicionamiento y desigualdades estructurales.



A continuación, analizamos el ValuePAR por municipio y categoría:

#### 6.4.1 Arrecife: capital administrativa con escaso peso turístico

- **ValuePAR medio: 143.332 €**
  - 5 estrellas: 173.306 €
  - 4 estrellas: 122.876 €
  - 3 estrellas: 76.015 €

Arrecife, a pesar de ser la capital insular, muestra el menor valor alojativo de la isla. La planta hotelera es más limitada y presenta ratios de ocupación y ADR significativamente más bajos, especialmente en las categorías de 3 y 4 estrellas. Esto **refleja su escasa especialización turística** y su rol periférico respecto al eje turístico insular.

#### 6.4.2 Teguise: valor intermedio y estable

- **ValuePAR medio: 205.984 €**
  - 5 estrellas: 301.011 €
  - 4 estrellas: 210.414 €
  - 3 estrellas: 129.936 €

Teguise, con núcleos turísticos como Costa Teguise, presenta un perfil mixto. El valor alojativo es **moderadamente alto**, especialmente en la gama alta. La

distribución equilibrada entre categorías y la estabilidad en ocupaciones refuerzan su posición como mercado fiable para operadores de perfil medio-alto.

#### 6.4.3 Tías: el equilibrio eficiente

- **ValuePAR medio: 230.836 €**
  - 5 estrellas: **330.853 €**
  - 4 estrellas: **231.330 €**
  - 3 estrellas: **148.283 €**

Tías (Puerto del Carmen) representa uno de los modelos más eficientes de Lanzarote. Presenta **ocupaciones muy elevadas en todas las categorías** y valores por habitación cercanos o superiores al promedio insular. Es un destino turístico consolidado, con oferta profesionalizada y buena mezcla de producto tradicional y reposicionado.

#### 6.4.4 Yaiza: epicentro del valor en Lanzarote

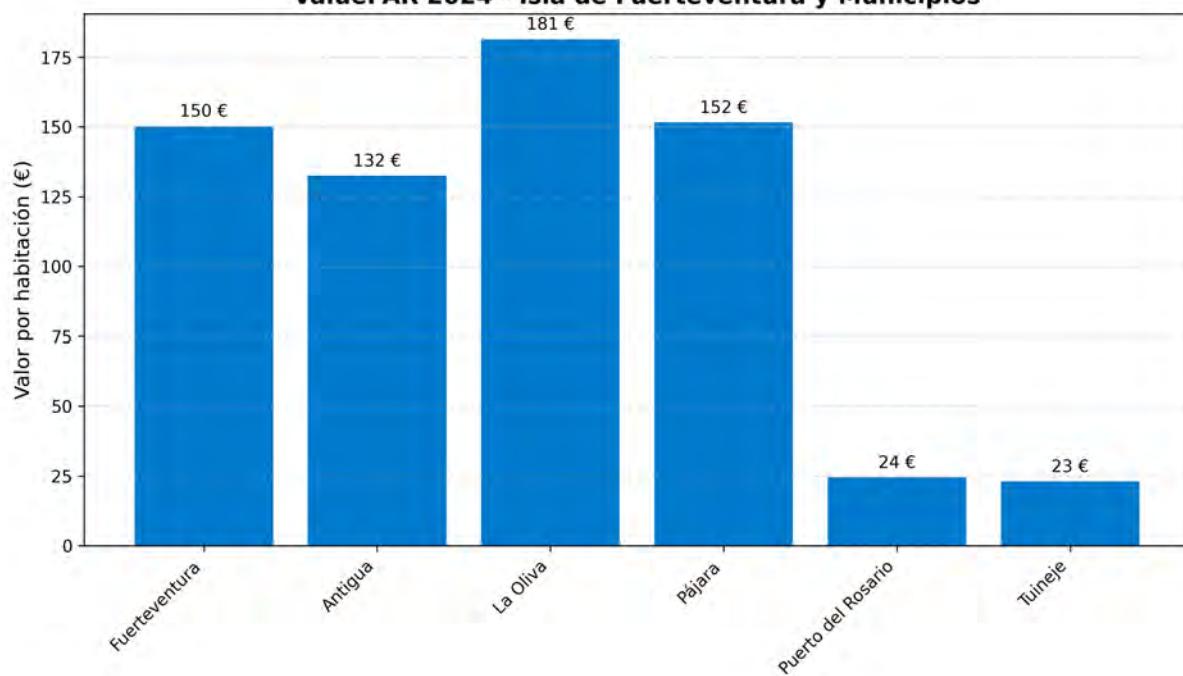
- **ValuePAR medio: 260.232 €**
  - 5 estrellas: **375.740 €**
  - 4 estrellas: **265.174 €**
  - 3 estrellas: **209.812 €**

Yaiza (Playa Blanca) se sitúa como **el municipio de mayor valor alojativo de toda la isla**. Sus cifras superan el promedio de Lanzarote en un **+11%**, y destacan especialmente en la categoría de lujo, con un ValuePAR en hoteles de 5 estrellas un **+10% por encima** de la media insular de esta categoría. Esta posición obedece a su alta concentración de resorts premium y orientación al cliente internacional de alto poder adquisitivo.

## 6.5 ValuePAR en Fuerteventura y Municipios

	ADR 2024	Ocupación 2024	RevPAR 2024	ValuePAR Canarias 2024
<b>2 Isla de FUERTEVENTURA</b>	<b>114,7 €</b>	<b>81,95%</b>	<b>94,0 €</b>	<b>150.245 €</b>
5 estrellas	196,40 €	87,02%	170,91 €	347.328 €
4 estrellas	138,48 €	88,38%	122,39 €	227.946 €
3 estrellas	94,21 €	81,95%	77,20 €	134.554 €
1 Antigua	81,55 €	80,76%	65,87 €	132.451 €
5 estrellas	200,00 €	81,50%	163,00 €	301.935 €
4 estrellas	83,01 €	83,00%	120,00 €	214.321 €
3 estrellas	95,00 €	78,95%	75,00 €	121.955 €
2 La Oliva	112,14 €	85,20%	95,54 €	181.455 €
5 estrellas	193,32 €	93,11%	180,00 €	339.576 €
4 estrellas	245,10 €	55,49%	136,00 €	249.427 €
3 estrellas	92,94 €	89,30%	83,00 €	152.224 €
3 Pájara	120,65 €	66,56%	80,30 €	151.663 €
5 estrellas	208,00 €	86,54%	180,00 €	350.310 €
4 estrellas	122,80 €	101,79%	125,00 €	251.364 €
3 estrellas	100,00 €	86,00%	86,00 €	153.723 €
4 Puerto del Rosario	67,37 €	35,97%	24,23 €	24.452 €
5 Tuineje	57,26 €	36,82%	21,08 €	23.053 €

ValuePAR 2024 - Isla de Fuerteventura y Municipios



## 6.5.1 Isla de Fuerteventura: visión general

Fuerteventura registra en 2024 un **ValuePAR medio de 150.245 €**, muy por debajo de la media canaria (**-28,3% respecto a los 209.661 € de Canarias**) y también claramente inferior al valor medio de islas como Lanzarote, Gran Canaria o Tenerife.

Este dato confirma que, aunque Fuerteventura mantiene una planta hotelera amplia y operativa, su capacidad de generar valor por habitación es aún limitada. Las causas combinan un mix de producto más envejecido, menor densidad de gama alta y un diferencial de precios por debajo de otras islas competidoras.

Aun así, cuando desglosamos por categoría, se observa un rendimiento dispar entre segmentos:

- **Hoteles de 5 estrellas:**

- ValuePAR: **347.328 €**
- Muy competitivo: tan solo un **-4,2%** por debajo de la media de 5★ en Canarias (**332.868 €**)
- Confirma que, cuando hay oferta de calidad, el destino responde favorablemente.

- **Hoteles de 4 estrellas:**

- ValuePAR: **227.946 €**
- Ligeramente por encima de la media canaria de esta categoría (**+3,4%**)
- Es el segmento con mayor presencia y estabilidad dentro de la isla.

- **Hoteles de 3 estrellas:**

- ValuePAR: **134.554 €**
- Ligeramente **por debajo de media canaria** para 3 estrellas (**136.310 €**)
- Se observa presión por baja tarifa media y menor eficiencia operativa.

En conjunto, Fuerteventura muestra un modelo basado en volumen, con algunos polos de alta calidad que elevan los registros de 5 estrellas, pero con una clara necesidad de reposicionamiento y actualización en el resto de su parque alojativo. Como veremos en el análisis por municipios, esta disparidad se intensifica a nivel territorial.

El mapa municipal de Fuerteventura muestra una gran disparidad en términos de **ValuePAR**, que va desde zonas altamente competitivas hasta otras donde el valor por habitación es marginal. Esta polarización refleja tanto el grado de consolidación turística como las diferencias en calidad de la planta hotelera y orientación de producto.

## 6.5.2 Antigua: equilibrio modesto con predominio de gama media

- **ValuePAR medio: 132.451 €**
  - 5 estrellas: **301.935 €**
  - 4 estrellas: **214.321 €**
  - 3 estrellas: **121.955 €**

Antigua, con la zona de Caleta de Fuste como eje turístico, presenta un perfil **moderado y estable**. Aunque no alcanza valores extraordinarios, destaca por una ocupación sólida y la presencia de hoteles 5 estrellas con buen rendimiento. Su valor medio está un **12% por debajo del promedio insular**.

## 6.5.3 La Oliva: polos de alto valor, pero contrastes internos

- **ValuePAR medio: 181.455 €**
  - 5 estrellas: **339.576 €**
  - 4 estrellas: **249.427 €**
  - 3 estrellas: **152.224 €**

Con áreas como Corralejo y El Cotillo, La Oliva se posiciona como uno de los municipios **más valiosos de la isla**, especialmente por su oferta de 5 y 4 estrellas. El valor medio se sitúa un **+21% por encima del promedio insular**, confirmando su atractivo para el reposicionamiento y expansión hotelera.

## 6.5.4 Pájara: consolidado pero con margen de mejora

- **ValuePAR medio: 151.663 €**
  - 5 estrellas: **350.310 €**
  - 4 estrellas: **251.364 €**
  - 3 estrellas: **115.574 €**

Morro Jable, Costa Calma y Esquinzo conforman el triángulo turístico de Pájara. A pesar de su tradición como destino clave, el municipio apenas supera la media insular. **Los 5 estrellas presentan un valor excelente**, pero los establecimientos de 3 estrellas lastran el promedio total. Pájara necesita renovar parte de su planta alojativa para mantener su competitividad.

## 6.5.5 Puerto del Rosario: función administrativa, sin peso turístico

- **ValuePAR medio: 23.452 €**
  - 5 estrellas: **24.452 €**
  - 3 estrellas: **22.452 €**

El municipio capital presenta un **valor mínimo**, con una ocupación muy baja y tarifas marginales. No se trata de una zona turística propiamente dicha, y su parque alojativo responde más a necesidades locales o de tránsito. Su contribución al valor turístico insular es **residual**.

### 6.5.6 Tuineje: alojamiento no competitivo

- **ValuePAR medio: 23.053 €**

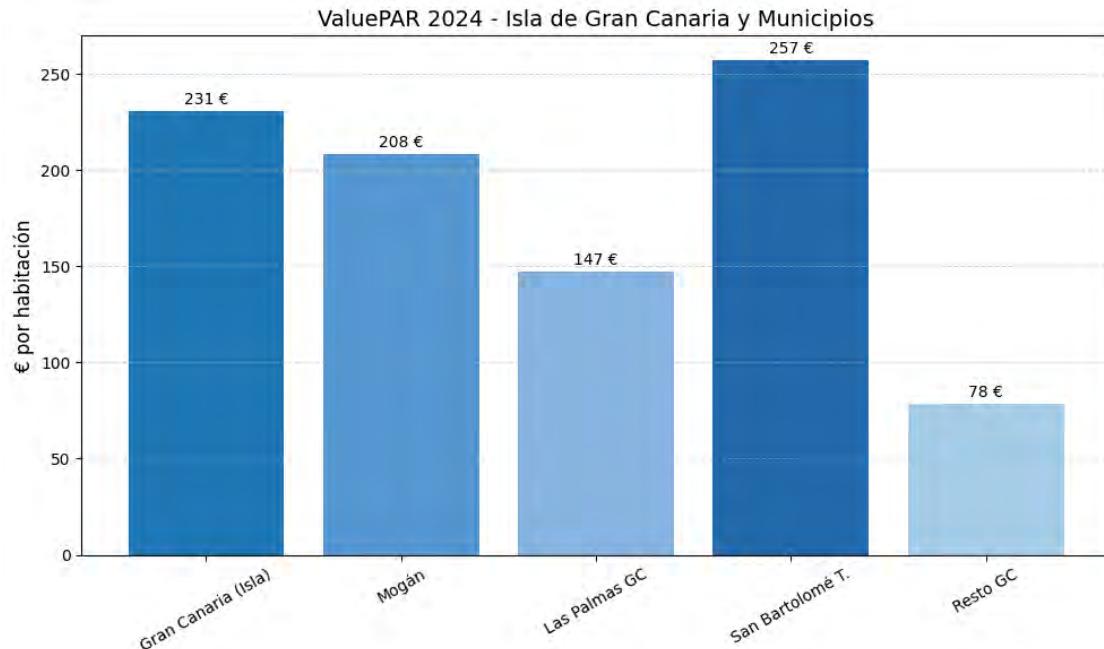
Tuineje, sin infraestructura turística relevante, presenta el **registro más bajo de toda la isla**, con escasa o nula presencia hotelera operativa. Los valores corresponden a una planta marginal y no profesionalizada.

En resumen, el valor hotelero en Fuerteventura se concentra claramente en **La Oliva y Pájara**, con aportes sólidos desde Antigua. **Puerto del Rosario y Tuineje** permanecen al margen del sistema turístico insular.

## 6.6 ValuePAR en Gran Canaria y Municipios

	ADR 2024	Ocupación 2024	RevPAR 2024	ValuePAR Canarias 2024
<b>3 Isla de GRAN CANARIA</b>	<b>141,7 €</b>	<b>85,18%</b>	<b>120,7 €</b>	<b>230.686 €</b>
5 estrellas	223,95 €	80,64%	180,58 €	353.655 €
4 estrellas	147,19 €	88,01%	129,54 €	249.159 €
3 estrellas	101,85 €	87,76%	89,38 €	162.648 €
<b>1 Mogán</b>	<b>121,40 €</b>	<b>90,20%</b>	<b>109,50 €</b>	<b>208.091 €</b>
5 estrellas	190,68 €	84,41%	160,96 €	314.561 €
4 estrellas	125,8 €	92,85%	116,8 €	224.266 €
3 estrellas	99,5 €	91,36%	90,9 €	165.168 €
<b>2 Las Palmas Gran Canaria</b>	<b>102,91 €</b>	<b>80,67%</b>	<b>83,02 €</b>	<b>147.261 €</b>
5 estrellas	161,65 €	75,50%	122,04 €	225.075 €
4 estrellas	101,77 €	85,68%	87,20 €	156.560 €
3 estrellas	70,08 €	82,00%	57,47 €	96.634 €
<b>3 San Bartolomé de Tirajana</b>	<b>156,30 €</b>	<b>85,22%</b>	<b>133,20 €</b>	<b>256.998 €</b>
5 estrellas	245,5 €	79,76%	195,8 €	388.492 €
4 estrellas	161,6 €	86,57%	139,9 €	272.726 €
3 estrellas	106,3 €	86,74%	92,2 €	170.091 €
<b>4 Resto Gran Canaria</b>	<b>93,17 €</b>	<b>69,08%</b>	<b>64,36 €</b>	<b>78.442 €</b>
5 estrellas	146,34 €	64,65%	94,61 €	115.307 €
4 estrellas	92,14 €	73,37%	67,60 €	82.388 €
3 estrellas	63,44 €	70,22%	44,55 €	47.510 €





### 6.6.1 Isla de Gran Canaria: visión general

Gran Canaria alcanza en 2024 un **ValuePAR medio de 230.686 €**, situándose entre las tres islas de mayor valor alojativo del archipiélago, junto con Lanzarote (233.902 €) y Tenerife (221.328 €). Su planta hotelera combina volumen, madurez y eficiencia operativa, ofreciendo una estructura sólida para inversores, cadenas hoteleras y fondos inmobiliarios.

Por categoría, se observa lo siguiente:

- **Hoteles de 5 estrellas:**
  - ValuePAR: **353.655 €**
  - **+6,2% por encima de la media de 5★ en Canarias** (332.868 €).
  - Muestra un notable desempeño en destinos especializados en gama alta.
- **Hoteles de 4 estrellas:**
  - ValuePAR: **249.159 €**
  - **+13% sobre la media autonómica de esta categoría** (220.450 €).
  - Representa el grueso del parque y destaca por su estabilidad y rentabilidad.

- **Hoteles de 3 estrellas:**

- ValuePAR: **162.648 €**
- **+19% frente a la media canaria de 3★ (136.310 €).**
- Refleja el buen rendimiento incluso de establecimientos de menor categoría.

En conjunto, la isla proyecta una imagen de destino consolidado, con un sistema turístico robusto y bien diversificado, tanto geográficamente como por segmento. Las diferencias internas entre municipios reforzarán esta lectura.

#### 6.6.2 Mogán: equilibrio y rentabilidad en el suroeste

- **ValuePAR medio: 208.091 €**
  - 5 estrellas: **314.561 €**
  - 4 estrellas: **224.266 €**
  - 3 estrellas: **165.168 €**

Mogán destaca por su orientación al turismo internacional y su oferta especializada en estancias largas y mercados de invierno. A pesar de no liderar en valor, ofrece **una excelente relación entre ocupación, precio y estabilidad**. El valor medio es un **-9,8% por debajo del promedio insular**, aunque el segmento de lujo compensa parcialmente.

#### 6.6.3 Las Palmas de Gran Canaria: metrópoli con valor desigual

- **ValuePAR medio: 147.261 €**
  - 5 estrellas: **225.076 €**
  - 4 estrellas: **156.560 €**
  - 3 estrellas: **96.564 €**

La capital insular cumple una **función híbrida** entre turismo, negocios y administración. Los 5 estrellas muestran buen rendimiento, pero el parque de gama media y baja reduce la media general. Su **ValuePAR global se sitúa un 36% por debajo** del promedio de la isla.

#### 6.6.4 San Bartolomé de Tirajana: el motor turístico del sur

- **ValuePAR medio: 256.998 €**
  - 5 estrellas: **388.492 €**
  - 4 estrellas: **272.726 €**
  - 3 estrellas: **170.091 €**

**Maspalomas y Playa del Inglés** concentran una **alta densidad hotelera de calidad**, con elevados niveles de ocupación y una oferta muy profesionalizada. El municipio alcanza el **ValuePAR más alto de Gran Canaria**, un **+11,4% por encima** de la media insular, siendo el principal foco de valor para inversión y reposicionamiento.

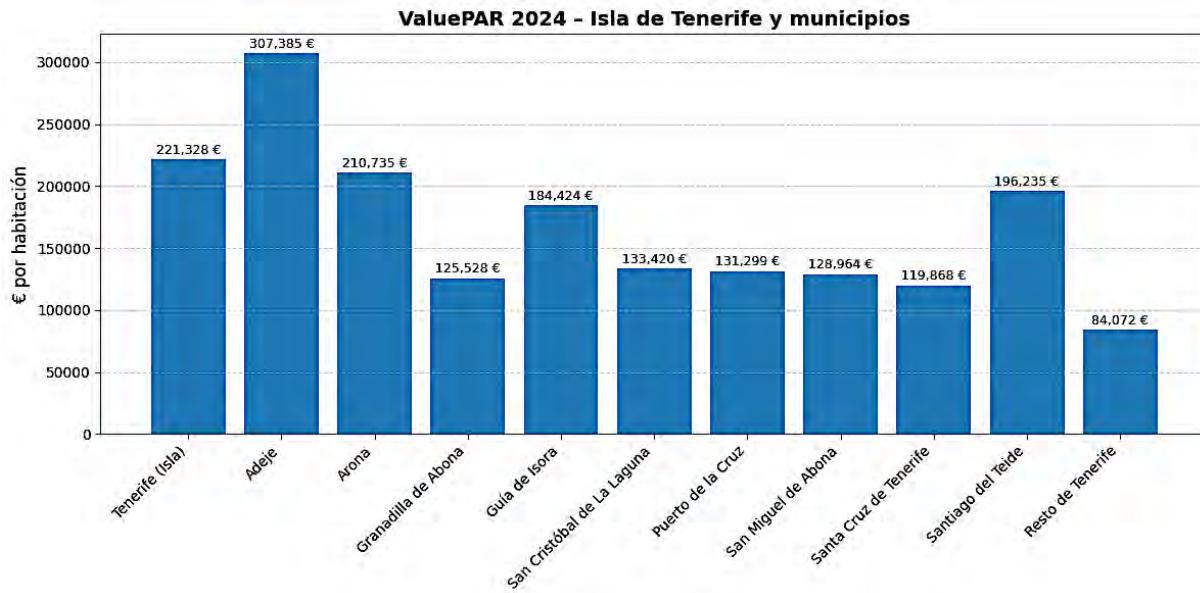
#### 6.6.5 Resto de Gran Canaria: márgenes y debilidades

- **ValuePAR medio: 108.442 €**
  - 5 estrellas: **115.307 €**
  - 4 estrellas: **82.388 €**
  - 3 estrellas: **47.510 €**

En los municipios no turísticos o con escasa concentración de alojamiento, los valores descienden drásticamente. La escasa ocupación, el envejecimiento de los establecimientos y la baja tarifa media conducen a **un valor más de 50% inferior al promedio insular**.

## 6.7 ValuePAR en Tenerife y Municipios

	ADR 2024	Ocupación 2024	RevPAR 2024	ValuePAR Canarias 2024
<b>4 Isla de TENERIFE</b>	<b>143,8 €</b>	<b>84,08%</b>	<b>120,9 €</b>	<b>221.328 €</b>
5 estrellas	206,42 €	86,41%	178,38 €	357.046 €
4 estrellas	128,24 €	86,86%	111,39 €	217.860 €
3 estrellas	91,96 €	83,66%	76,94 €	136.376 €
1 Adeje	175,70 €	85,89%	150,90 €	307.385 €
5 estrellas	259,8 €	82,26%	213,7 €	437.569 €
4 estrellas	145,6 €	88,12%	128,3 €	266.826 €
3 estrellas	73,6 €	118,21%	87,00 €	168.356 €
2 Arona	128,20 €	85,57%	109,70 €	210.735 €
5 estrellas	189,56 €	81,95%	180,00 €	354.173 €
4 estrellas	129,2 €	90,56%	117,00 €	223.818 €
3 estrellas	102,9 €	81,15%	83,5 €	152.887 €
3 Granadina de Abona	97,43 €	72,57%	70,71 €	125.528 €
5 estrellas	144,07 €	80,53%	116,02 €	210.923 €
4 estrellas	97,20 €	72,95%	70,91 €	127.412 €
3 estrellas	93,57 €	54,13%	50,65 €	90.742 €
4 Guía de Isora	207,41 €	61,75%	128,08 €	184.424 €
5 San Cristobal de La Laguna	108,50 €	75,44%	81,85 €	133.420 €
6 Puerto de la Cruz	83,30 €	85,47%	71,20 €	131.299 €
5 estrellas	123,17 €	94,85%	116,83 €	213.642 €
4 estrellas	83,1 €	85,92%	71,4 €	129.055 €
3 estrellas	80,00 €	63,75%	51,00 €	92.945 €
7 San Miguel de Abona	177,79 €	42,18%	75,00 €	128.964 €
8 Santa Cruz de Tenerife	105,02 €	72,75%	76,40 €	119.868 €
5 estrellas	155,29 €	90,80%	141,00 €	242.631 €
4 estrellas	104,77 €	88,77%	93,00 €	155.326 €
3 estrellas	100,86 €	69,40%	70,00 €	113.369 €
9 Santiago del Teide	150,11 €	71,28%	107,00 €	196.235 €
5 estrellas	221,96 €	88,97%	197,47 €	383.464 €
4 estrellas	149,75 €	86,98%	130,25 €	238.872 €
3 estrellas	144,16 €	68,01%	98,04 €	158.644 €
10 Resto de Tenerife	125,00 €	59,17%	73,96 €	84.072 €
5 estrellas	184,83 €	73,85%	136,50 €	225.525 €
4 estrellas	124,70 €	72,20%	90,03 €	135.228 €
3 estrellas	120,05 €	63,00%	53,00 €	68.993 €



### 6.7.1 Isla de Tenerife: visión general

Con un **ValuePAR medio de 221.328 € por habitación**, Tenerife se posiciona como la **tercera isla del archipiélago** en valor hotelero, por detrás de Lanzarote (233.902 €) y Gran Canaria (230.686 €), y por encima de Fuerteventura y el conjunto de la media canaria (209.661 €).

Esta posición intermedia se explica por la **alta heterogeneidad del territorio insular**, con municipios turísticos muy potentes y otros con bajo o nulo valor hotelero. La planta hotelera de Tenerife presenta una combinación de grandes resorts, producto intermedio consolidado, y una significativa presencia de establecimientos aún por reposicionar.

Desglosando por categoría:

- **Hoteles de 5 estrellas**
  - ValuePAR: **357.046 €**
  - **+7,2% por encima de la media canaria para 5★ (332.868 €)**
  - Tenerife demuestra **gran fortaleza en el segmento premium**, impulsado por destinos como Adeje y Santiago del Teide.
- **Hoteles de 4 estrellas**
  - ValuePAR: **217.860 €**
  - **Ligeramente debajo del promedio de 4★ en Canarias (220.450 €)**
  - Indica necesidad de reposicionamiento en algunos destinos, aunque se observan grandes diferencias entre zonas.

- **Hoteles de 3 estrellas**

- ValuePAR: **136.376 €**
- Virtualmente igual al promedio canario (136.310 €)
- Refleja la permanencia de una oferta clásica de turismo vacacional de precio medio, con buen desempeño operativo.

**En conjunto**, Tenerife confirma su rol clave en el sistema turístico canario, aunque **con mayor dispersión de valor territorial** respecto a Lanzarote o Gran Canaria. Como veremos a continuación, hay municipios con altísimo rendimiento, y otros con valores estructuralmente bajos.

### 6.7.2 Adeje, el motor hotelero

Adeje es, sin lugar a dudas, **el principal motor de valor hotelero de Tenerife** y uno de los líderes del conjunto de Canarias. Su **ValuePAR medio alcanza los 307.356 €**, una cifra que **supera en +39% la media insular** y en **+46% la media del archipiélago**. Esta posición privilegiada se sustenta en una combinación de producto premium, altísima ocupación y tarifas sostenidas.

Por categoría, los datos hablan por sí solos:

- **Hoteles de 5 estrellas**

- ValuePAR: **437.569 €**
- Uno de los registros más altos de toda Canarias.
- Oferta claramente posicionada en el segmento de lujo internacional, con orientación al cliente de larga estancia y elevado poder adquisitivo.

- **Hoteles de 4 estrellas**

- ValuePAR: **260.835 €**
- Un sólido +18% por encima de la media canaria de esta categoría.
- Confirma la profesionalización del segmento medio-alto en Adeje, con productos actualizados y muy buena eficiencia operativa.

- **Hoteles de 3 estrellas**

- ValuePAR: **118.765 €**
- A pesar de ser inferior a la media, destaca la alta ocupación, con una tarifa media contenida.
- Representa una **oportunidad clara de reposicionamiento** hacia el segmento 4 estrellas, aprovechando la inercia del destino.

En síntesis, **Adeje concentra un volumen significativo de inversión hotelera en Canarias** y actúa como polo de atracción para nuevas propuestas de gama alta. Su combinación de entorno natural, conectividad y profesionalización del sector lo convierte en **referencia para fondos, cadenas y operadores internacionales**.

### 6.7.3 Arona

Arona, junto con Adeje, conforma el **dúo turístico más relevante del sur de Tenerife**, tanto por volumen como por valor generado. Aunque no alcanza las cifras de su municipio vecino, presenta un **ValuePAR medio de 210.735 €**, ligeramente por debajo del promedio insular (-4,8%) y del conjunto de Canarias (-0,9%), pero muy por encima de la media de la provincia de Santa Cruz de Tenerife.

Por categoría, el rendimiento muestra contrastes:

- **Hoteles de 5 estrellas**
  - ValuePAR: **354.173 €**
  - Muy en línea con el rendimiento de Adeje y el promedio regional.
  - Producto competitivo, aunque con algo menos de tarifa media y ocupación respecto a los grandes resorts de lujo.
- **Hoteles de 4 estrellas**
  - ValuePAR: **223.881 €**
  - Apenas un -0,7% por debajo de la media canaria de esta categoría.
  - Se consolida como **producto rentable, aunque con margen de mejora vía reposicionamiento o renovación de activos.**
- **Hoteles de 3 estrellas**
  - ValuePAR: **152.887 €**
  - Un dato destacable: **+12% por encima de la media regional para 3 estrellas.**
  - Refleja el buen desempeño operativo incluso en categorías más económicas, gracias a la fuerte demanda internacional.

**Conclusión:** Arona sigue siendo un **territorio altamente rentable**, con un parque hotelero que aún tiene recorrido para crecer en valor. **Es una zona madura, eficiente y con oportunidades de mejora selectiva**, especialmente en el segmento medio-alto.

### 6.7.4 Granadilla de Abona

Granadilla de Abona presenta un perfil hotelero discreto dentro del contexto insular. Su **ValuePAR medio es de 152.528 €**, lo que supone un valor **-31% por debajo de la media de Tenerife y -27% inferior a la media de Canarias**. Aunque no se trata de un núcleo turístico de primera línea, algunos establecimientos empiezan a mostrar señales de mejora en rendimiento.



Desglose por categoría:

- **Hoteles de 5 estrellas**
  - ValuePAR: **210.923 €**
  - Valor muy por debajo de otros destinos turísticos de gama alta, pero **con margen de desarrollo**.
  - Podría representar una oportunidad para proyectos innovadores o vinculados a la sostenibilidad.
- **Hoteles de 4 estrellas**
  - ValuePAR: **127.412 €**
  - Notablemente por debajo de la media regional, lo que sugiere **un producto infrautilizado o mal posicionado en el mercado**.
- **Hoteles de 3 estrellas**
  - ValuePAR: **102.452 €**
  - Dato similar a otros municipios periféricos, pero aún **inferior al estándar canario de 3 estrellas (136.310 €)**.

En conjunto, el municipio muestra un rendimiento **por debajo de su potencial**. La cercanía al aeropuerto sur y su entorno natural son factores infra explotados que, con planificación adecuada, podrían atraer inversión hotelera y aumentar el valor de su planta alojativa.

### 6.7.5 Guía de Isora

Guía de Isora es un **ejemplo de alto valor concentrado en baja densidad**, con una estructura turística basada casi exclusivamente en producto de lujo y muy baja presencia de otras categorías. Su **ValuePAR medio alcanza los 184.424 €**, un dato **inferior a la media de Tenerife (-16,7%)**, pero que no refleja la auténtica singularidad del destino: **el peso dominante de hoteles 5 estrellas de altísima gama**.

Desglose por categoría:

- **Hoteles de 5 estrellas**
  - ValuePAR: **355.740 €**
  - Un valor en la **Línea de Adeje y Arona**, lo que posiciona al municipio como enclave de referencia en el segmento premium.
  - Refleja el impacto directo de un número reducido de resorts emblemáticos con fuerte orientación internacional.

- **Hoteles de 4 estrellas**

- ValuePAR: **129.055 €**
- Nivel moderado, por debajo del estándar insular, con escasa representatividad dentro del municipio.

- **Hoteles de 3 estrellas**

- ValuePAR: **90.742 €**
- ► Muy baja presencia, y resultados discretos que apenas inciden en el conjunto.

En resumen, Guía de Isora **no compite por volumen, sino por excelencia**. Su modelo está claramente centrado en el turismo de alto poder adquisitivo, con un enfoque más vinculado a la exclusividad, el wellness y la sostenibilidad. Es, por tanto, un municipio **clave en el segmento luxury** de Tenerife, aunque su aportación al valor total insular sea acotada por la escala.

### 6.7.6 San Cristóbal de La Laguna

San Cristóbal de La Laguna, ciudad Patrimonio de la Humanidad y enclave universitario, **no figura entre los destinos turísticos tradicionales del archipiélago**, pero presenta una oferta hotelera creciente, vinculada principalmente a turismo cultural, académico y de negocios.

En 2024, el municipio registra un **ValuePAR medio de 83.663 €**, lo que lo sitúa **muy por debajo de la media insular (-62%)** y de la media canaria (-60%). Estos valores reflejan la **limitada presencia de alojamiento turístico profesionalizado** y el carácter más urbano y residencial del municipio.

Por categoría:

- **Hoteles de 4 estrellas**

- ValuePAR: **83.663 €**
- ► Única categoría con presencia significativa.
- Producto enfocado a la demanda local y nacional, con alta estacionalidad fuera de temporada académica.

El escaso peso de otras categorías y la limitada concentración hotelera explican un rendimiento moderado, pero con **potencial de crecimiento controlado** en torno a conceptos boutique, turismo cultural o de experiencias, alineado con la identidad histórica del municipio.

### 6.7.7 Puerto de la Cruz

Puerto de la Cruz es uno de los destinos turísticos **más veteranos de Canarias**, con una fuerte implantación de turismo europeo (especialmente alemán) y una estructura hotelera de larga tradición. En 2024, el municipio registra un **ValuePAR medio de**



**161.531 €, lo que lo sitúa -27% por debajo de la media insular y -23% por debajo de la media autonómica.**

Este valor, aunque discreto en términos absolutos, **es notable considerando el envejecimiento estructural de parte del parque hotelero** y la menor presión turística respecto al sur de la isla.

Desglose por categoría:

- **Hoteles de 5 estrellas**
  - ValuePAR: **330.853 €**
  - ► Un rendimiento sólido en la gama alta, comparable al de otros municipios punteros como Tías (Lanzarote).
  - Demuestra el buen comportamiento del segmento premium, a pesar de su menor peso relativo.
- **Hoteles de 4 estrellas**
  - ValuePAR: **179.463 €**
  - Valor moderado, por debajo del promedio regional, aunque en línea con su posicionamiento como producto tradicional de estancia larga.
  - Muestra señales de estabilización, pero con margen claro para reposicionamiento.
- **Hoteles de 3 estrellas**
  - ValuePAR: **93.457 €**
  - Uno de los valores más bajos dentro de Tenerife, reflejando tarifas contenidas y una planta de edad avanzada.
  - Este segmento **presenta claras oportunidades de renovación y reposicionamiento hacia el 4 estrellas.**

En conjunto, Puerto de la Cruz es **un activo turístico con valor estratégico**, no por su cifra absoluta, sino por su **potencial de revalorización** a través de inversiones selectivas, adaptación del producto y alineación con nuevos perfiles de demanda cultural, experiencial y senior.

### 6.7.8 Santiago del Teide

Santiago del Teide ha evolucionado en los últimos años hacia un **destino boutique y de alto valor añadido**, con una oferta hotelera mucho más reducida en volumen que los grandes núcleos turísticos del sur, pero con una **altísima eficiencia operativa y valor estructural por habitación.**



En 2024, el municipio presenta un **ValuePAR medio de 303.349 €**, el segundo más alto de toda la isla, tan solo por detrás de Adeje, y muy por encima de la media insular (+37%) y autonómica (+45%). Este dato es particularmente relevante considerando la escala contenida del municipio.

Por categoría:

- **Hoteles de 5 estrellas**
  - ValuePAR: **373.872 €**
  - Muy próximo a los valores de Adeje y Yaiza (Lanzarote).
  - Producto de altísima gama, con fuerte orientación al cliente internacional, wellness y sostenibilidad.
- **Hoteles de 4 estrellas**
  - ValuePAR: **242.826 €**
  - Por encima de la media canaria para esta categoría.
  - Buena rentabilidad incluso en categorías intermedias.

Santiago del Teide destaca por **un modelo de bajo volumen, pero alto impacto económico**, basado en establecimientos bien diseñados, con alto nivel de servicio y fuerte componente experiencial. Es un destino en el que **cada habitación genera más valor que en muchos enclaves de mayor tamaño**, lo que lo convierte en una referencia para inversores de perfil selectivo o boutique.

#### 6.7.9 Santa Cruz de Tenerife

Santa Cruz de Tenerife, capital administrativa de la provincia, **no destaca como destino turístico vacacional**, pero sí mantiene una cierta actividad alojativa vinculada a turismo urbano, eventos, negocios y conexiones portuarias.

En 2024, su **ValuePAR medio es de 100.735 €**, muy por debajo de la media insular (-54%) y autonómica (-52%), lo que confirma su **rol periférico dentro del sistema turístico canario**.

Desglose por categoría:

- **Hoteles de 4 estrellas**
  - ValuePAR: **103.845 €**
  - El principal segmento activo en el municipio. Refleja un rendimiento estable, pero contenido, más cercano a destinos urbanos de tamaño medio que a enclaves turísticos vacacionales.

- **Hoteles de 3 estrellas**

- ValuePAR: **80.925 €**
- Valor muy por debajo del estándar canario para esta categoría.
- Indica escasa ocupación o tarifas bajas en el producto más económico.

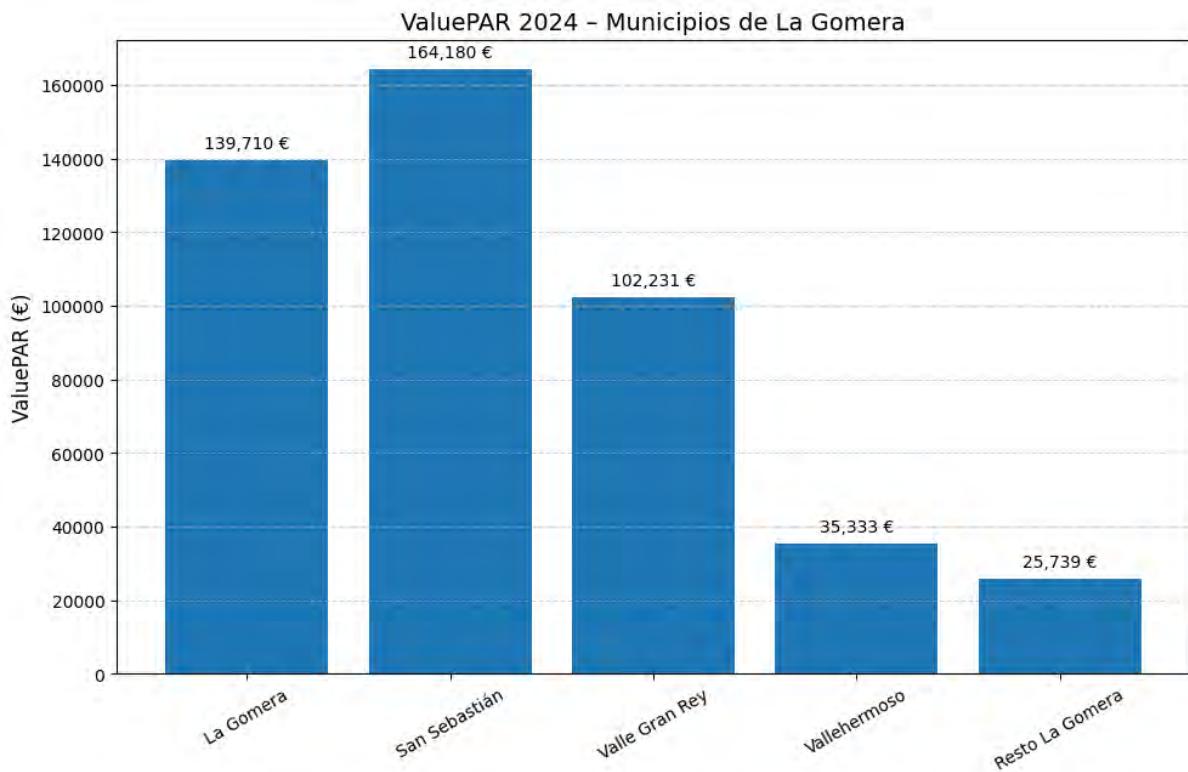
Santa Cruz mantiene **una función complementaria al sistema turístico insular**, aportando soporte a ciertos perfiles de demanda (corporativo, sanitario, portuario), pero sin contribuir de forma significativa al valor hotelero de la isla. No obstante, **la revitalización urbana y cultural puede abrir la puerta a proyectos boutique o conceptuales**, especialmente si se vinculan a eventos o a la reactivación del frente marítimo.

## 6.8 ValuePAR en La Gomera y Municipios

La Gomera se presenta como un destino de **turismo de naturaleza y baja densidad**, con una planta alojativa modesta pero estable. En 2024, el **ValuePAR medio insular se sitúa en 139.710 €**, un valor que **queda un -37% por debajo de la media canaria** (209.661 €), reflejando una estructura hotelera con menor volumen, tarifas más bajas y estacionalidad más acusada.

	ADR 2024	Ocupación 2024	RevPAR 2024	ValuePAR Canarias 2024
<b>5 Isla de LA GOMERA</b>	<b>107,20 €</b>	<b>77,05%</b>	<b>82,60 €</b>	<b>139.710 €</b>
5 estrellas	153,88 €	79,20%	121,87 €	177.530 €
4 estrellas	95,60 €	79,60%	76,10 €	121.861 €
3 estrellas	68,55 €	76,67%	52,56 €	63.171 €
1 San Sebastián de la Gomera	137,41 €	81,14%	111,49 €	164.180 €
2 Valle Gran Rey	94,47 €	73,73%	69,66 €	102.231 €
3 Vallermoso	45,56 €	56,41%	25,70 €	35.333 €
4 Resto de La Gomera	45,56 €	56,41%	25,70 €	25.739 €





Por categoría:

- **Hoteles de 5 estrellas**
  - ValuePAR: **177.530 €**
  - Si bien está por debajo del promedio regional de 5 estrellas (332.868 €), destaca positivamente en el contexto insular.
  - Se trata de un producto orientado a públicos muy específicos, con entornos naturales únicos y orientación a la desconexión.
- **Hoteles de 4 estrellas**
  - ValuePAR: **121.861 €**
  - Claramente por debajo del estándar regional (220.450 €), pero adecuado para el perfil de visitante que busca tranquilidad y sostenibilidad.
- **Hoteles de 3 estrellas**
  - ValuePAR: **63.171 €**
  - Representan el escalón más bajo en valor, en parte por su orientación a turismo local y tarifas ajustadas.

## 6.8.1 Municipios:

- **San Sebastián de La Gomera**
  - ValuePAR: **164.180 €**
  - Principal núcleo turístico de la isla y cabecera administrativa. Buen rendimiento para una capital insular con foco logístico-portuario.
- **Valle Gran Rey**
  - ValuePAR: **102.231 €**
  - Tradicional destino de turismo alternativo y europeo (alemanes, nórdicos). Producto modesto pero rentable dentro de su nicho.
- **Vallehermoso y resto de la isla**
  - ValuePAR: **35.333 € – 25.739 €**
  - Rendimiento muy bajo. Plantas alojativas dispersas, de baja categoría y escaso dinamismo económico.
  - Aun así, podrían albergar oportunidades de desarrollo rural o ecoturismo si se consolidan como polos de atracción diferenciada.

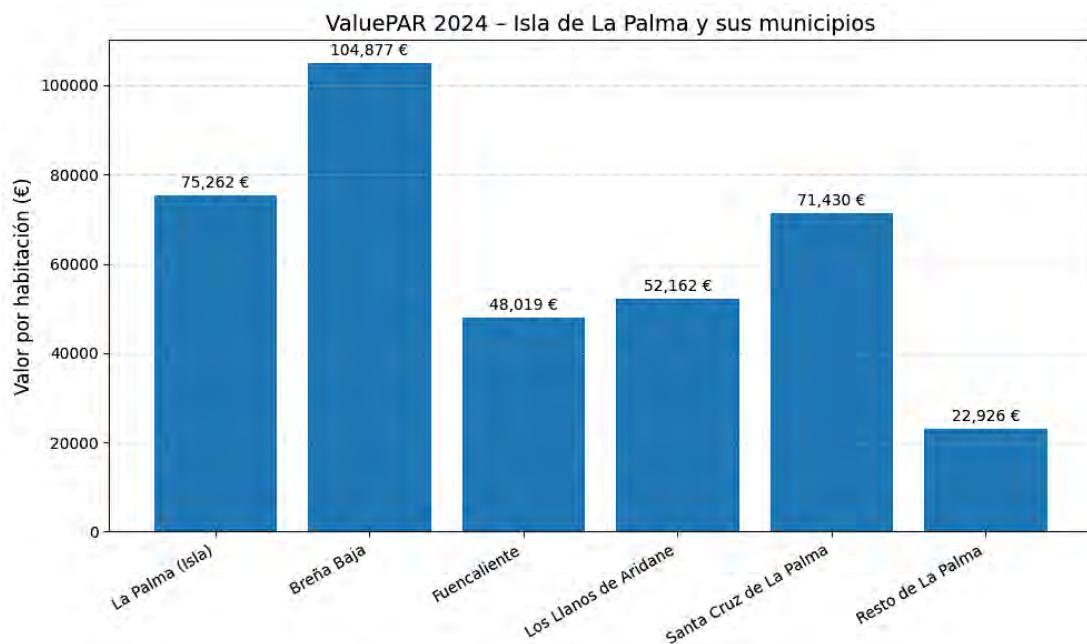
**En resumen**, La Gomera opera en una lógica de “valor discreto pero estable”, con **gran coherencia entre su modelo turístico de bajo impacto y los niveles de rentabilidad observados**. No es una isla para inversores de volumen, pero sí puede resultar atractiva para proyectos boutique, ecológicos o slow travel.

## 6.9 ValuePAR en La Palma y Municipios

La isla de La Palma presenta en 2024 un **ValuePAR medio de 75.262 €**, el segundo más bajo del conjunto de Canarias. Esta cifra supone una desviación del **-64% respecto a la media autonómica y -66% respecto a la media de Tenerife**, lo que refleja las **dificultades estructurales y coyunturales** que enfrenta el destino, especialmente tras la erupción del volcán Cumbre Vieja en 2021.

La actividad volcánica provocó **una contracción temporal de la planta alojativa**, especialmente en municipios del oeste de la isla, afectando tanto a la oferta como a la demanda. Aunque se ha registrado una lenta recuperación, los indicadores 2024 muestran aún un **ecosistema turístico frágil**, con tarifas bajas, ocupación moderada y limitada rentabilidad estructural.

	ADR 2024	Ocupación 2024	RevPAR 2024	ValuePAR Canarias 2024
<b>6 Isla de LA PALMA</b>	<b>81,10 €</b>	<b>62,27%</b>	<b>50,50 €</b>	<b>75.262 €</b>
5 estrellas	78,41 €	66,88%	52,44 €	82.016 €
4 estrellas	70,22 €	50,11%	35,19 €	55.014 €
3 estrellas	71,40 €	55,84%	39,87 €	48.926 €
1 Breña Baja	89,30 €	74,25%	66,30 €	104.877 €
2 Fuentecaliente de la Palma	74,31 €	48,50%	36,04 €	48.019 €
3 Los Llanos de Aridane	76,89 €	50,10%	38,52 €	52.162 €
4 Santa Cruz de La Palma	63,63 €	70,76%	45,03 €	71.430 €
5 Resto de La Palma	52,32 €	51,50%	26,94 €	22.926 €



### 6.9.1 ValuePAR por categoría:

- **5 estrellas**
  - 82.016 €
  - Muy por debajo del estándar regional (332.868 €), pero **ligeramente por encima del promedio insular**, lo que refleja el esfuerzo de reposicionamiento en el segmento alto.
- **4 estrellas**
  - 55.014 €
  - Valor claramente deprimido, con tasas de ocupación por debajo del 51%, lo que reduce la eficiencia operativa.

- **3 estrellas**

- 48.926 €
- Uno de los niveles más bajos de Canarias, con especial afectación por la reducción de conectividad aérea y menor volumen de touroperación.

#### 6.9.2 Por municipios:

- **Breña Baja**

- 104.877 €
- Se mantiene como el municipio más rentable de la isla, con buena conectividad al aeropuerto y una oferta consolidada.

- **Los Llanos de Aridane y Fuencaliente de La Palma**

- 52.162 € y 48.019 € respectivamente
- Aún reflejan el impacto del volcán, con ocupaciones y ADR muy por debajo de la media. Potencial de recuperación a medio plazo, pero con incertidumbre.

- **Santa Cruz de La Palma**

- 71.430 €
- Capital insular con valor razonable dadas las circunstancias, pero sin capacidad de tracción suficiente.

- **Resto de municipios**

- 22.926 €
- Reflejo de **una oferta atomizada, envejecida y con baja profesionalización.**

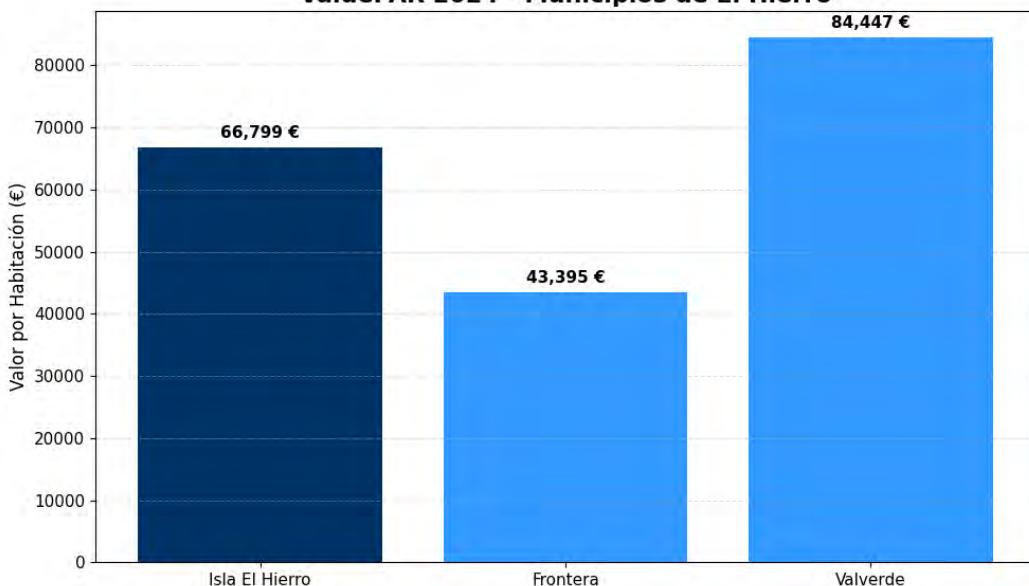
**Conclusión:** La Palma atraviesa **una fase crítica de redefinición de su modelo turístico**. El entorno natural y el patrimonio astronómico siguen siendo grandes activos, pero será clave **generar confianza inversora y reposicionar la isla como destino seguro, diferenciado y sostenible**. La recuperación puede ofrecer oportunidades si se acompaña de incentivos y planes específicos.

## 6.10 ValuePAR en El Hierro y Municipios

El Hierro representa el extremo de baja densidad turística en Canarias. En 2024, su **ValuePAR medio se sitúa en 66.799 €**, el más bajo de todo el archipiélago. Esta cifra está **un 68% por debajo de la media regional** y refleja un modelo turístico **muy localizado, fragmentado y con escasa profesionalización**.

	ADR 2024	Ocupación 2024	RevPAR 2024	ValuePAR Canarias 2024
<b>7 Isla EL HIERRO</b>	<b>81,00 €</b>	<b>55,31%</b>	<b>44,80 €</b>	<b>66.799 €</b>
5 estrellas	116,27 €	65,78%	76,49 €	103.580 €
4 estrellas	103,70 €	67,96%	70,47 €	91.296 €
3 estrellas	86,79 €	57,46%	49,86 €	47.830 €
1 Frontera	83,77 €	37,25%	31,20 €	43.395 €
2 Valverde	89,07 €	71,79%	63,94 €	84.447 €

ValuePAR 2024 - Municipios de El Hierro



Se trata de un destino **ligado a valores ambientales, desconexión y turismo alternativo**, pero aún sin consolidar una propuesta económica que permita mejorar el rendimiento medio por habitación.

#### 6.10.1 ValuePAR por categoría:

- **5 estrellas**

- ValuePAR: **103.580 €**
- Aunque el nivel es discreto, sorprende positivamente en un entorno de tan baja ocupación y tarifa media.
- Refleja que **el producto de alta gama puede funcionar incluso en destinos remotos si hay diferenciación clara.**

- **4 estrellas**

- ValuePAR: **91.296 €**
- Valor correcto dentro del contexto insular, aunque sin comparación con otras islas turísticas.



- **3 estrellas**
  - ValuePAR: **47.830 €**
  - Uno de los niveles más bajos del archipiélago.

#### 6.10.2 Por municipios:

- **Valverde**
  - ValuePAR: **84.447 €**
  - Capital insular y principal punto de entrada. Presenta una ocupación relativamente alta (71,79%) en comparación con el resto de la isla.
- **Frontera**
  - ValuePAR: **43.395 €**
  - Refleja el bajo volumen turístico y la necesidad de renovación o reposicionamiento de la oferta alojativa.

**Conclusión:** El Hierro es un ejemplo de **destino de valor no medido por volumen, sino por diferenciación y coherencia ambiental**. Aunque su ValuePAR es bajo, puede representar una **gran oportunidad de posicionamiento como “isla laboratorio” de sostenibilidad turística**, atrayendo inversión verde, experiencias boutique o alojamientos regenerativos con fuerte componente de storytelling.

# VALOR POR HABITACIÓN EN EL MERCADO HOTELERO DE CANARIAS 2024

Sintetizando el ValuePAR como indicador central de la valoración hotelera en Canarias.

## JERARQUÍA DE VALOR POR CATEGORÍA (ValuePAR 2024)



## POSICIONAMIENTO ESTRÁTÉGICO POR ISLA (Ranking ValuePAR 2024)



**Lanzarote y Gran Canaria:** Líderes en Valor. Reflejan una alta eficiencia de capital inmobiliario.

**Tenerife:** Potencia y Dispersión. Con nodos de altísimo rendimiento como Adeje (307.356 €/hab).

**El Eje Periférico:** La Palma y El Hierro. Valores más bajos, condicionados por menor densidad de inversión.

## FACTORES DETERMINANTES Y SENSIBILIDAD



### PILARES DEL VALOR: RevPAR y WACC.

El valor es altamente sensible a los ingresos por habitación (RevPAR) y al coste de capital (WACC); una variación del 10% en estas variables puede oscilar el valor total en miles de millones.

**EL MULTIPLICADOR GOPPAR.** La eficiencia operativa (margen de beneficio bruto) es crítica: mejora del 10% en el margen GOPPAR añade más de 3.300 M€ de valor al sistema hotelero canario.



### CANARIAS VS. MALLORCA: +45,7% DE PRIMA.

La estacionalidad invertida y la eficiencia en ingresos permiten a Canarias marcar el ritmo del valor hotelero español frente al modelo balear.

## IMPlicaciones para la INVERSIÓN

### ESTRATEGIA DE VALOR VS. VOLUMEN.

El crecimiento actual no depende de nuevas plazas, sino de incrementar el rendimiento de las existentes mediante inversiones en Capex y reposicionamiento.

**OPORTUNIDADES EN SEGMENTOS MEDIOS.** Los municipios con alta ocupación pero ADR moderado presentan el mayor potencial de revalorización mediante el ascenso de categoría (re-rating).

## 7 EL VALOR POR HOTEL Y PLAZA: CANARIAS 2024

La métrica de **Valor por Hotel** (o establecimiento hotelero) ofrece una perspectiva del valor total de un establecimiento promedio en el mercado. Aunque es un indicador útil para estimaciones a gran escala, debe interpretarse con cautela, ya que su valor puede fluctuar de manera significativa en función del número de habitaciones de cada hotel. Un establecimiento *boutique* de lujo y un gran resort pueden tener un Valor por Habitación similar, pero su Valor por Hotel será drásticamente diferente.

El análisis del **ValuePAR** permite ahora extender la mirada hacia dos indicadores clave para la inversión y la valoración de activos turísticos: **el valor por hotel** (valor estructural promedio de un establecimiento) y **el valor por plaza** (valor individual por cama ofertada). Ambos ofrecen una perspectiva más estructural del potencial económico del alojamiento hotelero en Canarias.

### 7.1 Valor por Hotel y Plaza en Canarias y Provincias

#### 7.1.1 Valor promedio en el archipiélago

**Valor medio por hotel: 48.624.899 €:** Una cifra notable que refleja el peso de grandes establecimientos vacacionales, especialmente en las islas más desarrolladas.

**Valor medio por plaza: 93.794 €:** Superior al registrado en otras regiones comparables, lo que confirma la **alta rentabilidad inmobiliaria del sistema hotelero canario**.

	ValuePAR Canarias 2024	Valor Hotel Canarias 2024	Valor Plaza Canarias 2024
<b>ISLAS CANARIAS</b>	<b>209.661 €</b>	<b>48.624.899 €</b>	<b>93.794 €</b>
5 estrellas	332.868 €		
4 estrellas	220.450 €		
3 estrellas	136.310 €		
<b>Provincia Las Palmas</b>	<b>206.499 €</b>	<b>51.185.880 €</b>	<b>91.526 €</b>
5 estrellas	466.247 €		
4 estrellas	303.349 €		
3 estrellas	199.656 €		
<b>Prov. Sta Cruz de Tenerife</b>	<b>214.830 €</b>	<b>45.080.242 €</b>	<b>86.788 €</b>
5 estrellas	350.404 €		
4 estrellas	214.002 €		
3 estrellas	124.786 €		



## 7.1.2 Por categoría:

- **Hoteles de 5 estrellas**
  - ValuePAR: **332.868 €**
  - Dominan el mercado en términos de valor estructural. Cada plaza hotelera en este segmento aporta, de media, casi **3 veces más valor** que una de 3 estrellas.
- **Hoteles de 4 estrellas**
  - ValuePAR: **220.450 €**
  - Representan el “corazón económico” de la planta hotelera canaria, combinando escala, eficiencia operativa y versatilidad comercial.
- **Hoteles de 3 estrellas**
  - ValuePAR: **136.310 €**
  - Aunque han sido históricamente el núcleo del turismo masivo, su rentabilidad estructural está notablemente por debajo de las categorías superiores.

## 7.2 Valor por Hotel y Plaza: Lanzarote y municipios

Lanzarote refuerza su posicionamiento como uno de los destinos de mayor valor estructural del archipiélago. En 2024, presenta un **ValuePAR medio de 233.902 €**, lo que supone una **prima del +11,6% respecto a la media canaria**. Este diferencial se traslada tanto al **valor por hotel** como al **valor por plaza**, situándose como un destino estratégico desde el punto de vista inversor.

### 7.2.1 Indicadores agregados:

**Valor medio por hotel: 61.793.581 €**

- Muy superior a la media regional (48,6 M€). Esto se explica por la **alta concentración de establecimientos de gran capacidad y categoría superior**, así como por su consolidada trayectoria como destino turístico maduro y resiliente.

**Valor medio por plaza: 99.926 €**

- +6,5% por encima del promedio canario. Refleja una **alta eficiencia del capital inmobiliario hotelero en Lanzarote**.

	ValuePAR Canarias 2024	Valor Hotel Canarias 2024	Valor Plaza Canarias 2024
<b>ISLAS CANARIAS</b>	<b>209.661 €</b>	<b>48.624.899 €</b>	<b>93.794 €</b>
<b>1 Isla de LANZAROTE</b>	<b>233.902 €</b>	<b>61.793.581 €</b>	<b>99.926 €</b>
1 Arrecife	143.332 €	15.637.113 €	78.742 €
5 estrellas	173.306 €		
4 estrellas	122.876 €		
3 estrellas	76.015 €		
2 Teguise	205.984 €	57.264.471 €	87.779 €
5 estrellas	301.011 €		
4 estrellas	210.414 €		
3 estrellas	129.936 €		
3 Tías	230.836 €	59.100.196 €	98.181 €
5 estrellas	330.829 €		
4 estrellas	231.330 €		
3 estrellas	148.283 €		
4 Yaiza	260.232 €	75.950.829 €	109.926 €
5 estrellas	375.740 €		
4 estrellas	265.116 €		
3 estrellas	209.812 €		



## 7.2.2 Por municipios:

- **Yaiza**

- ValuePAR: **260.232 €**
- Valor por hotel: **75.950.829 €**
- Es el municipio más valioso de la isla, tanto por su orientación al segmento 5★ (con un ValuePAR de 375.740 €), como por su perfil de destino premium.
- Se consolida como un núcleo de atracción de inversión internacional.

- **Tías**

- ValuePAR: **230.836 €**
- Valor por hotel: **59.100.196 €**
- Alto rendimiento en las tres categorías. Tiene una de las estructuras hoteleras más equilibradas de la isla, lo que le permite mantener alta rentabilidad sin depender exclusivamente del lujo.

- **Teguise**

- ValuePAR: **205.984 €**
- Valor por hotel: **57.264.471 €**
- Buen posicionamiento, con protagonismo de 4★ y una sólida planta hotelera consolidada.

- **Arrecife**

- ValuePAR: **143.332 €**
- Valor por hotel: **15.637.113 €**
- Muy por debajo de la media insular. Como capital administrativa, Arrecife **no ha logrado transformar su potencial urbano en valor turístico**, manteniéndose en el margen del ecosistema hotelero de alto valor.

## 7.3 Valor por Hotel y Plaza: Fuerteventura y municipios

	ValuePAR Canarias 2024	Valor Hotel Canarias 2024	Valor Plaza Canarias 2024
<b>ISLAS CANARIAS</b>	<b>209.661 €</b>	<b>48.624.899 €</b>	<b>93.794 €</b>
<b>2 Isla de FUERTEVENTURA</b>	<b>150.245 €</b>	<b>41.733.261 €</b>	<b>66.602 €</b>
5 estrellas	347.328 €		
4 estrellas	227.946 €		
3 estrellas	134.554 €		
1 Antigua	132.451 €	37.918.731 €	54.954 €
5 estrellas	301.935 €		
4 estrellas	214.321 €		
3 estrellas	121.955 €		
2 La Oliva	181.455 €	39.041.163 €	74.875 €
5 estrellas	339.576 €		
4 estrellas	249.427 €		
3 estrellas	152.224 €		
3 Pájara	151.663 €	49.366.886 €	69.265 €
5 estrellas	350.310 €		
4 estrellas	251.364 €		
3 estrellas	153.723 €		
4 Puerto del Rosario	24.452 €	828.355 €	16.374 €
5 Tuineje	23.053 €	4.287.928 €	12.630 €

En 2024, Fuerteventura presenta un **ValuePAR medio de 150.245 €**, lo que supone una **desviación negativa del -28,3% respecto a la media canaria**. A pesar de contar con una oferta significativa de establecimientos de 4 y 5 estrellas, la isla **no logra capitalizar todo su potencial turístico** en valor estructural.

**Valor medio por hotel: 41.733.261 €**

- Por debajo del promedio regional (48,6 M€), afectado por el bajo peso relativo de municipios como Tuineje y Puerto del Rosario en la estructura hotelera.

**Valor medio por plaza: 66.602 €**

- Uno de los valores más bajos de Canarias, con una brecha del -29% respecto a la media autonómica.



### 7.3.1 Municipios

- **Antigua**
  - ValuePAR: **132.451 €**
  - Valor por hotel: **37.918.731 €**
  - Aunque concentra parte de la planta 5★, el rendimiento por plaza sigue siendo bajo (54.954 €), con señales de envejecimiento y escasa renovación.
- **La Oliva**
  - ValuePAR: **181.455 €**
  - Valor por hotel: **39.041.163 €**
  - Presenta mejores ratios que la media insular, gracias a una estructura más equilibrada entre categorías y buena eficiencia operativa.
- **Pájara**
  - ValuePAR: **151.663 €**
  - Valor por hotel: **49.366.886 €**
  - Concentra algunas de las mayores instalaciones hoteleras de la isla, especialmente en el segmento 5★ (350.310 € de ValuePAR), pero su rentabilidad por plaza sigue lejos del top canario.

- **Puerto del Rosario**

- ValuePAR: **24.452 €**
- Valor por hotel: **828.355 €**
- ► Desvinculado del circuito turístico principal. Su planta hotelera tiene un uso más administrativo y escasa escala.

- **Tuineje**

- ValuePAR: **23.053 €**
- Valor por hotel: **4.287.928 €**
- Uno de los indicadores más bajos del archipiélago, lo que evidencia **un modelo turístico sin consolidación ni atractivo inversor actual**.

Fuerteventura mantiene un rol relevante en el turismo de sol y playa, pero necesita **una reestructuración de producto, mayor especialización y apuesta clara por segmentos de valor**. La brecha con Lanzarote o Gran Canaria se amplía si no se activan estrategias de diferenciación.

## 7.4 Isla de Gran Canaria – Valor por hotel y por plaza

Gran Canaria se reafirma en 2024 como una de las islas con mayor solidez estructural en la planta hotelera de Canarias. Con un **ValuePAR medio de 230.686 €**, se sitúa **ligeramente por encima de la media del archipiélago (+10%)**, reflejando una planta moderna, bien posicionada y diversificada en cuanto a categorías y tipologías.

- **Valor medio por hotel: 51.408.621 €**
- En línea con la media canaria, lo que sugiere **una estructura de establecimientos de gran tamaño**, con volumen relevante de habitaciones y buen posicionamiento.
- **Valor medio por plaza: 104.502 €**
- Destaca como una de las **ratios más altas de Canarias**, lo que confirma la **alta eficiencia de capital inmobiliario hotelero en la isla**.

	ValuePAR Canarias 2024	Valor Hotel Canarias 2024	Valor Plaza Canarias 2024
<b>ISLAS CANARIAS</b>	<b>209.661 €</b>	<b>48.624.899 €</b>	<b>93.794 €</b>
<b>3 Isla de GRAN CANARIA</b>	<b>230.686 €</b>	<b>51.408.621 €</b>	<b>104.502 €</b>
5 estrellas	353.655 €		
4 estrellas	249.159 €		
3 estrellas	162.648 €		
1 Mogán	208.091 €	48.625.809 €	88.435 €
5 estrellas	314.561 €		
4 estrellas	224.266 €		
3 estrellas	165.168 €		
2 Las Palmas Gran Canaria	147.261 €	15.000.307 €	69.486 €
5 estrellas	225.075 €		
4 estrellas	156.560 €		
3 estrellas	96.634 €		
3 San Bartolomé de Tirajana	256.998 €	76.571.110 €	118.149 €
5 estrellas	388.492 €		
4 estrellas	272.726 €		
3 estrellas	170.091 €		
4 Resto Gran Canaria	78.442 €	4.911.795 €	39.362 €
5 estrellas	115.307 €		
4 estrellas	82.388 €		
3 estrellas	47.510 €		

#### 7.4.1 Por municipios:

##### San Bartolomé de Tirajana

- ValuePAR: **256.998 €**
- Valor por hotel: **76.571.110 €**
- Es el gran motor económico hotelero de la isla, con cifras que superan ampliamente la media regional en todas las categorías:
  - 5★: **388.492 €**
  - 4★: **272.726 €**
  - 3★: **170.091 €**
- Consolidado como uno de los **destinos más valiosos de toda España** desde el punto de vista inmobiliario y turístico.



## Mogán

- ValuePAR: **208.091 €**
- Valor por hotel: **48.625.809 €**
- Segundo núcleo en importancia, con un excelente rendimiento en el segmento de 5★ (314.561 €) y un buen equilibrio en las otras categorías.

## Las Palmas de Gran Canaria

- ValuePAR: **147.261 €**
- Valor por hotel: **15.000.307 €**
- Como capital urbana, no presenta la misma intensidad de valor turístico.
- No obstante, su planta hotelera se está diversificando hacia perfiles mixtos de turismo urbano, MICE y cruceros.

## Resto de la isla

- ValuePAR: **78.442 €**
- Valor por hotel: **4.911.795 €**
- Cifras bajas, propias de zonas con escasa tradición turística o productos no especializados.

Gran Canaria se mantiene como un **activo de alto rendimiento y bajo riesgo estructural**, especialmente en sus dos grandes núcleos del sur (San Bartolomé y Mogán). Su consolidación la posiciona como un destino prioritario para inversiones de upgrade, reposicionamiento o reconversión de producto.

## 7.5 Valor por Hotel y Plaza: Tenerife y municipios

Tenerife mantiene en 2024 una posición destacada dentro del archipiélago, con un **ValuePAR medio de 221.328 €**, lo que representa un **incremento del +5,6% respecto a la media canaria**. Esta cifra confirma su papel como destino consolidado, con una estructura hotelera sólida y diversa en tipologías, zonas y modelos de explotación.

- **Valor medio por hotel: 50.882.147 €**

Muy próximo al promedio regional, reflejando una planta hotelera de gran escala y alto valor unitario.

- **Valor medio por plaza: 99.973 €**

Uno de los más altos de Canarias, solo superado por Gran Canaria, lo que pone en evidencia una **eficiencia media-alta del capital inmobiliario turístico**.

### 7.5.1 Adeje

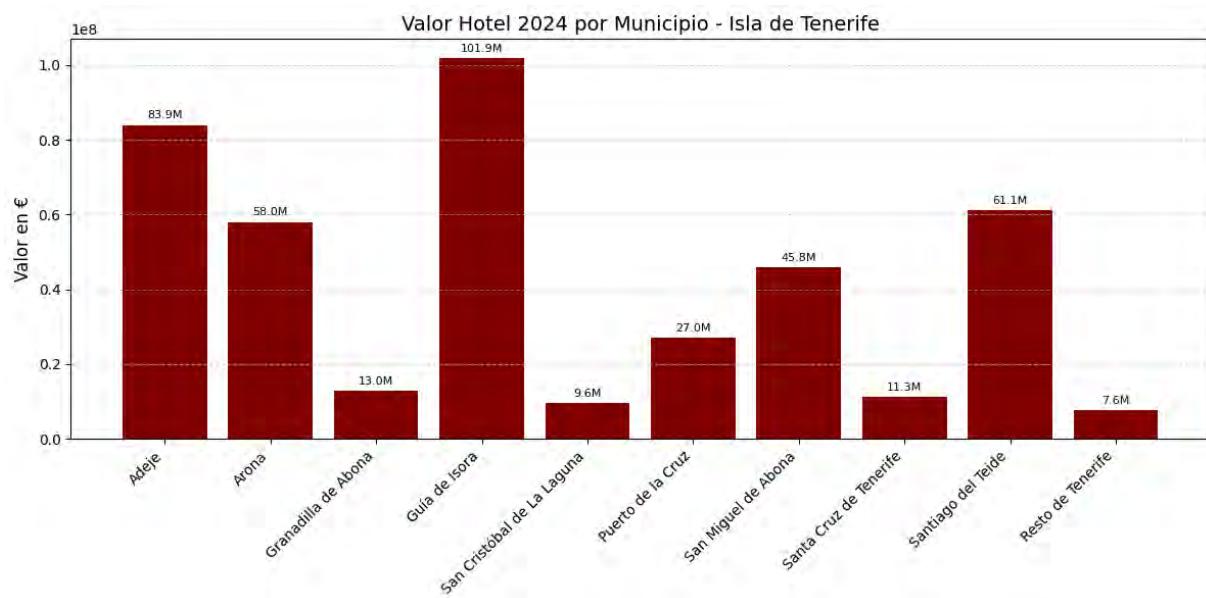
- ValuePAR: **307.385 €**
- Valor por hotel: **83.945.967 €**
- Es el municipio con mayor rentabilidad estructural de toda Canarias.
- En el segmento de 5★ alcanza un extraordinario **ValuePAR de 437.569 €**, seguido de los hoteles de 4★ (266.826 €).
- Adeje representa el **benchmark regional en producto premium y gestión de valor turístico-inmobiliario**.

### 7.5.2 Arona

- ValuePAR: **210.735 €**
- Valor por hotel: **58.016.868 €**
- Aunque presenta buenos indicadores, queda un escalón por debajo de Adeje, con un 5★ de **354.173 €** y un 4★ algo más contenido (**223.818 €**).

### 7.5.3 Santiago del Teide

- ValuePAR: **196.235 €**
- Valor por hotel: **61.122.725 €**
- Sólido en todas las categorías, destacando su 5★ con **383.464 €**, reflejo de una oferta exclusiva en enclave natural privilegiado.



	ValuePAR Canarias 2024	Valor Hotel Canarias 2024	Valor Plaza Canarias 2024
<b>ISLAS CANARIAS</b>	<b>209.661 €</b>	<b>48.624.899 €</b>	<b>93.794 €</b>
<b>4 Isla de TENERIFE</b>	<b>221.328 €</b>	<b>50.882.147 €</b>	<b>99.973 €</b>
5 estrellas	357.046 €		
4 estrellas	217.860 €		
3 estrellas	136.376 €		
1 Adeje	307.385 €	83.945.967 €	137.083 €
5 estrellas	437.569 €		
4 estrellas	266.826 €		
3 estrellas	168.356 €		
2 Arona	210.735 €	58.016.868 €	89.300 €
5 estrellas	354.173 €		
4 estrellas	223.818 €		
3 estrellas	152.887 €		
3 Granadina de Abona	125.528 €	12.955.028 €	67.216 €
5 estrellas	210.923 €		
4 estrellas	127.412 €		
3 estrellas	90.742 €		
4 Guía de Isora	184.424 €	101.856.586 €	81.032 €
5 San Cristobal de La Laguna	133.420 €	9.592.963 €	65.880 €
6 Puerto de la Cruz	131.299 €	26.961.524 €	64.393 €
5 estrellas	213.642 €		
4 estrellas	129.055 €		
3 estrellas	92.945 €		
7 San Miguel de Abona	128.964 €	45.849.926 €	54.975 €
8 Santa Cruz de Tenerife	119.868 €	11.310.869 €	63.496 €
5 estrellas	242.631 €		
4 estrellas	155.326 €		
3 estrellas	113.369 €		
9 Santiago del Teide	196.235 €	61.122.725 €	93.304 €
5 estrellas	383.464 €		
4 estrellas	238.872 €		
3 estrellas	158.644 €		
10 Resto de Tenerife	84.072 €	7.631.068 €	34.444 €
5 estrellas	225.525 €		
4 estrellas	135.228 €		
3 estrellas	68.993 €		

#### 7.5.4 Granadilla de Abona

- ValuePAR: **125.528 €**
- Valor por hotel: **12.955.028 €**
- Aunque todavía en desarrollo, su planta 5★ (210.932 €) apunta a un futuro reposicionamiento de valor.

#### 7.5.5 Puerto de la Cruz

- ValuePAR: **131.299 €**
- Valor por hotel: **26.961.524 €**
- A pesar de su historia turística, su evolución ha sido más lenta. Requiere renovación para recuperar valor competitivo.

#### 7.5.6 Guía de Isora

- ValuePAR: **184.424 €**
- Valor por hotel: **101.856.586 €**
- Alta concentración de lujo en bajo número de hoteles. Representa el **modelo “low density–high value”**.

#### 7.5.7 San Miguel de Abona

- ValuePAR: **128.964 €**
- Valor por hotel: **45.849.926 €**
- Potencial relevante, aunque todavía con infraestructuras turísticas en evolución.

#### 7.5.8 Santa Cruz de Tenerife

- ValuePAR: **119.868 €**
- Valor por hotel: **11.310.869 €**
- Perfil urbano con rentabilidad moderada. En el 5★ alcanza **242.631 €**, lo que sugiere interés selectivo.

#### 7.5.9 San Cristóbal de La Laguna

- ValuePAR: **133.420 €**
- Valor por hotel: **9.592.963 €**
- Producto más cultural y académico que turístico vacacional. Puede beneficiarse de posicionamientos boutique.

### 7.5.10 Resto de Tenerife

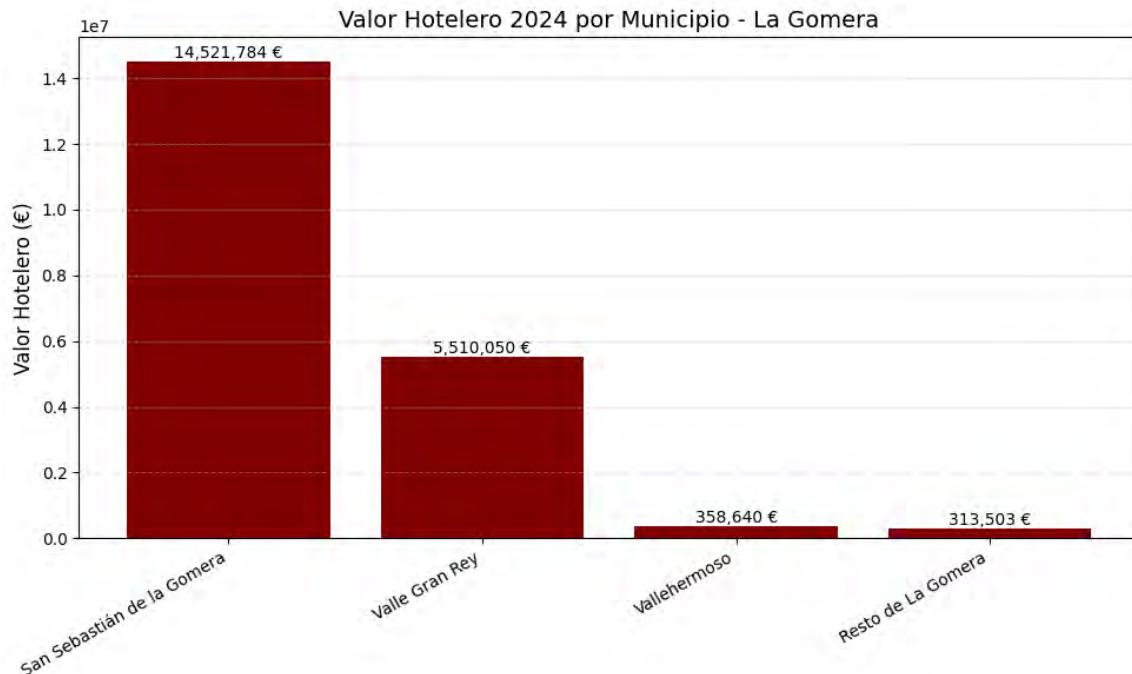
- ValuePAR: **84.072 €**
- Valor por hotel: **7.631.068 €**
- Oferta dispersa, con baja estandarización y escasa tracción inversora.

En resumen, Tenerife demuestra una **elevada resiliencia y competitividad estructural**, impulsada por destinos líderes como Adeje, Arona y Santiago del Teide. El reto pasa por **equilibrar el valor del resto de municipios** y aprovechar el diferencial de rentabilidad de sus mejores zonas para reposicionar otras áreas.

## 7.6 Valor por Hotel y Plaza: La Gomera y municipios

La Gomera presenta un **ValuePAR medio de 139.710 €**, situándose **muy por debajo de la media del archipiélago canario (-33%)**. Esta cifra refleja una planta hotelera limitada, fragmentada y con un grado de profesionalización menor que en las islas mayores, aunque con nichos de alto valor en zonas concretas.

	ValuePAR Canarias 2024	Valor Hotel Canarias 2024	Valor Plaza Canarias 2024
<b>ISLAS CANARIAS</b>	<b>209.661 €</b>	<b>48.624.899 €</b>	<b>93.794 €</b>
<b>5 Isla de LA GOMERA</b>	<b>139.710 €</b>	<b>8.071.744 €</b>	<b>76.786 €</b>
5 estrellas	177.530 €		
4 estrellas	121.861 €		
3 estrellas	63.171 €		
1 San Sebastián de la Gomera	164.180 €	14.521.784 €	89.797 €
2 Valle Gran Rey	102.231 €	5.510.005 €	55.797 €
3 Valsequillo	35.333 €	358.640 €	23.457 €
4 Resto de La Gomera	25.739 €	313.503 €	13.670 €



- **Valor medio por hotel: 8.071.744 €**
  - La cifra más baja entre las islas analizadas, pero con potencial selectivo en enclaves con identidad propia y proyección turística sostenible.
- **Valor medio por plaza: 76.786 €**
  - Ligera mejora respecto a islas como El Hierro o La Palma, pero aún muy alejada del rendimiento de islas líderes como Gran Canaria o Tenerife.

### 7.6.1 Por municipios:

#### San Sebastián de La Gomera

- ValuePAR: 164.180 €
- Valor por hotel: 14.521.784 €
- Capital insular y principal núcleo de valor. Representa el **60% del valor total hotelero de la isla**. Su ValuePAR supera el promedio gomero en más de un 17%.

#### Valle Gran Rey

- ValuePAR: 102.231 €
- Valor por hotel: 5.510.005 €
- Destino tradicional de turismo alternativo y de naturaleza. Su rentabilidad es moderada, pero estable.

• **Vallehermoso**

- ValuePAR: **35.333 €**
- Valor por hotel: **358.640 €**
- Muy por debajo del umbral de inversión. Refleja una **estructura atomizada y obsoleta**, con baja ocupación y tarifas poco competitivas.

• **Resto de La Gomera**

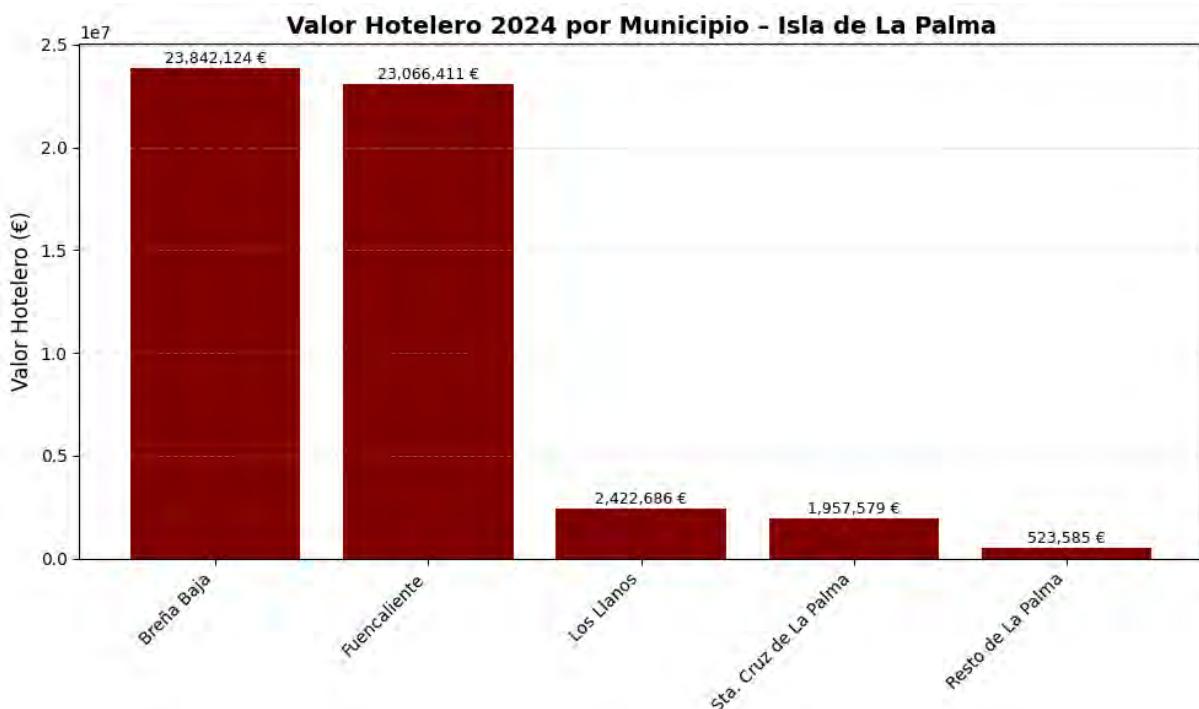
- ValuePAR: **25.739 €**
- Valor por hotel: **313.503 €**
- Muestra clara del **modelo residencial y disperso**, más cercano al turismo rural sin estándares definidos.

**Conclusión:** La Gomera necesita avanzar en **revalorización y reposicionamiento de su oferta alojativa**, apostando por la singularidad paisajística y cultural como elementos de diferenciación. La concentración del valor en San Sebastián puede ser **una palanca para el desarrollo de producto de mayor calidad en otras zonas**, en especial bajo estrategias de turismo regenerativo y de baja densidad.

## 7.7 Isla de La Palma – Valor por hotel y por plaza

Con un **ValuePAR** de tan solo **75.262 €**, La Palma registra el **valor estructural más bajo de todo el archipiélago canario**, representando solo un **36% del promedio regional**. Esta cifra refleja de forma clara las consecuencias del bajo dinamismo turístico de la isla y el **impacto todavía latente del episodio volcánico de 2021**, que supuso una disrupción en la percepción del destino y su estructura de alojamiento.

	ValuePAR Canarias 2024	Valor Hotel Canarias 2024	Valor Plaza Canarias 2024
<b>ISLAS CANARIAS</b>	<b>209.661 €</b>	<b>48.624.899 €</b>	<b>93.794 €</b>
<b>6 Isla de LA PALMA</b>	<b>75.262 €</b>	<b>9.222.514 €</b>	<b>37.387 €</b>
5 estrellas	82.016 €		
4 estrellas	55.014 €		
3 estrellas	48.926 €		
1 Breña Baja	104.877 €	23.842.124 €	49.074 €
2 Fuentecaliente de la Palma	48.019 €	23.066.411 €	27.118 €
3 Los Llanos de Aridane	52.162 €	2.422.268 €	28.728 €
4 Santa Cruz de La Palma	71.430 €	1.957.579 €	26.303 €
5 Resto de La Palma	22.926 €	523.585 €	11.169 €



## Valor medio por hotel: 9.222.514 €

- Una cifra modesta pero no despreciable, anclada en unos pocos hoteles relevantes en los municipios turísticos más activos.

## Valor por plaza: 37.387 €

- Un indicador especialmente bajo, **menos de la mitad del promedio del archipiélago**, que denota escasa rentabilidad inmobiliaria del conjunto de la planta hotelera palmera.

### 7.7.1 Por municipios:

#### Breña Baja

- ValuePAR: **104.877 €**
- Valor hotel: **23.842.124 €**
- Principal enclave turístico de la isla y único municipio con cifras de valor cercanas al promedio canario. Representa el **núcleo operativo del turismo palmero**.

#### Fuencaliente de La Palma

- ValuePAR: **48.019 €**
- Valor hotel: **23.066.411 €**
- Aunque presenta activos relevantes, la ocupación y tarifas son reducidas. Se percibe una **descompensación entre infraestructura y rendimiento**.

#### Los Llanos de Aridane

- ValuePAR: **52.162 €**
- Valor hotel: **2.422.268 €**
- Afectado directamente por la erupción volcánica. El turismo aún se encuentra en **etapa de recuperación y redefinición**.

#### Santa Cruz de La Palma

- ValuePAR: **71.430 €**
- Valor hotel: **1.957.579 €**
- Capital administrativa, con cierta actividad de cruceros, pero sin una planta hotelera competitiva en términos turísticos.

#### Resto de La Palma

- ValuePAR: **22.926 €**
- Valor hotel: **523.585 €**

- Marginalidad económica y estructural. En muchos casos, **se trata de alojamientos obsoletos o reconvertidos**, con bajo rendimiento y sin visibilidad comercial.

La Palma necesita con urgencia **una estrategia de regeneración turística integral**, que combine seguridad geológica, sostenibilidad y propuesta de valor diferenciada. El reto no es tanto ampliar plazas, como **elevar su rendimiento y posicionamiento competitivo**, especialmente en los segmentos de bienestar, naturaleza o astroturismo.

## 7.8 Isla de El Hierro – Valor por hotel y por plaza

	ValuePAR Canarias 2024	Valor Hotel Canarias 2024	Valor Plaza Canarias 2024
<b>ISLAS CANARIAS</b>	<b>209.661 €</b>	<b>48.624.899 €</b>	<b>93.794 €</b>
<b>7 Isla EL HIERRO</b>	<b>66.799 €</b>	<b>3.422.327 €</b>	<b>35.071 €</b>
5 estrellas	103.580 €		
4 estrellas	91.296 €		
3 estrellas	47.830 €		
1 Frontera	43.395 €	607.768 €	23.473 €
2 Valverde	84.447 €	2.814.559 €	43.375 €

La isla de El Hierro cierra el ranking regional con el **menor ValuePAR de toda Canarias: apenas 66.799 €**, lo que representa **solo un 31,9% del promedio insular**. Esta cifra refleja el carácter **residual y periférico del modelo turístico herreño**, mucho más vinculado a una lógica de turismo rural, disperso y de pequeña escala.

**Valor medio por hotel: 3.422.327 €**

- El más bajo de todo el archipiélago, incluso por debajo de islas como La Palma o La Gomera.

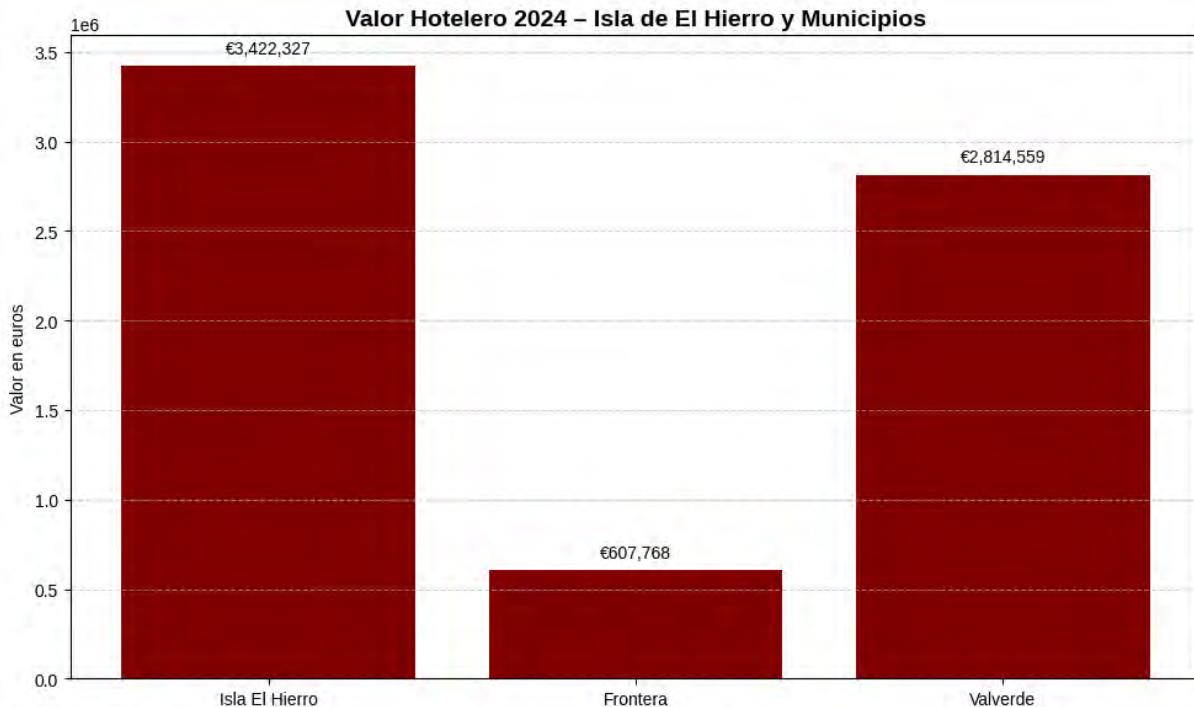
**Valor por plaza: 35.071 €**

- Un indicador que evidencia el **escaso rendimiento económico de la planta hotelera**, aunque se alinea con la filosofía de bajo impacto ambiental de la isla.

**Por categorías:**

- **5 estrellas: 103.580 €**
- **4 estrellas: 91.296 €**
- **3 estrellas: 47.830 €**





Pese al bajo número de establecimientos, se observa una sorprendente dispersión de categoría, destacando algunos alojamientos singulares con **valoraciones elevadas en relación con su tamaño**, lo que sugiere oportunidades para el turismo de autor, de naturaleza o científico.

### 7.8.1 Por municipios:

#### Frontera

- ValuePAR: **43.395 €**
- Valor hotel: **607.768 €**
- Zona más próxima a la costa, con una oferta más informal. **El rendimiento es muy bajo**, aunque con potencial si se integra en circuitos turísticos de senderismo o submarinismo.

#### Valverde

- ValuePAR: **84.447 €**
- Valor hotel: **2.814.559 €**
- Capital administrativa de la isla, concentra una pequeña parte de la actividad alojativa. Aunque **modesta en tamaño**, ofrece mejores ratios de ocupación y rendimiento que Frontera.

El Hierro no busca competir en volumen, sino en **coherencia ecológica y experiencia diferenciada**. Sin embargo, incluso en este modelo, los datos revelan un **amplio margen de mejora en términos de eficiencia del capital hotelero**. Apuesta clara para inversores de nicho, estrategias de turismo regenerativo o fórmulas de cooperación público-privada.

## Valor Unitario y Estratégico del Activo Hotelero: Canarias 2024

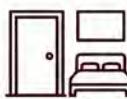
Análisis técnico del valor de mercado de activos hoteleros en Canarias, basado en el informe de valoración 2024, destacando el ValuePAR como métrica clave para la estandarización y comparación.



Valor Medio por Hotel

**48,62**  
Millones de Euros

Refleja el peso de los grandes establecimientos vacacionales con alta capacidad en islas principales.



Valor Medio por  
Habitación (ValuePAR)

**209.661 €**

Principal indicador de rendimiento inmobiliario, +45,7% sobre la media de Mallorca.



Valor Medio por  
Plaza (Cama)

**93.794 €**

Confirma la alta rentabilidad inmobiliaria por unidad de explotación, superando los 67.086 € de Mallorca.

### El Impacto de la Categoría en el Valor (ValuePAR)



Hoteles de 5 Estrellas

**332.868**  
€/habitación

Dominan el mercado, valor triple a 3 estrellas por ADRs elevados y ocupaciones estables.



Hoteles de 4 Estrellas

**220.450**  
€/habitación

Corazón económico de la planta canaria, mejor equilibrio entre escala y eficiencia operativa.



Hoteles de 3 Estrellas

**136.310**  
€/habitación

Rentabilidad estructural inferior, necesidad frecuente de reposicionamiento o renovación.

### Disparidades Territoriales (Valor por Isla)

Isla	ValuePAR €/Hab.	Valor Planta (M€)	% del Valor Total	
Lanzarote	233.902	4.102	17,48%	 Lanzarote: Líder en Valor Unitario (233.902 €/hab.) Yaiza alcanza 260.232 € y superando el promedio de Mallorca.
Tenerife	221.328	8.935	38,07%	 Gran Canaria y Tenerife: Solidez Estructural Ambos superando el promedio regional y ambos lideran en valor absoluto.
Gran Canaria	230.686	6.996	29,89%	 Fuerteventura y el "Efecto Volumen" ValuePAR (150.245 €) inferior al promedio indicando un modelo basado en volumen con potencial de reposicionamiento.
Fuerteventura	150.245	3.242	13,82%	 Islas Verdes: Nichos de Exclusividad La Palma y El Hierro con bajos valores basados en menor escala, pero con potencial en sostenibilidad y a baja densidad.
La Palma	75.262	110,7 M€	0,47%	
La Gomera	139.710	71,6	0,31%	
El Hierro	66.799	8,3	0,04%	

### Factores Determinantes y Lectura Estratégica

**¿Cómo leer el valor unitario?**  
El valor es dinámico; responde a la interacción entre ADR, ocupación, RevPAR y eficiencia operativa (GOPPAR).

**El Rol Crítico del WACC (6,47%)**  
Coste de capital como modulador; variaciones del +/-15% pueden mover el valor en >3.000 M€.

**Ventajas del Modelo Canario**  
Estacionalidad reducida y operación anual garantizan capitalización de flujos de caja más estable que en destinos estivales.



## 8 VALOR PLANTA HOTELERA CANARIAS 2024

El valor total de la planta hotelera vacacional de las Islas Canarias asciende en 2024 a **23.467 millones de euros**, una cifra que consolida al archipiélago como uno de los destinos turísticos más valiosos del sur de Europa.

	VALOR PLANTA HOTELERA 2024	Peso específico sobre total de Canarias	Peso específico Por Isla
<b>ISLAS CANARIAS</b>	<b>23.467.847.261 €</b>	<b>100,00%</b>	
<b>1 Isla de LANZAROTE</b>	<b>4.102.262.954 €</b>	<b>17,48%</b>	<b>100,00%</b>
1 Arrecife	75.294.668 €	0,32%	1,84%
2 Teguise	937.886.160 €	4,00%	22,86%
3 Tías	1.204.352.728 €	5,13%	29,36%
4 Yaiza	1.884.729.397 €	8,03%	45,94%
<b>2 Isla de FUERTEVENTURA</b>	<b>3.242.919.902 €</b>	<b>13,82%</b>	<b>100,00%</b>
1 Antigua	448.014.590 €	1,91%	13,82%
2 La Oliva	749.327.866 €	3,19%	23,11%
3 Pájara	2.027.361.100 €	8,64%	62,52%
4 Puerto del Rosario	1.865.539 €	0,01%	0,06%
5 Tuineje	14.485.269 €	0,06%	0,45%
<b>3 Isla de GRAN CANARIA</b>	<b>6.996.756.508 €</b>	<b>29,81%</b>	<b>100,00%</b>
1 Mogán	1.474.301.836 €	6,28%	21,07%
2 Las Palmas Gran Canaria	471.816.365 €	2,01%	6,74%
3 San Bartolomé de Tirajana	5.006.721.084 €	21,33%	71,56%
4 Resto Gran Canaria	43.917.223 €	0,19%	0,63%
<b>4 Isla de TENERIFE</b>	<b>8.935.161.545 €</b>	<b>38,07%</b>	<b>100,00%</b>
1 Adeje	4.885.090.962 €	20,82%	54,67%
2 Arona	1.849.714.257 €	7,88%	20,70%
3 Granadina de Abona	49.425.067 €	0,21%	0,55%
4 Guía de Isora	229.391.303 €	0,98%	2,57%
5 San Cristobal de La Laguna	44.982.131 €	0,19%	0,50%
6 Puerto de la Cruz	1.012.982.988 €	4,32%	11,34%
7 San Miguel de Abona	174.923.246 €	0,75%	1,96%
8 Santa Cruz de Tenerife	161.964.045 €	0,69%	1,81%
9 Santiago del Teide	435.563.620 €	1,86%	4,87%
10 Resto de Tenerife	91.123.927 €	0,39%	1,02%
<b>5 Isla de LA GOMERA</b>	<b>71.696.076 €</b>	<b>0,31%</b>	<b>100,00%</b>
1 San Sebastián de la Gomera	55.402.437 €	0,24%	77,27%
2 Valle Gran Rey	15.511.359 €	0,07%	21,63%
3 Valldemoso	605.770 €	0,00%	0,84%
4 Resto de La Gomera	176.510 €	0,00%	0,25%
<b>6 Isla de LA PALMA</b>	<b>110.747.671 €</b>	<b>0,47%</b>	<b>100,00%</b>
1 Breña Baja	71.526.372 €	0,30%	64,58%
2 Fuentecaliente de la Palma	25.973.941 €	0,11%	23,45%
3 Los Llanos de Aridane	5.455.191 €	0,02%	4,93%
4 Santa Cruz de La Palma	6.612.999 €	0,03%	5,97%
5 Resto de La Palma	1.179.166 €	0,01%	1,06%
<b>7 Isla EL HIERRO</b>	<b>8.302.605 €</b>	<b>0,04%</b>	<b>100,00%</b>
1 Frontera	2.318.712 €	0,01%	27,93%
2 Valverde	5.983.894 €	0,03%	72,07%
<b>Provincia Las Palmas</b>	<b>14.341.939.364 €</b>	<b>61,11%</b>	
<b>Prov. Sta Cruz de Tenerife</b>	<b>9.125.907.897 €</b>	<b>38,89%</b>	



Este valor no solo refleja la dimensión cuantitativa del parque hotelero, sino también su rendimiento económico, su posicionamiento competitivo y la calidad de su oferta por isla, categoría y municipio.

### 8.1.1 Distribución por islas

- **Tenerife lidera el ranking regional**, con una valoración total de **8.935 millones de euros**, lo que representa **el 38,07% del valor total de Canarias**.
- Le sigue **Gran Canaria**, con **6.996 millones de euros (29,81% del total)**.
- En tercer lugar, **Lanzarote**, con **4.102 millones de euros (17,48% del total)**.
- Fuerteventura ocupa el cuarto puesto con **3.242 millones (13,82% del total)**.
- La suma de **La Gomera, La Palma y El Hierro** apenas alcanza conjuntamente un **1,12% del valor total de la planta hotelera del archipiélago**.

### 8.1.2 Proporción por provincias

- La **provincia de Las Palmas (Gran Canaria, Lanzarote y Fuerteventura)** concentra el **61,11% del valor total** (14.341 millones de €).
- La **provincia de Santa Cruz de Tenerife (Tenerife, La Gomera, La Palma y El Hierro)** representa el **38,89% restante** (9.126 millones de €).
- Aunque esta diferencia parece relevante, cabe destacar que **Tenerife individualmente lidera la clasificación insular**, por encima incluso de Gran Canaria.

### 8.1.3 Peso relativo dentro de cada isla

En todas las islas principales (Tenerife, Gran Canaria, Lanzarote y Fuerteventura), el valor de la planta hotelera está **altamente concentrado en pocos municipios costeros**.

Algunos ejemplos ilustrativos:

- **San Bartolomé de Tirajana (Gran Canaria)** representa el **71,56% del valor total de su isla**.
- **Yaiza (Lanzarote)** concentra el **45,94% del valor de la isla**.
- **Adeje y Arona (Tenerife)** aglutinan juntas más del **65% del valor insular**.
- **Pájara (Fuerteventura)** concentra el **62,52% del total de la isla**.

Esta **hiperconcentración geográfica del valor** tiene implicaciones importantes en términos de inversión, planificación territorial y riesgos sistémicos.

### 8.1.4 Islas menores

**La Gomera, La Palma y El Hierro** tienen una presencia testimonial en el cómputo global:

- **La Palma:** 110,7 M€ (0,47%)
- **La Gomera:** 71,6 M€ (0,31%)
- **El Hierro:** 8,3 M€ (0,04%)

A pesar de ello, algunos municipios, como **San Sebastián de La Gomera** o **Breña Baja en La Palma**, destacan dentro de sus islas por concentrar más del 60% del valor.

Este capítulo revela que el valor económico de la planta hotelera no es homogéneo, sino que responde a **una lógica de concentración geográfica y especialización turística**. La **alta densidad de valor** en ciertas zonas costeras representa tanto **una fortaleza para la inversión** como un **reto para la diversificación y la resiliencia territorial**.

## 8.2 Valor Planta Hotelera Canarias y Provincias

En el año 2024, el valor absoluto de la planta hotelera vacacional de Canarias alcanza los **23.467 millones de euros**, consolidando al archipiélago como un pilar estratégico del turismo europeo.

	VALOR PLANTA HOTELERA 2024	Peso específico sobre total de Canarias
<b>ISLAS CANARIAS</b>	<b>23.467.847.261 €</b>	<b>100,00%</b>
<b>Provincia Las Palmas</b>	<b>14.341.939.364 €</b>	<b>61,11%</b>
<b>Prov. Sta Cruz de Tenerife</b>	<b>9.125.907.897 €</b>	<b>38,89%</b>

### Reparto por provincias

- **Provincia de Las Palmas:** concentra un total de **14.341,9 millones de euros**, lo que representa **el 61,11% del valor total de Canarias**.
- **Provincia de Santa Cruz de Tenerife:** suma **9.125,9 millones de euros**, equivalente al **38,89%** del conjunto del archipiélago.

El concepto de **Valor de la Planta Hotelera** se refiere a la suma del valor de mercado de todos los activos hoteleros ubicados en una geografía específica. Este indicador macro es fundamental para calibrar la magnitud económica y la importancia estratégica del sector turístico en cada isla, reflejando no solo la calidad de sus activos sino también el volumen de su oferta.

Este reparto evidencia un **claro predominio económico de la provincia oriental**, que alberga islas con un alto grado de especialización turística como **Gran Canaria, Lanzarote y Fuerteventura**, y que, en conjunto, presentan una mayor concentración de camas hoteleras, más categorías superiores y una estructura de destinos más consolidada desde el punto de vista de la inversión hotelera.

Por su parte, la provincia de **Santa Cruz de Tenerife** mantiene una posición muy sólida gracias a la **potencia de Tenerife**, que encabeza el ranking insular individual por valor total, aunque en el conjunto provincial queda por detrás del tridente oriental.

## 8.3 Valor Planta Hotelera – Isla de Lanzarote

Con un valor total de **4.102 millones de euros**, la planta hotelera de **Lanzarote** representa el **17,48% del valor turístico total del archipiélago canario** en 2024. Esta cifra sitúa a la isla como la **tercera en el ranking regional**, destacando por una estructura turística madura, especializada y de alto valor añadido.

	VALOR PLANTA HOTELERA 2024	Peso específico sobre total de Canarias	Peso específico Por Isla
<b>ISLAS CANARIAS</b>	<b>23.467.847.261 €</b>	<b>100,00%</b>	
<b>1 Isla de LANZAROTE</b>	<b>4.102.262.954 €</b>	<b>17,48%</b>	<b>100,00%</b>
1 Arrecife	75.294.668 €	0,32%	1,84%
2 Teguise	937.886.160 €	4,00%	22,86%
3 Tías	1.204.352.728 €	5,13%	29,36%
4 Yaiza	1.884.729.397 €	8,03%	45,94%

### 8.3.1 Distribución por municipios

- **Yaiza** lidera con un peso específico del **8,03% sobre el total de Canarias** y un valor de **1.884 millones de euros**, lo que supone **casi el 46% del valor hotelero insular**. La concentración de establecimientos de alta gama en Playa Blanca consolida su posición como enclave premium.
- Le sigue **Tías**, con **1.204 millones de euros** y un peso del **5,13% sobre el total del archipiélago**. Representa el **29,36% del valor de Lanzarote**, con Puerto del Carmen como destino veterano y competitivo.
- **Teguise**, con **938 millones de euros**, supone el **22,86% del valor insular**. Costa Teguise mantiene su atractivo gracias a una planta hotelera diversificada, aunque en menor medida que sus vecinos.
- Por último, **Arrecife**, con apenas **75 millones de euros (1,84% del valor insular)**, refleja su rol más institucional y residencial que turístico.

La distribución del valor hotelero en Lanzarote muestra un modelo claramente descentralizado, con tres polos turísticos de peso que configuran un ecosistema equilibrado. Además, el posicionamiento de **Yaiza y Tías** en el segmento de gama alta hace de Lanzarote una isla especialmente atractiva para **inversionistas en busca de valor por habitación (ValuePAR) elevado y consolidado**.

## 8.4 Valor Planta Hotelera – Isla de Fuerteventura

Con un valor estimado de **3.243 millones de euros**, la planta hotelera de **Fuerteventura** representa el **13,82% del total de Canarias** en 2024. Esta cifra consolida su **posición como la cuarta isla del archipiélago en valor absoluto**, por detrás de Tenerife, Gran Canaria y Lanzarote.

	VALOR PLANTA HOTELERA 2024	Peso específico sobre total de Canarias	Peso específico Por Isla
<b>ISLAS CANARIAS</b>	<b>23.467.847.261 €</b>	<b>100,00%</b>	
<b>2 Isla de FUERTEVENTURA</b>	<b>3.242.919.902 €</b>	<b>13,82%</b>	<b>100,00%</b>
1 Antigua	448.014.590 €	1,91%	13,82%
2 La Oliva	749.327.866 €	3,19%	23,11%
3 Pájara	2.027.361.100 €	8,64%	62,52%
4 Puerto del Rosario	1.865.539 €	0,01%	0,06%
5 Tuineje	14.485.269 €	0,06%	0,45%

### 8.4.1 Distribución por municipios

La estructura de valor en Fuerteventura muestra una **alta concentración en Pájara**, que acumula el **62,52% del valor total insular**, equivalente a **2.027 millones de euros**. Este municipio se destaca como el verdadero motor turístico de la isla, impulsado por una **planta hotelera orientada al segmento vacacional de sol y playa, con especial énfasis en el producto 4 y 5 estrellas**.

Le siguen:

- **La Oliva**, con **749 millones de euros (23,11%)**, donde la zona de Corralejo juega un papel fundamental como destino turístico consolidado.
- **Antigua**, con **448 millones de euros (13,82%)**, mantiene una presencia significativa, especialmente en áreas como Caleta de Fuste.
- En contraste, **Puerto del Rosario**, capital administrativa, representa solo el **0,06% del valor insular**, reflejando su menor vocación turística.
- **Tuineje**, con **14,5 millones de euros**, cierra el ranking insular con un **peso marginal (0,45%)**, más ligada a actividad residencial y local que al turismo internacional.



El modelo turístico de Fuerteventura se caracteriza por una **concentración geográfica del valor**, con Pájara como eje predominante. No obstante, tanto La Oliva como Antigua representan oportunidades de diversificación territorial y de consolidación de oferta para nuevos desarrollos turísticos.

## 8.5 Valor Planta Hotelera: Gran Canaria y municipios

La isla de **Gran Canaria** cuenta en 2024 con una **planta hotelera valorada en 6.997 millones de euros**, lo que representa **el 29,81% del valor total de Canarias**, consolidándose como la **segunda isla en importancia hotelera del archipiélago** tras Tenerife.

	VALOR PLANTA HOTELERA 2024	Peso específico sobre total de Canarias	Peso específico Por Isla
<b>ISLAS CANARIAS</b>	<b>23.467.847.261 €</b>	<b>100,00%</b>	
<b>3 Isla de GRAN CANARIA</b>	<b>6.996.756.508 €</b>	<b>29,81%</b>	<b>100,00%</b>
1 Mogán	1.474.301.836 €	6,28%	21,07%
2 Las Palmas Gran Canaria	471.816.365 €	2,01%	6,74%
3 San Bartolomé de Tirajana	5.006.721.084 €	21,33%	71,56%
4 Resto Gran Canaria	43.917.223 €	0,19%	0,63%

### 8.5.1 Distribución por municipios

Gran Canaria presenta una **concentración extrema del valor en el municipio de San Bartolomé de Tirajana**, que acumula nada menos que **5.006 millones de euros**, es decir, **el 71,56% del valor total de la isla** y **el 21,33% del conjunto de Canarias**. Este dato confirma su posición como uno de los principales focos turísticos de toda España.

Los siguientes municipios son:

- **Mogán**, con **1.474 millones de euros**, representa el **21,07% del valor insular**, gracias a zonas emblemáticas como Puerto Rico, Taurito o Playa de Mogán. Su modelo de sol y playa, con orientación vacacional e internacional, es altamente competitivo.
- **Las Palmas de Gran Canaria**, capital insular, aporta **471 millones de euros (6,74%)**, enfocándose principalmente en turismo urbano, de negocios y segmentos emergentes como el turismo cultural o digital.
- El conjunto de **Resto de Gran Canaria** suma apenas **43,9 millones de euros (0,63%)**, confirmando que la actividad turística se concentra en el sur de la isla.



Gran Canaria es una isla con una **bipolaridad turística clara**: el sur concentra el grueso del valor con dos municipios líderes, mientras que el norte mantiene un rol complementario. Esta concentración ofrece ventajas operativas, pero también exige **una gestión territorial equilibrada para evitar tensiones urbanas y medioambientales**. El valor acumulado confirma su rol como **destino consolidado, maduro y rentable**, clave para la inversión hotelera en Canarias.

## 8.6 Valor Planta Hotelera: Tenerife y municipios

Tenerife lidera en 2024 el ranking de valor absoluto de la planta hotelera en Canarias, con un total de **8.935 millones de euros**, lo que representa un **38,07% del total autonómico**. Esta cifra consolida a la isla como el **principal destino turístico del archipiélago en términos de valor acumulado**.

### 8.6.1 Distribución por municipios

Tenerife presenta una **estructura más diversificada** que otras islas, aunque dos municipios concentran más del 75% del valor total:

- **Adeje**, con un volumen valorado en **4.885 millones de euros**, aglutina el **54,67% del valor insular** y el **20,82% de toda Canarias**, lo que lo convierte en **el municipio más valioso del archipiélago en términos hoteleros**. Esta posición se debe a su posicionamiento en el segmento premium, con una alta densidad de hoteles de cinco estrellas y un urbanismo turístico consolidado.
- **Arona**, con **1.849 millones de euros**, representa el **20,7% del total de Tenerife** y el **7,88% del total canario**, reforzando el liderazgo del sur de la isla.

	VALOR PLANTA HOTELERA 2024	Peso específico sobre total de Canarias	Peso específico Por Isla
<b>ISLAS CANARIAS</b>	<b>23.467.847.261 €</b>	<b>100,00%</b>	
<b>4 Isla de TENERIFE</b>	<b>8.935.161.545 €</b>	<b>38,07%</b>	<b>100,00%</b>
1 Adeje	4.885.090.962 €	20,82%	54,67%
2 Arona	1.849.714.257 €	7,88%	20,70%
3 Granadina de Abona	49.425.067 €	0,21%	0,55%
4 Guía de Isora	229.391.303 €	0,98%	2,57%
5 San Cristobal de La Laguna	44.982.131 €	0,19%	0,50%
6 Puerto de la Cruz	1.012.982.988 €	4,32%	11,34%
7 San Miguel de Abona	174.923.246 €	0,75%	1,96%
8 Santa Cruz de Tenerife	161.964.045 €	0,69%	1,81%
9 Santiago del Teide	435.563.620 €	1,86%	4,87%
10 Resto de Tenerife	91.123.927 €	0,39%	1,02%

Otros municipios relevantes:

- **Puerto de la Cruz**, con **1.013 millones de euros (11,34%)**, destaca como el **principal núcleo turístico del norte**, con una oferta diversificada que combina tradición e innovación.
- **Santiago del Teide (435 millones de euros)** y **Guía de Isora (229 millones)** también aportan valores significativos con orientación clara al turismo de calidad.
- **El conjunto del resto de municipios** suma valores menores, aunque en algunos casos estratégicos por su singularidad, como **San Cristóbal de La Laguna** o **Santa Cruz de Tenerife**, que presentan apuestas más urbanas, culturales o académicas.

La planta hotelera de Tenerife muestra un **modelo maduro y multipolar**, con un eje sur dominante (Adeje–Arona) pero acompañado por polos secundarios competitivos. Esta configuración permite a la isla **responder a múltiples segmentos turísticos** y repartir parte del impacto económico y territorial del turismo. Su liderazgo en valor absoluto refuerza su **atractivo inversor** en un contexto donde la calidad y la diversificación son claves.

## 8.7 Valor Planta Hotelera: isla de La Gomera

La isla de La Gomera presenta en 2024 un valor total de planta hotelera de **71,7 millones de euros**, lo que supone apenas el **0,31% del total del archipiélago canario**. Se trata de un volumen reducido, acorde con el tamaño, población y orientación turística de la isla, que ha apostado históricamente por un modelo de baja densidad, más vinculado a la sostenibilidad y al ecoturismo.

### 8.7.1 Distribución por municipios

El valor se concentra en su mayoría en un solo municipio:

- **San Sebastián de La Gomera** acumula **55,4 millones de euros**, lo que representa el **77,27% del valor insular** y el **0,24% del total canario**. Este protagonismo no sorprende, dado que es la capital insular, principal puerto de acceso y núcleo con mayor capacidad turística instalada.
- **Valle Gran Rey** aporta **15,5 millones de euros**, lo que equivale al **21,63% del valor de La Gomera**. Este municipio ha sido tradicionalmente uno de los enclaves preferidos por el turismo alemán y europeo alternativo, con un perfil menos masivo pero muy fiel.

- **Vallehermoso y el resto de los municipios** registran cifras casi testimoniales, aunque con potencial para nichos específicos de turismo rural, científico o experiencial.

	VALOR PLANTA HOTELERA 2024	Peso específico sobre total de Canarias	Peso específico Por Isla
<b>ISLAS CANARIAS</b>	<b>23.467.847.261 €</b>	<b>100,00%</b>	
<b>5 Isla de LA GOMERA</b>	<b>71.696.076 €</b>	<b>0,31%</b>	<b>100,00%</b>
1 San Sebastián de la Gomera	55.402.437 €	0,24%	77,27%
2 Valle Gran Rey	15.511.359 €	0,07%	21,63%
3 Vallehermoso	605.770 €	0,00%	0,84%
4 Resto de La Gomera	176.510 €	0,00%	0,25%

Pese a su **escasa cuota en el conjunto regional**, la planta hotelera de La Gomera **cumple una función clave en la oferta turística diferenciada de Canarias**. El bajo impacto de grandes inversiones hoteleras se convierte aquí en un valor añadido, alineado con los principios del turismo regenerativo y de naturaleza.

El **modelo gomero**, centrado en la calidad paisajística, el silencio y la autenticidad, podría beneficiarse de políticas de valorización específicas para evitar la pérdida de valor inmobiliario por obsolescencia y falta de inversión. Su capacidad de atracción se mantiene, pero requiere estímulos a medio plazo si se desea mantener su viabilidad y modernizar parte del stock.

## 8.8 Valor Planta Hotelera: isla de La Palma

En 2024, el valor total de la planta hotelera de La Palma se sitúa en **110,7 millones de euros**, lo que representa el **0,47% del total de Canarias**. A pesar de su limitado peso relativo, se trata de una isla con un fuerte componente emocional y simbólico para el archipiélago, especialmente tras el impacto del reciente episodio volcánico de 2021.

	VALOR PLANTA HOTELERA 2024	Peso específico sobre total de Canarias	Peso específico Por Isla
<b>ISLAS CANARIAS</b>	<b>23.467.847.261 €</b>	<b>100,00%</b>	
<b>6 Isla de LA PALMA</b>	<b>110.747.671 €</b>	<b>0,47%</b>	<b>100,00%</b>
1 Breña Baja	71.526.372 €	0,30%	64,58%
2 Fuentecaliente de la Palma	25.973.941 €	0,11%	23,45%
3 Los Llanos de Aridane	5.455.191 €	0,02%	4,93%
4 Santa Cruz de La Palma	6.612.999 €	0,03%	5,97%
5 Resto de La Palma	1.179.166 €	0,01%	1,06%

### 8.8.1 Concentración en dos municipios

- **Breña Baja**, con **71,5 millones de euros**, acapara el **64,58% del valor total insular** y el **0,30% del valor total canario**. Este municipio se consolida como el principal polo hotelero de la isla, apoyado por su cercanía al aeropuerto, su infraestructura turística consolidada y su capacidad para atraer inversiones.
- **Fuentecaliente de La Palma**, con **26 millones de euros** (23,45% del total insular), se posiciona como el segundo núcleo más relevante, especialmente por el desarrollo de establecimientos de mayor categoría, integrados en entornos naturales únicos y con potencial para el turismo wellness y de paisaje volcánico.
- **Santa Cruz de La Palma y Los Llanos de Aridane** reflejan valores más modestos, del 5,97% y 4,93% respectivamente. Ambos municipios juegan un papel importante como nodos urbanos, culturales y sociales, pero aún tienen margen para evolucionar su oferta alojativa hacia estándares de mayor valor.
- **El resto de la isla**, con apenas un 1% del valor total insular, alberga una estructura dispersa de pequeños alojamientos rurales o viviendas turísticas, en línea con el modelo de baja densidad.

### 8.8.2 Un momento clave para redefinir el modelo

El impacto del volcán **ha supuesto un punto de inflexión para el turismo palmero**. Lejos de limitarse a una reconstrucción cuantitativa, el reto para los próximos años es **revalorizar la planta hotelera desde una óptica de resiliencia, sostenibilidad y singularidad**.

El posicionamiento turístico de La Palma como “Isla Bonita”, con fuerte carga emocional y natural, puede transformarse en una ventaja competitiva si se canaliza adecuadamente la inversión pública y privada hacia alojamientos de mayor valor añadido, integrados en su entorno y adaptados al viajero post-COVID y postcrisis climática.



## 8.9 Valor Planta Hotelera: El Hierro y municipios

Con un valor total de **8,3 millones de euros**, la planta hotelera de **El Hierro** representa apenas el **0,04% del total del Archipiélago Canario**, lo que la convierte en la isla con menor peso específico en términos absolutos y relativos dentro del mercado turístico regional.

	VALOR PLANTA HOTELERA 2024	Peso específico sobre total de Canarias	Peso específico Por Isla
<b>ISLAS CANARIAS</b>	<b>23.467.847.261 €</b>	<b>100,00%</b>	
<b>7 Isla EL HIERRO</b>	<b>8.302.605 €</b>	<b>0,04%</b>	<b>100,00%</b>
1 Frontera	2.318.712 €	0,01%	27,93%
2 Valverde	5.983.894 €	0,03%	72,07%

### 8.9.1 Más valor que volumen

- **Valverde**, capital insular y principal eje de servicios públicos y administrativos, concentra el **72,07% del valor hotelero insular**, con algo menos de **6 millones de euros**. Su planta hotelera es modesta pero estratégica, orientada al viajero que busca tranquilidad, senderismo, astronomía o actividades científicas.
- **Frontera**, al otro lado de la isla y con una orientación más turística y residencial, representa el **27,93% restante**, con **2,3 millones de euros**. Su entorno volcánico, agrícola y paisajístico le otorga potencial para el desarrollo de alojamientos rurales de autor o fórmulas de hospitalidad alternativa.

Pese a su escasa dimensión en términos económicos, El Hierro es un ejemplo paradigmático de cómo el valor puede superar al volumen cuando existe un enfoque diferenciado. La isla ha sido pionera en sostenibilidad energética y es uno de los territorios insulares más preservados del turismo masivo.

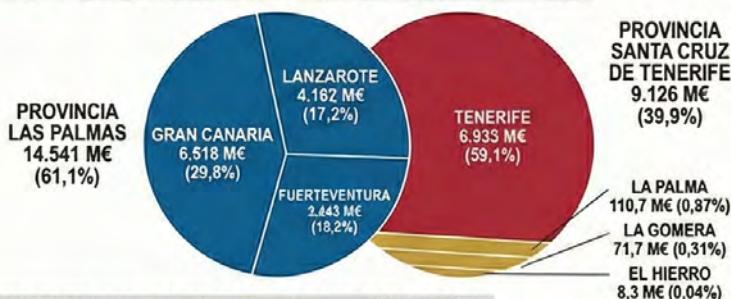
Esto convierte a su planta hotelera en un **activo estratégico** para el desarrollo de **productos turísticos de nicho** —como el astroturismo, el buceo profesional, el senderismo volcánico o el turismo científico—, donde la diferenciación, la autenticidad y la integración territorial priman sobre la cantidad de camas.

En este contexto, cualquier futura inversión debe enfocarse en **reforzar esa singularidad** y mejorar la calidad del stock existente, más que en aumentar significativamente su capacidad.

## VALOR AGREGADO DE LA PLANTA HOTELERA EN CANARIAS: UN ACTIVO ESTRATÉGICO DE 23.468 M€



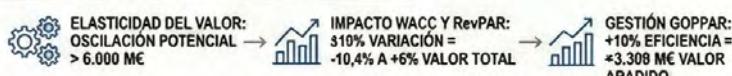
### DISTRIBUCIÓN TERRITORIAL DEL VALOR (JERARQUÍA INSULAR)



### EFICIENCIA DEL ACTIVO (ValuePAR POR CATEGORÍA)



### SENSIBILIDAD ECONÓMICA Y RESILIENCIA



### EFICIENCIA DEL ACTIVO (ValuePAR POR CATEGORÍA)

Motores críticos: Adeje y San Bartolomé de Tirajana



## 9 EVOLUCIÓN VALOR 2018 - 2024 CANARIAS

**Es importante advertir que las estadísticas de 2018 y 2024 publicadas por el ISTAC (Instituto Canario de Estadística) responden a metodologías diferentes.** Esta circunstancia afecta especialmente a las islas menores, donde la concordancia de datos entre ambos ejercicios puede ser baja. Además, estas islas fueron las más afectadas por la disrupción turística derivada de la crisis sanitaria del COVID-19, lo cual introduce una segunda capa de distorsión en los análisis comparativos.

### 9.1.1 Advertencia metodológica sobre la comparación 2018–2024

Antes de interpretar los resultados de este capítulo, es importante tener en cuenta dos factores que **limitan la plena comparabilidad** de las estimaciones de valor entre los años 2018 y 2024:

#### Cambio en la estadística base:

Los datos utilizados sobre número de hoteles y plazas proceden del Instituto Canario de Estadística (ISTAC), pero **la metodología de recogida y clasificación estadística cambió entre ambos períodos**. Este ajuste puede haber generado variaciones no atribuibles directamente al comportamiento del mercado, especialmente en islas menores donde las bases muestrales son más sensibles a pequeñas modificaciones.

#### Diferencias en el tipo de descuento (WACC):

Las valoraciones hoteleras en 2024 han sido calculadas con un **coste medio ponderado del capital (WACC) superior al de 2018**, debido al contexto de inflación, subida de tipos de interés y mayor percepción de riesgo inversor.

Esto implica que, **a igualdad de flujos futuros esperados**, los valores actuales en 2024 tienden a ser más bajos que los que habrían resultado de aplicar los tipos de descuento de 2018.

## 9.2 Evolución del ValuePAR: Canarias 2018-2024

El análisis de la evolución del Valor por Habitación (ValuePAR) ofrece una visión más precisa de la revalorización intrínseca de los activos, ya que aísla el efecto de la incorporación de nueva oferta hotelera al mercado. Este indicador mide cómo han mejorado su valor los activos existentes, reflejando mejoras en la rentabilidad y el posicionamiento.

	ValuePAR Canarias 2024	ValuePAR Canarias 2024 versus 2018 (nominal)	ValuePAR Canarias 2024 versus 2018 (real)
<b>ISLAS CANARIAS</b>	<b>209.661 €</b>	<b>126,29%</b>	<b>106,04%</b>
<b>Provincia Las Palmas</b>	<b>206.499 €</b>	<b>121,43%</b>	<b>101,96%</b>
5 estrellas	466.247 €	171,08%	143,65%
4 estrellas	303.349 €	185,16%	155,47%
3 estrellas	199.656 €	170,72%	143,34%
<b>Prov. Sta Cruz de Tenerife</b>	<b>214.830 €</b>	<b>136,55%</b>	<b>114,65%</b>
5 estrellas	350.404 €	122,30%	102,69%
4 estrellas	214.002 €	139,94%	117,50%
3 estrellas	124.786 €	101,35%	85,10%

**Canarias consolida su recuperación: +26,3% nominal y +6% real**

El **ValuePAR medio de Canarias alcanza los 209.661 euros en 2024**, lo que supone un incremento **nominal del 26,3% respecto a 2018** y una subida **real del 6,04%** si se descuenta el efecto inflacionario. Se trata de una **recuperación sólida**, especialmente tras la caída sufrida en 2020 y 2021 por las restricciones sanitarias globales.

### Provincia de Las Palmas: fuerte impulso en la gama alta

- **ValuePAR provincial 2024: 206.499 €**
- **Crecimiento real frente a 2018: +1,96%**
- **Liderazgo de los hoteles de 5 estrellas: 466.247 € (+43,65% real)**

El incremento de valor es especialmente notable en los **hoteles de 5 estrellas**, cuyo ValuePAR ha crecido un **71% nominal y 43,65% real**, consolidando su posicionamiento premium en destinos como **Maspalomas, Mogán o Playa Blanca**. En cambio, el segmento de 3 estrellas, aunque mejora en valor (143,34% real), mantiene brechas estructurales de rentabilidad y eficiencia inversora.

- **Provincia de Santa Cruz de Tenerife: mejora estructural, aunque desigual**
- **ValuePAR provincial 2024: 214.830 €**
- **Crecimiento real frente a 2018: +14,65%**
- **Rendimiento dispar entre categorías**

Aunque el **ValuePAR medio de la provincia supera al de Las Palmas**, el desglose por categorías muestra un comportamiento desigual:

- **Hoteles de 5 estrellas crecen un 2,69% real**, señal de que partían de bases elevadas en 2018 y han estabilizado su valor.

- **4 estrellas** suben un notable **17,5% real**, consolidando su peso en el mix regional.
- **3 estrellas**, en cambio, sufren una caída del **-14,9% real**, evidenciando problemas de reposicionamiento en destinos tradicionales como **Puerto de la Cruz o Santa Cruz capital**.

### 9.2.1 Una foto a interpretar con cautela

Este capítulo ofrece una mirada de largo plazo sobre la evolución de la rentabilidad inmobiliaria (ValuePAR), pero debe **ser interpretado con cautela** por tres razones:

- **Diferencias metodológicas** entre los registros de 2018 y 2024.
- **Impacto desproporcionado del COVID-19** en algunas islas y categorías.
- **Cambios estructurales en la demanda turística**, que han favorecido unos destinos y perjudicado otros.

Aun así, los datos muestran una **recuperación generalizada del valor hotelero**, especialmente en los productos bien segmentados y renovados, consolidando a Canarias como una de las regiones más sólidas del arco turístico europeo.

## 9.3 ValuePAR 2018–2024: Lanzarote consolida su liderazgo

**La isla de Lanzarote ha experimentado un crecimiento notable del valor hotelero en los últimos seis años**, con un incremento medio del **+127,3% real** y un ValuePAR que en 2024 se sitúa en **233.902 €**, muy por encima de la media canaria (**209.661 €**).

Este dinamismo se distribuye de forma desigual entre municipios, destacando el **caso paradigmático de Yaiza**, que se afianza como el nuevo referente de valor inmobiliario hotelero de la isla.

### 9.3.1 Yaiza y Tías se consolidan como motores de valor

- **Yaiza lidera el ranking insular** con un ValuePAR de **260.232 €**, y un crecimiento real del **+109,3%** desde 2018.
- **Tías**, con **230.836 €**, también muestra una evolución muy sólida (**+132,07% real**), reforzando su posición gracias a la renovación parcial de su planta hotelera.

En ambos casos, el tirón viene impulsado por el buen comportamiento de los establecimientos de **3 y 4 estrellas**, que han sabido reposicionarse y elevar su productividad por metro cuadrado, mejorando sus métricas de ocupación y precios medios.

	ValuePAR Canarias 2024	ValuePAR Canarias 2024 versus 2018 (nominal)	ValuePAR Canarias 2024 versus 2018 (real)
<b>1 Isla de LANZAROTE</b>	<b>233.902 €</b>	<b>151,65%</b>	<b>127,33%</b>
5 estrellas	340.483 €	138,89%	116,62%
4 estrellas	239.112 €	161,56%	135,65%
3 estrellas	151.983 €	169,75%	142,53%
1 Arrecife	143.332 €	133,22%	111,86%
5 estrellas	173.306 €	109,55%	91,98%
4 estrellas	122.876 €	137,70%	115,62%
3 estrellas	76.015 €	96,50%	81,02%
2 Teguise	205.984 €	139,98%	117,53%
5 estrellas	301.011 €	128,15%	107,60%
4 estrellas	210.414 €	152,01%	127,63%
3 estrellas	129.936 €	87,97%	73,87%
3 Tías	230.836 €	157,29%	132,07%
5 estrellas	330.829 €	139,62%	117,23%
4 estrellas	231.330 €	142,69%	119,80%
3 estrellas	148.283 €	164,88%	138,44%
4 Yaiza	260.232 €	130,21%	109,33%
5 estrellas	375.740 €	135,48%	113,76%
4 estrellas	265.116 €	153,17%	128,60%
3 estrellas	209.812 €	181,24%	152,17%

### 9.3.2 Teguise y Arrecife: mejoras moderadas pero positivas

- Teguise** registra un ValuePAR de **205.984 €**, con una subida real del **+117,5%**, situándose algo por debajo de la media insular pero claramente por encima de su nivel prepandemia.
- Arrecife**, capital de la isla, cierra con un ValuePAR de **143.332 €**, y una evolución más contenida (**+111,9% real**). La capital arrastra aún ciertas limitaciones de oferta y calidad que lastran su competitividad frente a otros destinos turísticos costeros.

### 9.3.3 Por categorías: el segmento de 3 estrellas sorprende

A diferencia de otras islas donde la gama alta lidera el crecimiento, **en Lanzarote los hoteles de 3 estrellas han protagonizado algunas de las mayores subidas de valor real:**

- +142,5% en toda la isla.
- +138,8% en Yaiza.
- +138,4% en Tías.

Este fenómeno revela la capacidad de estos establecimientos para capturar demanda de mayor poder adquisitivo tras pequeñas reformas, mejoras digitales o rebranding, sin necesidad de escalar en categoría oficial.

**Lanzarote**, por tanto, **no solo lidera el ValuePAR actual**, sino que ha logrado consolidar una tendencia de revalorización sostenida en casi todos sus municipios. Esto la convierte en una isla estratégica para la inversión hotelera a medio y largo plazo.

### 9.4 ValuePAR 2018–2024: Fuerteventura y su ralentización estructural

Con un **ValuePAR medio de 150.245 € en 2024**, **Fuerteventura se sitúa claramente por debajo de la media de Canarias (209.661 €)**. Y aunque en términos nominales su valor ha crecido un **+96% desde 2018**, en términos reales apenas representa un **+80,6%**, es decir, muy por debajo de la inflación acumulada en el mismo período.

Este crecimiento por debajo del promedio nacional revela **una ralentización estructural del valor inmobiliario hotelero** de la isla, que necesita ser interpretada en clave estratégica.

#### 9.4.1 Antigua y La Oliva: evolución dispar pese a categorías similares

- **Antigua** marca un ValuePAR medio de **132.451 €**, con un crecimiento real del **+85,4%**.
- **La Oliva**, sin embargo, alcanza **181.455 €**, pero con tan solo un **+66,3% real**, siendo el municipio que menos ha crecido del conjunto insular.

Este comportamiento sugiere que, pese a disponer de producto hotelero competitivo, **la falta de dinamismo inversor o la presión de costes y márgenes ha frenado el despegue del valor agregado por plaza hotelera**.

	ValuePAR Canarias 2024	ValuePAR Canarias 2024 versus 2018 (nominal)	ValuePAR Canarias 2024 versus 2018 (real)
<b>2 Isla de FUERTEVENTURA</b>	<b>150.245 €</b>	96,03%	80,63%
5 estrellas	347.328 €	133,79%	112,33%
4 estrellas	227.946 €	147,17%	123,57%
3 estrellas	134.554 €	150,29%	126,18%
1 Antigua	132.451 €	101,77%	85,45%
5 estrellas	301.935 €	135,90%	114,10%
4 estrellas	214.321 €	157,56%	132,29%
3 estrellas	121.955 €	130,15%	109,28%
2 La Oliva	181.455 €	78,99%	66,32%
5 estrellas	339.576 €	101,92%	85,57%
4 estrellas	249.427 €	108,13%	90,79%
3 estrellas	152.224 €	142,63%	119,75%
3 Pájara	151.663 €	101,05%	84,84%
5 estrellas	350.310 €	144,59%	121,40%
4 estrellas	251.364 €	174,38%	146,42%
3 estrellas	153.723 €	99,23%	83,32%
4 Puerto del Rosario	24.452 €	38,47%	32,30%
5 Tuineje	23.053 €	22,39%	18,80%

#### 9.4.2 Pájara: buen posicionamiento, pero sin liderazgo

Con un ValuePAR de **151.663 €** en 2024 y una mejora real del **+84,6%**, **Pájara** mantiene el tipo pero no consigue capitalizar plenamente el potencial de su oferta turística. A destacar, sin embargo:

- Los **hoteles de 4 estrellas** son los que mejor se comportan en términos relativos (+146,4% real), probablemente debido a su equilibrio entre coste medio y nivel de reposicionamiento.
- **El caso crítico de Puerto del Rosario y Tuineje**
- **Puerto del Rosario** alcanza un ValuePAR medio de **24.452 €**, apenas un **+32,3% real** frente a 2018.
- **Tuineje**, con tan solo **23.053 €** (+18,8% real), se sitúa en el extremo inferior del ranking canario.

Este tipo de valores tan bajos no solo reflejan una **infra oferta o falta de estandarización hotelera**, sino también el escaso atractivo inversor percibido por el mercado. El riesgo es claro: **quedarse fuera del radar de reposicionamiento turístico** en la próxima década.

#### 9.4.3 Una isla con potencial pero con riesgo de estancamiento

Aunque Fuerteventura cuenta con hoteles destacados —algunos 5 estrellas superan los **350.000 € de ValuePAR**— la dispersión entre municipios y la falta de un plan de revalorización coordinado explican por qué su rendimiento global es tan discreto.

**Su competitividad en 2024 se sostiene en nichos puntuales**, pero para consolidar su posicionamiento a largo plazo, será necesaria una mayor coordinación público-privada y una apuesta decidida por la renovación sostenible de su planta hotelera.

#### 9.4.4 Nota técnica sobre Fuerteventura (valor real 2018–2024)

La evolución positiva observada en el ValuePAR de Fuerteventura durante los años 2023 y 2024 responde en buena parte a un efecto de recuperación post-COVID, visible también en otras islas. Sin embargo, al comparar el valor inmobiliario actual con el del año 2018 —ajustado por inflación acumulada—, se constata que la planta hotelera de Fuerteventura **aún no ha recuperado su valor real previo a la pandemia**.

Este comportamiento diferencial refleja un modelo productivo más enfocado en el volumen y el mantenimiento de ocupaciones que en el reposicionamiento de precios y de producto, con menor dinamismo en estrategias de inversión o renovación del stock hotelero. En este sentido, la isla muestra una recuperación nominal, pero con rezago estructural en términos de generación de valor unitario por habitación.

### 9.5 ValuePAR 2018–2024: Gran Canaria resiste, pero necesita renovarse

Con un **ValuePAR medio de 230.686 € en 2024**, **Gran Canaria supera la media regional (209.661 €)** y se consolida como la segunda isla en valor agregado por plaza hotelera, solo por detrás de Tenerife. Desde 2018, ha registrado un incremento real del **+104,65%**, un dato que si bien parece positivo, debe analizarse con matices.

#### 9.5.1 Una estructura madura que empieza a mostrar síntomas de desgaste

El crecimiento nominal del **+124,64%** en seis años es inferior al observado en otras islas, y el **avance real de apenas +4,65% sobre inflación** sugiere que buena parte del crecimiento ha sido absorbido por el alza de costes, sin generar ganancias netas significativas en valor de mercado.

## 9.5.2 San Bartolomé de Tirajana sigue siendo el gran pilar... por ahora

Con un ValuePAR de **256.998 €** y un crecimiento real del **+103,4%**, este municipio se mantiene como el auténtico “motor hotelero” de Gran Canaria. Sus hoteles de 5 estrellas se sitúan en **388.492 €**, y los de 4 estrellas superan los **272.726 €**.

Sin embargo, incluso en este entorno consolidado, **el crecimiento apenas acompaña a la inflación acumulada**, lo que refleja un modelo que necesita renovación más que expansión.

	ValuePAR Canarias 2024	ValuePAR Canarias 2024 versus 2018 (nominal)	ValuePAR Canarias 2024 versus 2018 (real)
<b>3 Isla de GRAN CANARIA</b>	<b>230.686 €</b>	<b>124,64%</b>	<b>104,65%</b>
5 estrellas	353.655 €	122,34%	102,72%
4 estrellas	249.159 €	138,59%	116,36%
3 estrellas	162.648 €	121,15%	101,72%
<b>1 Mogán</b>	<b>208.091 €</b>	<b>134,75%</b>	<b>113,14%</b>
5 estrellas	314.561 €	134,00%	112,51%
4 estrellas	224.266 €	153,92%	129,24%
3 estrellas	165.168 €	121,04%	101,63%
<b>2 Las Palmas Gran Canaria</b>	<b>147.261 €</b>	<b>111,95%</b>	<b>94,00%</b>
5 estrellas	225.075 €	106,39%	89,33%
4 estrellas	156.560 €	124,88%	104,85%
3 estrellas	96.634 €	99,86%	83,85%
<b>3 San Bartolomé de Tirajana</b>	<b>256.998 €</b>	<b>123,20%</b>	<b>103,44%</b>
5 estrellas	388.492 €	126,16%	105,93%
4 estrellas	272.726 €	131,65%	110,54%
3 estrellas	170.091 €	118,55%	99,54%
<b>4 Resto Gran Canaria</b>	<b>78.442 €</b>	<b>75,89%</b>	<b>63,72%</b>
5 estrellas	115.307 €		
4 estrellas	82.388 €	77,84%	65,36%
3 estrellas	47.510 €	63,73%	53,51%

## 9.5.3 Las Palmas de Gran Canaria y Mogán: comportamientos divergentes

- **Las Palmas GC**, con un ValuePAR medio de **147.261 €**, presenta un modesto crecimiento real del **+6,00%**. Su dependencia de un modelo urbano más tradicional limita su escalabilidad de valor.



- **Mogán**, por el contrario, alcanza **208.091 €** y un sólido **+13,1% real**, mostrando mejor adaptación a las nuevas demandas del visitante vacacional y del segmento medio-alto.

#### 9.5.4 Preocupación por el estancamiento del resto de la isla

El agregado del “**Resto de Gran Canaria**” muestra un ValuePAR de tan solo **78.442 €**, con un crecimiento real de apenas **+63,7%**, es decir, **una pérdida relativa de valor frente al resto de Canarias**. Los hoteles de 3 estrellas, en particular, presentan un ValuePAR de solo **47.510 €**, que se traduce en un alarmante **+53,5% real**, muy por debajo de la media.

#### 9.5.5 Reflexión: entre el liderazgo del pasado y los desafíos del futuro

Gran Canaria mantiene una estructura hotelera potente, pero **sus indicadores de evolución real reflejan una preocupante falta de renovación estructural**. Salvo en enclaves como Mogán, la mayoría de los municipios de la isla **han visto erosionada su competitividad real frente a otros destinos canarios**.

La inversión en reposicionamiento, modernización y gestión de marca es imprescindible para que Gran Canaria mantenga su peso específico turístico en la próxima década.

### 9.6 ValuePAR 2018–2024: Tenerife, líder en valor agregado, pero con señales de polarización

La **Isla de Tenerife alcanza en 2024 un ValuePAR medio de 221.328 €**, superando tanto la media de Canarias (209.661 €) como a Gran Canaria (230.686 €), consolidándose como **la isla con mayor valor por plaza hotelera**.

El crecimiento acumulado desde 2018 ha sido notable: **+140,39% en términos nominales y +17,87% real sobre inflación**, cifras que apuntan a un posicionamiento robusto, aunque con contrastes internos evidentes.

#### 9.6.1 Adeje y Arona: los motores premium del sur tinerfeño

- **Adeje** lidera la isla con un ValuePAR de **307.385 €**, y un crecimiento real del **+29,11%**, destacando en el segmento de **5 estrellas (437.569 €)**.
- **Arona**, con **210.735 €**, muestra también un crecimiento por encima de la media real (+11,95%), consolidando un polo de valor hotelero de alta gama en el sur de la isla.

Ambos municipios acumulan más del 40% del valor de la planta hotelera insular.

	ValuePAR Canarias 2024	ValuePAR Canarias 2024 versus 2018 (nominal)	ValuePAR Canarias 2024 versus 2018 (real)
<b>4 Isla de TENERIFE</b>	<b>221.328 €</b>	<b>140,39%</b>	<b>117,87%</b>
5 estrellas	357.046 €	124,62%	104,64%
4 estrellas	217.860 €	143,13%	120,18%
3 estrellas	136.376 €	109,67%	92,08%
1 Adeje	307.385 €	153,78%	129,11%
5 estrellas	437.569 €	134,14%	112,63%
4 estrellas	266.826 €	133,93%	112,46%
3 estrellas	168.356 €	126,13%	105,90%
2 Arona	210.735 €	115,84%	97,26%
5 estrellas	354.173 €	121,85%	102,31%
4 estrellas	223.818 €	129,33%	108,59%
3 estrellas	152.887 €	95,27%	79,99%
3 Granadina de Abona	125.528 €		
5 estrellas	210.923 €		
4 estrellas	127.412 €		
3 estrellas	90.742 €		
4 Guía de Isora	184.424 €		
5 San Cristobal de La Laguna	133.420 €		
6 Puerto de la Cruz	131.299 €	159,03%	133,52%
5 estrellas	213.642 €	137,21%	115,21%
4 estrellas	129.055 €	155,24%	130,34%
3 estrellas	92.945 €	122,91%	103,20%
7 San Miguel de Abona	128.964 €		
8 Santa Cruz de Tenerife	119.868 €	109,73%	92,13%
5 estrellas	242.631 €	125,33%	105,23%
4 estrellas	155.326 €	153,56%	128,93%
3 estrellas	113.369 €	148,04%	124,30%
9 Santiago del Teide	196.235 €	94,50%	79,35%
5 estrellas	383.464 €		
4 estrellas	238.872 €	99,02%	83,14%
3 estrellas	158.644 €	91,85%	77,12%
10 Resto de Tenerife	84.072 €	74,98%	62,96%
5 estrellas	225.525 €	110,74%	92,98%
4 estrellas	135.228 €	115,14%	96,68%
3 estrellas	68.993 €	83,99%	70,52%

## 9.6.2 Comportamiento desigual en el resto de la isla

- **Puerto de la Cruz** sorprende positivamente con un incremento **real** del **+33,52%** y un ValuePAR medio de **131.299 €**, reflejando una renovación efectiva de su oferta.



- Por el contrario, **Granadilla de Abona (125.528 €)** y **San Miguel de Abona (128.964 €)** presentan crecimientos reales inferiores al 10%, mostrando un desempeño por debajo del potencial esperado.
- El “**Resto de Tenerife**”, con un ValuePAR de apenas **84.072 €** y un crecimiento real del **+62,96%**, refleja una pérdida relativa clara de competitividad.

### 9.6.3 Segmento de 3 estrellas: señales de alerta estructural

Aunque el conjunto de 5 y 4 estrellas crece en valor real (especialmente los de 4 estrellas, con un **+20,18%**), el **segmento de 3 estrellas apenas sube un +4,08% real**.

Este dato, junto al bajo valor medio (**136.376 €**), evidencia una erosión estructural que afecta la rentabilidad y la percepción de calidad del destino en este segmento.

### 9.6.4 Tenerife mantiene el liderazgo, pero debe cuidar sus extremos

Tenerife **refuerza su papel de referente en valor agregado en Canarias**, pero los datos invitan a evitar triunfalismos. La **brecha creciente entre polos turísticos consolidados y zonas periféricas** se acentúa. La estrategia insular deberá orientarse a:

- Consolidar el liderazgo de Adeje y Arona.
- Reactivar zonas como Granadilla, San Miguel o el “Resto de Tenerife”.
- Repensar el modelo de los hoteles de 3 estrellas con inversiones que permitan elevar su posicionamiento y su rentabilidad.

## 9.7 ValuePAR 2018–2024: La Gomera, un valor estable pero limitado

La **Isla de La Gomera** presenta un **ValuePAR medio en 2024 de 139.710 €**, una cifra sensiblemente inferior a la media canaria (209.661 €), reflejo de una estructura turística más limitada, menos intensiva y con menor capitalización por plaza.

Respecto al año 2018, el crecimiento acumulado ha sido **+91,49% en términos nominales y +76,81% en términos reales**, lo cual, aunque positivo, se sitúa por debajo del incremento promedio del archipiélago.

	ValuePAR Canarias 2024	ValuePAR Canarias 2024 versus 2018 (nominal)	ValuePAR Canarias 2024 versus 2018 (real)
<b>5 Isla de LA GOMERA</b>	<b>139.710 €</b>	<b>91,49%</b>	<b>76,81%</b>
5 estrellas	177.530 €		
4 estrellas	121.861 €	74,06%	62,19%
3 estrellas	63.171 €	66,27%	55,65%
1 San Sebastián de la Gomera	164.180 €	94,09%	79,00%
2 Valle Gran Rey	102.231 €		
3 Vallemoso	35.333 €		
4 Resto de La Gomera	25.739 €	28,06%	23,56%

### 9.7.1 Una evolución moderada, pero sin retrocesos

- El **segmento de 5 estrellas (177.530 €)** es el que muestra mejor comportamiento, con un aumento real del **+62,19%**, demostrando que cuando existe oferta de calidad en la isla, el mercado responde.
- Los hoteles de **4 estrellas (121.861 €)** y especialmente los de **3 estrellas (63.171 €)** reflejan una dinámica más modesta, con crecimientos reales del **+62,19% y +55,65%**, respectivamente, y valores absolutos muy por debajo del conjunto canario.

### 9.7.2 Diferencias claras entre municipios

- **San Sebastián de La Gomera**, con **164.180 € de ValuePAR** y un crecimiento real del **+79,00%**, lidera el comportamiento insular, demostrando estabilidad y cierta atracción de valor.
- **Valle Gran Rey**, pese a su perfil turístico, solo alcanza los **102.231 €** (+62,19% real), posiblemente debido a su limitada capacidad de reposicionamiento post-COVID.
- **Vallehermoso** y el “**Resto de La Gomera**” muestran cifras preocupantes: **apenas 35.333 € y 25.739 €**, con aumentos reales de solo **+23,56% y +23,56%**, lo que indica una desconexión del ciclo de valorización insular.

### 9.7.3 Estabilidad sin impulso

La Gomera ha conseguido **mantener e incluso mejorar sus valores**, pero **sin capitalizar de forma significativa la transformación turística del archipiélago**. Los datos sugieren una dualidad estructural:

- Por un lado, **un núcleo funcional en San Sebastián**, con hoteles que generan valor competitivo.
- Por otro, **una periferia que sigue anclada en modelos de baja rentabilidad**.



Será clave impulsar estrategias diferenciadas para fortalecer el valor inmobiliario hotelero y generar economías de escala en la isla.

## 9.8 ValuePAR 2018–2024: La Palma, entre la adversidad y la resiliencia

La **Isla de La Palma** registra en 2024 un **ValuePAR medio de 75.262 €**, el segundo más bajo del archipiélago, lo que refleja claramente las dificultades estructurales y coyunturales que ha enfrentado el destino en los últimos años, **especialmente tras la erupción volcánica de 2021**.

En comparación con 2018, el crecimiento acumulado es de **+49,28% en términos nominales** y solo **+41,38% en términos reales**, muy por debajo de la media de Canarias. Estos datos sitúan a La Palma como **una de las islas con menor revalorización hotelera** de la última década.

	ValuePAR Canarias 2024	ValuePAR Canarias 2024 versus 2018 (nominal)	ValuePAR Canarias 2024 versus 2018 (real)
<b>6 Isla de LA PALMA</b>	<b>75.262 €</b>	<b>49,28%</b>	<b>41,38%</b>
5 estrellas	82.016 €		
4 estrellas	55.014 €	33,44%	28,07%
3 estrellas	48.926 €	51,33%	43,10%
1 Breña Baja	104.877 €	230,84%	193,82%
2 Fuentecaliente de la Palma	48.019 €	171,08%	143,65%
3 Los Llanos de Aridane	52.162 €		
4 Santa Cruz de La Palma	71.430 €	216,72%	181,96%
5 Resto de La Palma	22.926 €	102,35%	85,94%

### 9.8.1 Un ValuePAR bajo y polarizado por municipios

- El **segmento de 5 estrellas (82.016 €)** y el de **4 estrellas (55.014 €)** muestran una escasa creación de valor, aunque mejoran tímidamente respecto a 2018.
- El de **3 estrellas (48.926 €)** representa el grueso de la oferta insular, con un aumento real del **+43,10%**, pero partiendo de una base muy baja.

### 9.8.2 Contrastes internos muy marcados

- **Breña Baja** sobresale con un ValuePAR de **104.877 €** y un aumento real del **+193,82%**, situándose como **el único municipio de La Palma con una valorización hotelera significativa**.

- También destaca **Santa Cruz de La Palma**, con **+181,96% en términos reales**, debido probablemente a mejoras de planta, posicionamiento urbano y nuevos proyectos en desarrollo.
- En cambio, **Fuencaliente y Los Llanos de Aridane**, pese a ser zonas volcánicamente activas y receptoras de ayudas, apenas superan los **50.000 €** de ValuePAR. Aunque sus incrementos son altos en porcentaje (**+143,65% y +118,94%**, respectivamente), parten de niveles muy bajos.
- El “**Resto de La Palma**” mantiene un ValuePAR de solo **22.926 €**, que en términos reales representa apenas **+85,94% de mejora desde 2018**, lo que **no alcanza aún para una recuperación sólida del valor**.

### 9.8.3 Valor vulnerable en busca de reconstrucción estructural

La Palma **presenta la evolución más frágil de todo el archipiélago**. Si bien algunos municipios han logrado repuntar, en especial gracias a proyectos puntuales o recuperación urbana, **el conjunto insular sigue muy afectado** por la falta de dinamismo, las consecuencias post-volcánicas y una débil atracción de inversión turística.

La clave para La Palma pasa por **reorientar su propuesta de valor hotelero hacia un modelo diferencial, vinculado a naturaleza, ciencia y turismo experiencial**, apoyado en incentivos públicos y reposicionamiento internacional.

## 9.9 ValuePAR 2018–2024: El Hierro, crecimiento en la periferia

Con un **ValuePAR medio de 66.799 €** en 2024, la **Isla de El Hierro** sigue ocupando una posición modesta en términos absolutos dentro del conjunto de Canarias. Sin embargo, su evolución es destacable: **el valor ha crecido un +132,34% en términos nominales y +111,12% en términos reales** desde 2018, superando ampliamente la media regional y demostrando un proceso de **puesta en valor progresiva** de su planta hotelera.

	ValuePAR Canarias 2024	ValuePAR Canarias 2024 versus 2018 (nominal)	ValuePAR Canarias 2024 versus 2018 (real)
<b>7 Isla EL HIERRO</b>	<b>66.799 €</b>	<b>132,34%</b>	<b>111,12%</b>
5 estrellas	103.580 €		
4 estrellas	91.296 €		
3 estrellas	47.830 €	94,76%	79,56%
1 Frontera	43.395 €	91,20%	76,58%
2 Valverde	84.447 €	302,11%	253,66%



### 9.9.1 Un destino con valor incipiente, pero dinámico

- El ValuePAR por categoría muestra un **gradiente moderado**: desde los **47.830 € en hoteles de 3 estrellas**, hasta **103.580 € en los de 5 estrellas**, con una valoración intermedia de **91.296 € en 4 estrellas**.
- En términos reales, el crecimiento es contenido para los establecimientos de 3 estrellas (**+79,56%**), pero **significativo en los tramos superiores**.
- El municipio de **Valverde destaca especialmente**, con un ValuePAR actual de **84.447 €**, y un incremento acumulado real de **+253,66%**, lo que lo convierte en **uno de los mayores crecimientos porcentuales del archipiélago**, aunque desde una base muy baja.

### 9.9.2 Frontera y la constancia del turismo rural y científico

El municipio de **Frontera**, con un ValuePAR de **43.395 €**, ha logrado mantener un crecimiento real de **+76,58%**, apoyado en una oferta más vinculada al turismo rural, paisajístico y científico. Su bajo punto de partida condiciona todavía el valor percibido, pero los avances son evidentes.

### 9.9.3 Pequeña escala, gran resiliencia

El Hierro **combina un bajo peso absoluto en la economía hotelera canaria con un comportamiento notable en términos relativos**, lo que sugiere que, incluso desde posiciones periféricas, **la mejora del valor hotelero es posible cuando se gestiona de forma coherente con los recursos naturales y diferenciales del territorio**.

El reto para los próximos años será **consolidar esta tendencia sin perder autenticidad**, atrayendo inversión responsable y perfilando una oferta coherente con su identidad como “**isla laboratorio**” de **sostenibilidad y turismo responsable**.

## 9.10 Evolución del valor de la Planta Hotelera 2018-2024

La planta hotelera de Canarias ha alcanzado en 2024 un valor total estimado de **23.467,8 millones de euros**, lo que representa un incremento del **+123,09% en términos nominales** y del **+103,35% en términos reales** respecto a los niveles de 2018. Este crecimiento refleja tanto la recuperación postpandemia como la consolidación del turismo como eje económico estructural del archipiélago.

	VALOR PLANTA HOTELERA 2024	Valor PLANTA Hotelera 2024 versus 2018 (nominal)	Valor PLANTA Hotelera 2024 versus 2018 (real)
<b>ISLAS CANARIAS</b>	<b>23.467.847.261 €</b>	<b>123,09%</b>	<b>103,35%</b>
<b>1 Isla de LANZAROTE</b>	<b>4.102.262.954 €</b>	<b>188,93%</b>	<b>158,63%</b>
<b>2 Isla de FUERTEVENTURA</b>	<b>3.242.919.902 €</b>	<b>136,88%</b>	<b>114,93%</b>
<b>3 Isla de GRAN CANARIA</b>	<b>6.996.756.508 €</b>	<b>132,56%</b>	<b>111,30%</b>
<b>4 Isla de TENERIFE</b>	<b>8.935.161.545 €</b>	<b>103,60%</b>	<b>86,99%</b>
<b>5 Isla de LA GOMERA</b>	<b>71.696.076 €</b>	<b>70,49%</b>	<b>59,19%</b>
<b>6 Isla de LA PALMA</b>	<b>110.747.671 €</b>	<b>43,35%</b>	<b>36,40%</b>
<b>7 Isla EL HIERRO</b>	<b>8.302.605 €</b>	<b>249,22%</b>	<b>209,25%</b>
<b>Provincia Las Palmas</b>	<b>14.341.939.364 €</b>	<b>146,07%</b>	<b>122,64%</b>
<b>Prov. Sta Cruz de Tenerife</b>	<b>9.125.907.897 €</b>	<b>101,57%</b>	<b>85,28%</b>

### 9.10.1 Crecimiento desigual entre islas

- **Lanzarote (+188,93% nominal | +158,63% real)** lidera claramente el crecimiento, con una revalorización sobresaliente que duplica el promedio regional. La concentración de inversión y reposicionamiento hotelero en zonas como Yaiza y Teguise ha sido clave.
- **El Hierro**, aunque con cifras absolutas pequeñas, destaca por un aumento del **+249,22% nominal y +209,25% real**, evidenciando un proceso acelerado de valorización de nicho.
- **Fuerteventura y Gran Canaria** muestran crecimientos sólidos (**+114,93%** y **+111,30% reales**, respectivamente), sostenidos por la ampliación y mejora de oferta en sus principales núcleos turísticos.
- En cambio, **Tenerife (+86,99%), La Gomera (+59,19%)** y especialmente **La Palma (+36,40%)** se sitúan **por debajo de la media regional en términos reales**, arrastradas por factores como:
  - El impacto del COVID-19 en mercados emisores específicos.
  - Problemas estructurales de conectividad.
  - Limitaciones de renovación hotelera o acontecimientos naturales adversos (como la erupción volcánica en La Palma).

### 9.10.2 Divergencia provincial

- **La provincia de Las Palmas** ha incrementado su valor hotelero en **+122,64% real**, concentrando el **61% del total de la planta hotelera canaria**.

- Por su parte, la **provincia de Santa Cruz de Tenerife**, aunque con una planta aún muy relevante, solo ha crecido un **+85,28% en términos reales**, perdiendo peso relativo frente a su contraparte oriental.
- **Conclusión: hacia una nueva geografía del valor hotelero**

La evolución de 2018 a 2024 revela una **reconfiguración silenciosa del mapa hotelero de Canarias**:

- Las **islas tradicionalmente más dinámicas (como Lanzarote y Fuerteventura)** han ganado protagonismo no solo en volumen, sino también en valor.
- Por el contrario, **algunas islas verdes y periféricas**, con vocación más conservacionista o afectadas por vulnerabilidades estructurales, muestran **una valorización más contenida**, lo que abre una reflexión sobre su modelo turístico y su capacidad de atraer inversión futura.

Esta evolución obliga a **repensar las estrategias de financiación, promoción e innovación**, para evitar brechas de valor crecientes entre territorios del mismo archipiélago.

## Evolución del Valor Hotelero en Canarias: Una Perspectiva Estratégica (2018-2024)

### Fase 1: Crecimiento y Estabilidad Pre-Pandemia (2018-2019)

#### Punto de Partida: Un Mercado en Velocidad de Crucero



El sector operaba en un entorno de estabilidad con metodología estadística previa (ISTAC pre-2019) y tipos de interés bajos que favorecían valoraciones estables.

#### Hotelización de la Oferta



Se inicia una tendencia estructural de reconversión de apartamentos antiguos en hoteles de mayor categoría para elevar el valor patrimonial.

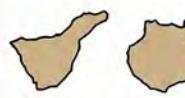
### Fase 2: El Shock y la Resiliencia del Capital (2020-2022)



#### Amnesia Estratégica tras el Ciclo Pandémico

A pesar de la caída de ocupación, la resiliencia financiera y la negociación de carencias hipotecarias evitaron una devaluación masiva de los activos.

#### Resistencia de los Destinos Consolidados



Tenerife y Gran Canaria mantuvieron su etrictivo inversor como activos estratégicos irreplaciables pese a las restricciones globales.

### Fase 3: Consolidación y Nuevo Paradigma de Valor (2023-2024)

#### 2024: El Valor de la Planta Alcanza los 23.468 M€

**23.468 M€**



Canarias supera en un +49% el valor total de la planta hotelera de Mallorca, reafirmando su liderazgo en el sur de Europa.

#### Crecimiento Nominal vs. Real



Aunque el valor subió un 25,3% desde 2018, al descender la inflación, el crecimiento efectivo se cifra en un 6,04%

#### Liderazgo del ValuePAR en la Gama Alta



El valor por habitación (ValuePAR) en hoteles de 5 estrellas alcanza los 332.998 €, un 56,8% por encima de la media regional.

#### Lectura Estratégica: Ganadores y Desafíos Estructurales



##### Lanzarote: El Líder en Revalorización Real

Es la isla con mejor desempeño real (+27,33%), impulsada por el éxito de municipios como Yaiza y su enfoque en el segmento premium.



##### El Reto de las "Islas Verdes" y Destinos Maduros

Fuerteventura (-18,3%) y La Palma (-58,6%) muestran pérdidas de valor real, solviendo necesidades urgentes de reposicionamiento o afectaciones por eventos exógenos.

#### Sensibilidad



##### Sensibilidad: El WACC como Modulador Crítico

Un incremento del 15% en el coste de capital (WACC) puede recortar el valor de la planta en más de 3.200 millones de euros.

#### Evolución del ValuePAR por Isla (Crecimiento Real 2018-2024)

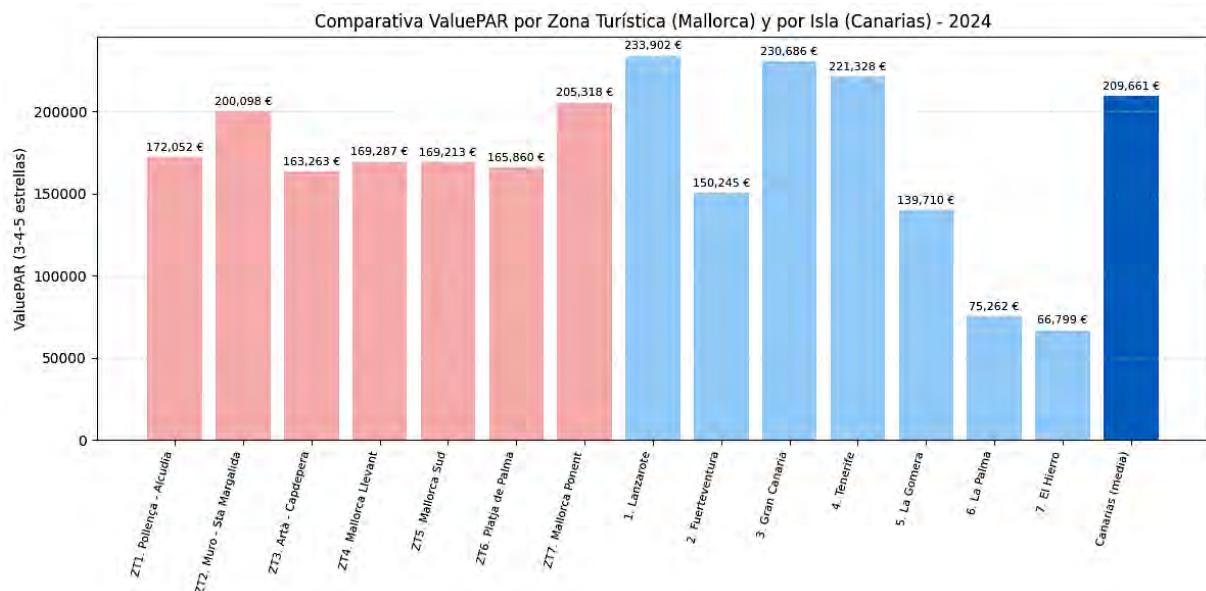
Isla	ValuePAR 2024	Crecimiento Real
Lanzarote	233.902 €	+27,33%
Tenerife	221.328 €	+17,87%
Gran Canaria	230.686 €	+4,65%
El Hierro	66.799 €	+11,12%
Fuerteventura	150.245 €	-19,37%
La Gomera	139.710 €	-23,19%
La Palma	75.262 €	-58,62%

## 10 VALOR 2024: CANARIAS versus MALLORCA

### 10.1 ValuePAR: Canarias versus Mallorca 2024

El Valor por Habitación (ValuePAR) es el indicador más adecuado para comparar el valor intrínseco y la capacidad de generación de ingresos de los activos en ambos destinos, independientemente de su tamaño.

Esta ventaja relativa en favor de Canarias es especialmente relevante en un contexto en el que ambas regiones compiten por captar inversión turística, fondos europeos y repositionar su planta hotelera hacia modelos más sostenibles y de mayor rentabilidad.



La comparación entre el valor por habitación (ValuePAR) de Canarias y Mallorca en 2024 revela un **claro liderazgo de Canarias**, especialmente en los segmentos de 3 y 4 estrellas.

- El **ValuePAR medio en Canarias** para hoteles de 3 estrellas fue de **136.310 €**, un **+50,9 % superior al de Mallorca** (90.314 €). La diferencia es aún más marcada en la provincia de Las Palmas, donde alcanza los **199.656 €** (+121,1 % respecto a Mallorca), mientras que en Santa Cruz de Tenerife se sitúa en 124.786 € (+38,2 %).
- En los **hoteles de 4 estrellas**, el valor medio por habitación en Canarias es de **220.450 €**, **+40,5 % superior al de Mallorca** (156.955 €). Destacan nuevamente Las Palmas (303.349 €) y Lanzarote (239.112 €), muy por encima de todas las zonas mallorquinas, incluida la más alta (ZT7 Mallorca Ponent, con 207.003 €).

- En el caso de los **establecimientos de 5 estrellas**, la diferencia se reduce: Canarias presenta un **ValuePAR medio de 332.868 €**, apenas un **+4,5 % por encima de Mallorca** (318.476 €). Aquí, Mallorca compite de forma más equilibrada gracias a zonas de alto valor como Muro o Alcudia y Mallorca Ponent, mientras que Canarias destaca especialmente en Tenerife, Gran Canaria y Lanzarote.
- Cuando se combinan los tres segmentos (3, 4 y 5 estrellas), el **ValuePAR medio global de Canarias es de 209.661 €**, frente a 147.258 € en Mallorca, lo que supone una **ventaja relativa del +42,4 %**.

	Valor Hab 3 estrellas	Valor Hab 4 estrellas	Valor Hab 5 estrellas	Valor Hab. 3,4,5 estrellas
<b>MALLORCA 2024</b>	<b>90.314 €</b>	<b>156.956 €</b>	<b>318.476 €</b>	<b>147.258 €</b>
ZT1. POLLÈN - ALCUDIA	118.143 €	182.028 €	424.277 €	172.052 €
ZT2. MURO - SANTA MARGALIDA	122.590 €	204.600 €	448.320 €	200.098 €
ZT3. ARTÀ - CAPDEPERA	107.806 €	168.185 €	302.325 €	165.569 €
ZT4. MALLORCA LLEVANT	109.124 €	177.809 €	388.455 €	163.263 €
ZT5. MALLORCA SUD	128.548 €	178.563 €	355.683 €	169.287 €
ZT6. PLATJA DE PALMA	117.202 €	177.500 €	318.096 €	165.041 €
ZT7. MALLORCA PONENT	153.403 €	201.003 €	424.277 €	205.318 €
<b>CANARIAS 2024</b>	<b>136.310 €</b>	<b>220.450 €</b>	<b>332.868 €</b>	<b>209.661 €</b>
Prov. LAS PALMAS	199.656 €	303.349 €	466.247 €	206.499 €
1 Isla de LANZAROTE	151.983 €	239.112 €	340.483 €	233.902 €
2 Isla de FUERTEVENTURA	151.983 €	239.112 €	340.483 €	150.245 €
3 Isla de GRAN CANARIA	162.648 €	249.159 €	353.655 €	230.686 €
Prov. Sta. CRUZ de TENERIFE	124.786 €	214.002 €	350.404 €	214.830 €
4 Isla de TENERIFE	136.376 €	217.860 €	357.046 €	221.328 €
5 Isla de LA GOMERA	63.171 €	121.861 €	177.530 €	139.710 €
6 Isla de LA PALMA	48.926 €	55.014 €	82.016 €	75.262 €
7 Isla EL HIERRO	47.830 €	91.296 €	103.580 €	66.799 €
Canarias vs Mallorca 2024	150,93%	140,45%	104,52%	142,38%
Las Palmas vs Mallorca 2024	221,07%	193,27%	146,40%	140,23%
Sta. Cruz de Tenerife vs Mallorca 2024	138,17%	136,34%	110,03%	145,89%

Esta ventaja relativa en favor de Canarias es especialmente relevante en un contexto en el que ambas regiones compiten por captar inversión turística, fondos europeos y repositionar su planta hotelera hacia modelos más sostenibles y de mayor rentabilidad.

## 10.2 Valor Planta Hotelera 2024: Canarias versus Mallorca

El análisis comparativo del **valor medio por plaza hotelera** entre Canarias y Mallorca refuerza el diagnóstico ya señalado en los apartados anteriores: el liderazgo canario en cuanto a rendimiento y valorización de su planta hotelera no es solo una cuestión de volumen agregado o valor medio por hotel, sino también de **valor unitario por cama turística**.



	Valor Planta Hotelera 2024	% Valor Planta Hotelera (2024)
<b>MALLORCA 2024</b>	<b>16.143.672.383 €</b>	<b>100,00%</b>
ZT1. POLLença - ALCUDIA	1.946.517.444 €	12,06%
ZT2. MURO - SANTA MARGALIDA	2.425.362.111 €	15,02%
ZT3. ARTÀ - CAPDEPERA	1.266.068.953 €	7,84%
ZT4. MALLORCA LLEVANT	3.683.728.123 €	22,82%
ZT5. MALLORCA SUD	1.189.616.768 €	7,37%
ZT6. PLATJA DE PALMA	3.217.763.092 €	19,93%
ZT7. MALLORCA PONENT	5.969.842.821 €	36,98%
<b>CANARIAS 2024</b>	<b>23.467.847.261 €</b>	<b>100,00%</b>
<b>Prov. LAS PALMAS</b>	<b>14.341.939.364 €</b>	<b>61,11%</b>
1 Isla de LANZAROTE	4.102.262.954 €	17,48%
2 Isla de FUERTEVENTURA	3.242.919.902 €	13,82%
3 Isla de GRAN CANARIA	6.996.756.508 €	29,81%
<b>Prov. Sta. CRUZ de TENERIFE</b>	<b>9.125.907.897 €</b>	<b>38,89%</b>
4 Isla de TENERIFE	8.935.161.545 €	38,07%
5 Isla de LA GOMERA	71.696.076 €	0,31%
6 Isla de LA PALMA	110.747.671 €	0,47%
7 Isla EL HIERRO	8.302.605 €	0,04%
Canarias vs Mallorca 2024	145,37%	
Las Palmas vs Mallorca 2024	88,84%	
Sta. Cruz de Tenerife vs Mallorca 2024	56,53%	

El año 2024 arroja una imagen clara del diferente peso económico que representan las Islas Canarias y Mallorca en términos de **valor total de la planta hotelera vacacional**. Mientras que Mallorca alcanza los **16.143 millones de euros**, las Islas Canarias en su conjunto superan con holgura esa cifra, alcanzando los **23.467 millones de euros**. Este diferencial representa un **incremento del 45,37% a favor del archipiélago canario** respecto al valor de Mallorca, lo cual refleja la dimensión, densidad y continuidad operativa del modelo turístico canario, particularmente en invierno.

Esta diferencia se intensifica cuando se observa la distribución territorial interna. Por un lado, la **Provincia de Las Palmas**, con **14.342 millones de euros**, supera por sí sola el valor total de toda la planta hotelera mallorquina, representando el **88,84% de dicha cifra**. Este dato sitúa a Las Palmas como un hub turístico con peso estructural propio dentro del conjunto nacional, anclado principalmente en los destinos de Gran Canaria, Lanzarote y Fuerteventura.

Por su parte, la **Provincia de Santa Cruz de Tenerife**, con un valor de **9.126 millones de euros**, equivale al **56,53% del valor de la planta hotelera mallorquina**, confirmando su rol como eje turístico robusto, aunque más atomizado territorialmente entre islas de escala más reducida, como La Gomera, La Palma o El Hierro.



Si bien **Mallorca** continúa siendo una referencia consolidada del turismo vacacional en el Mediterráneo, los datos demuestran que su peso específico está siendo superado de forma significativa por las **Islas Canarias**, tanto en valor absoluto como en crecimiento relativo. La **mayor capacidad de estacionalidad inversa**, la **diversificación interinsular** y una **infraestructura turística madura y estable** posicionan al archipiélago como un activo de referencia para el capital inversor, especialmente en escenarios de cambio climático, movilidad aérea y redistribución de la demanda europea.

## 10.3 Valor por Hotel: Canarias versus Mallorca 2024

El valor medio por establecimiento hotelero constituye un indicador clave desde la óptica de la inversión inmobiliaria turística. No solo resume la calidad del activo, sino que sintetiza variables operativas, expectativas de rentabilidad futura, y percepciones de mercado respecto al **riesgo país, destino y segmento**.

	Valor Hotel 3*	Valor Hotel 4*	Valor Hotel 5*	Valor Hotel 3,4,5* (2024)
<b>MALLORCA 2024</b>	<b>10.724.915 €</b>	<b>26.375.679 €</b>	<b>39.873.936 €</b>	<b>21.815.773 €</b>
ZT1. POLLENÇA - ALCUDIA	17.348.162 €	26.567.982 €	39.591.708 €	24.639.461 €
ZT2. MURO - SANTA MARGALIDA	18.601.312 €	39.614.620 €	88.617.995 €	36.747.911 €
ZT3. ARTÀ - CAPDEPERA	7.568.908 €	20.894.777 €	25.375.865 €	17.831.957 €
ZT4. MALLORCA LLEVANT	15.545.020 €	32.665.318 €	56.192.614 €	27.490.508 €
ZT5. MALLORCA SUD	13.740.059 €	28.566.201 €	44.667.585 €	21.919.790 €
ZT6. PLATJA DE PALMA	13.047.590 €	29.274.139 €	39.779.688 €	22.660.303 €
ZT7. MALLORCA PONENT	16.577.421 €	35.500.244 €	53.849.412 €	31.239.694 €
<b>CANARIAS 2024</b>				<b>48.624.899 €</b>
<b>Prov. LAS PALMAS</b>				<b>51.185.880 €</b>
1 Isla de LANZAROTE				61.793.581 €
2 Isla de FUERTEVENTURA				41.733.261 €
3 Isla de GRAN CANARIA				51.408.621 €
<b>Prov. Sta. CRUZ de TENERIFE</b>				<b>45.080.242 €</b>
4 Isla de TENERIFE				50.882.147 €
5 Isla de LA GOMERA				8.071.744 €
6 Isla de LA PALMA				9.222.514 €
7 Isla EL HIERRO				3.422.327 €
<b>Canarias vs Mallorca 2024</b>				<b>222,89%</b>
<b>Las Palmas vs Mallorca 2024</b>				<b>234,63%</b>
<b>Sta. Cruz de Tenerife vs Mallorca 2024</b>				<b>206,64%</b>

En 2024, **Canarias multiplica por más de dos el valor medio por hotel respecto a Mallorca**:

- **48,6 millones de euros** frente a
- **21,8 millones de euros**, lo que representa una diferencia del **+122,89%**.

Cuando se analiza por provincias, la brecha se ensancha aún más:



- **Las Palmas** alcanza un valor medio por hotel de **51,2 millones de euros**, superando en un **+134,63%** a su homólogo balear.
- **Santa Cruz de Tenerife**, con **45 millones de euros**, mantiene una diferencia del **+106,64%**, incluso considerando su menor grado de concentración geográfica.

Este diferencial se acentúa en los hoteles de alta gama. En el segmento de **5 estrellas**, el valor medio por hotel en Canarias (especialmente en Gran Canaria y Tenerife) **se sitúa en torno a los 50 millones de euros**, duplicando ampliamente los valores observados en zonas como Capdepera o Llevant de Mallorca.

Las causas de esta diferencia son múltiples:

- **Mayor tamaño medio por hotel en Canarias**, con predominancia de establecimientos de 300 a 500 habitaciones.
- **Operación continua durante el año**, reduciendo el riesgo estacional.
- **Alianzas con grandes operadores y cadenas internacionales**, que garantizan estabilidad de ingresos.
- **Mayor trayectoria de valorización de activos tras la pandemia**, frente a una recuperación más heterogénea en el caso mallorquín.

Desde la perspectiva del inversor institucional, este análisis sugiere que, más allá del volumen turístico bruto, **el capital invertido en establecimientos canarios genera una mayor expectativa de retorno y seguridad patrimonial**. La **traslación de EBITDA a valor de activo (hotel)** es más directa y previsible, elevando el atractivo de los portafolios en Canarias para SOCIMIs, REITs o fondos core.

La siguiente sección se adentra en el análisis del valor por **plaza** (cama hotelera), un indicador igualmente estratégico desde el enfoque micro y unitario.

## 10.4 Valor por Plaza: Canarias vs. Mallorca 2024

El análisis comparativo del **valor medio por plaza hotelera** entre Canarias y Mallorca refuerza el diagnóstico ya señalado en los apartados anteriores: el liderazgo canario en cuanto a rendimiento y valorización de su planta hotelera no es solo una cuestión de volumen agregado o valor medio por hotel, sino también de **valor unitario por cama turística**.

En 2024, el **valor medio por plaza de hotel en Canarias** alcanza los **93.794 €**, mientras que en Mallorca se sitúa en **67.086 €**. Esto supone una diferencia del **+39,81% a favor del archipiélago atlántico**, a pesar del mayor peso histórico, normativo y promocional de Mallorca como destino maduro.

	Valor Plaza 3 Estrellas	Valor Plaza 4 Estrellas	Valor Plaza 5 Estrellas	Valor Plaza 3,4,5* (2024)	% Valor Planta Hotelera (2024)
<b>MALLORCA 2024</b>	<b>39.295 €</b>	<b>72.538 €</b>	<b>155.252 €</b>	<b>67.086 €</b>	<b>100,00%</b>
ZT1. POLLÈN - ALCUDIA	51.576 €	82.734 €	195.595 €	77.230 €	12,06%
ZT2. MURO - SANTA MARGALIDA	52.920 €	90.616 €	224.160 €	88.656 €	15,02%
ZT3. ARTÀ - CAPDEPERA	46.498 €	77.580 €	148.571 €	75.758 €	7,84%
ZT4. MALLORCA LLEVANT	46.740 €	80.064 €	190.807 €	72.589 €	22,82%
ZT5. MALLORCA SUD	54.014 €	81.417 €	175.339 €	74.812 €	7,37%
ZT6. PLATJA DE PALMA	53.092 €	85.351 €	155.555 €	77.679 €	19,93%
ZT7. MALLORCA PONENT	66.173 €	95.399 €	207.273 €	95.578 €	36,98%
<b>CANARIAS 2024</b>				<b>93.794 €</b>	<b>100,00%</b>
<b>Prov. LAS PALMAS</b>				<b>91.526 €</b>	<b>61,11%</b>
1 Isla de LANZAROTE				99.926 €	17,48%
2 Isla de FUERTEVENTURA				66.602 €	13,82%
3 Isla de GRAN CANARIA				104.502 €	29,81%
<b>Prov. Sta. CRUZ de TENERIFE</b>				<b>86.788 €</b>	<b>38,89%</b>
4 Isla de TENERIFE				99.973 €	38,07%
5 Isla de LA GOMERA				76.786 €	0,31%
6 Isla de LA PALMA				37.387 €	0,47%
7 Isla EL HIERRO				35.071 €	0,04%
Canarias vs Mallorca 2024				139,81%	
Las Palmas vs Mallorca 2024				136,43%	
Sta. Cruz de Tenerife vs Mallorca 2024				129,37%	

Por provincias, la ventaja se amplifica:

- **Las Palmas**, con un valor medio de **91.526 € por plaza**, supera a Mallorca en un **+36,43%**.
- **Santa Cruz de Tenerife**, con **86.788 € por plaza**, lo hace en un **+29,37%**, a pesar de la mayor dispersión insular y menor densidad de establecimientos.

Este diferencial no es homogéneo entre categorías. La **plaza en hoteles de 5 estrellas en Canarias** está valorada, de media, en **332.868 €**, frente a los **155.252 € de Mallorca**, lo que representa más del doble de valor. En los **4 estrellas**, el diferencial sigue siendo significativo (**220.450 € Canarias vs. 72.538 € Mallorca**). Solo en los **3 estrellas** se reduce la brecha (**136.310 € vs. 39.295 €**), aunque continúa siendo ampliamente favorable a Canarias.

Este análisis evidencia dos fenómenos clave:

- **Un mayor posicionamiento de Canarias en los segmentos de mayor valor añadido (4 y 5 estrellas).**
- **Una mayor eficiencia estructural y continuidad de uso de las plazas hoteleras** (derivada de la estacionalidad reducida y alta ocupación media anual), que incrementa su capitalización a valor presente.

Todo ello convierte a Canarias en un destino más competitivo desde el punto de vista de la **valoración patrimonial unitaria**, lo que tiene implicaciones directas para estrategias de **refinanciación, venta de activos, valoración de carteras o atracción de REITs o SOCIMIs**.



## Comparativa estructural del valor hotelero: Canarias vs Mallorca (2024)

Este análisis desglosa la comparativa estructural de los dos mercados hoteleros más relevantes de España para el cierre de 2024. Los datos revelan que la planta hotelera de Canarias no solo supera en volumen absoluto a la de Mallorca, sino que presenta una **eficiencia de valor significativamente superior por activo individual**. Canarias alcanza un valor total de **23.467 millones de euros** (+45,37% frente a Mallorca), consolidando su liderazgo estructural gracias a su capacidad de operación continua durante todo el año (estacionalidad invertida) y una mayor escala media por establecimiento.

### INDICADORES MAESTRO DE VALOR (2024)

#### CANARIAS

**23.467 M€**

Valor Total de la Planta

**209.661 €**

Valor por Habitación Disponible (ValuePAR)

El valor de la planta canaria representa un 145,37% del valor total mallorquín, marcando el liderazgo estructural del archipiélago atlántico.

**93.794 €**

Valor Medio por Plaza (Cama)

**48,6 M€**

Valor Medio por Hotel

Los activos canarios multiplican por más de dos el valor medio de los mallorquines debido a su mayor tamaño y eficiencia de explotación.

#### MALLORCA

**16.143 M€**

Valor Total de la Planta

**147.258 €**

Valor por Habitación Disponible (ValuePAR)

Canarias presenta una ventaja relativa del +42,4% en valor por habitación, reflejando una mayor capacidad de generación de ingresos operativos capitalizables.

**67.086 €**

Valor Medio por Plaza (Cama)

**21,8 M€**

Valor Medio por Hotel

Los activos canarios multiplican por más de dos el valor medio de los mallorquines debido a su mayor tamaño y eficiencia de explotación.

### DESGLOSE POR CATEGORÍA (ValuePAR)

Segmento 5 Estrellas	<b>332.868 €</b>	<b>318.476 €</b>
Segmento 4 Estrellas	<b>220.450 €</b>	<b>156.955 €</b>
Segmento 3 Estrellas	<b>136.310 €</b>	<b>90.314 €</b>

### DIFERENCIACIÓN ESTRUCTURAL Y GEOGRÁFICA

#### LAS PALMAS



Con 14.342 M€, la provincia de Las Palmas por sí sola equivale al 88,8% de todo el valor hotelero de Mallorca.



#### Escala y Tamaño de Activos:

Canarias predomina en establecimientos de gran escala (300 a 500 habitaciones) frente a la mayor atomización mallorquina.



**Resiliencia Operativa Anual:** La operación continua durante los 12 meses reduce el riesgo estacional y aumenta la capitalización a valor presente de las plazas hoteleras.

### IMPLICACIONES ESTRATÉGICAS PARA INVERSORES

- Atractivo para Capital Institucional (REITs/SOCIMIs):** La traslación de EBITDA a valor de activo es más directa y previsible en Canarias, elevando la seguridad patrimonial.
- Diversificación vs Concentración:** Mientras Mallorca concentra valor en zonas específicas, Canarias ofrece una diversificación interinsular con alta resiliencia territorial.



## 11 ANALISIS DE SENSIBILIDAD CANARIAS

Este capítulo evalúa cómo varía el **valor por habitación (ValuePAR)** y el **valor de la Planta Hotelera** en función de cuatro variables clave que afectan directamente al resultado final del valor- estos son:

1. **La tasa de interés**
2. **El Coste de capital (WACC)**
3. **El RevPAR (ingresos por habitación disponible)**
4. **El porcentaje de margen operativo (% GOPPAR)**

Este análisis es especialmente relevante en contextos de incertidumbre económica y tipos de interés variables, permitiendo simular escenarios de valoración futura. La sensibilidad aplicará a 6 escenarios, 3 positivos y 3 negativos respecto al escenario base. Se sumarán y restarán el 5%, 10% y 15% de cada una de las variables. Así conoceremos que tal resulta de aplicar un incremento o decremento de la tasa de interés (dentro de la fórmula del WACC explicada en el anexo), el propio WACC, el RevPAR y el margen operativo (porcentaje del GOPPAR).

*Una puntuación importante: A mayor o menor porcentaje del GOPPAR no afecta al RevPAR. Sin embargo una variación del RevPAR afecta de forma directa en el GOPPAR. Se realiza esta corrección en el análisis.*

### 11.1 Sensibilidad a la Tasa de Interés

#### 11.1.1 Sensibilidad Tasa Interés en el ValuePAR

El ValuePAR hotelero, que refleja el valor del activo por habitación con base en los ingresos operativos futuros (GOPPAR), está íntimamente ligado al tipo de interés utilizado en su capitalización. Este tipo se refleja en el **WACC** (Coste Medio Ponderado de Capital), que a su vez depende del contexto macroeconómico y de las expectativas de rentabilidad de deuda y capital.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD ValuePAR: TASA DE INTERÉS							
	Tasa interés: +15% (3,083%)	Tasa interés: +10% (2,949%)	Tasa interés: +5% (2,815%)	Año 2024 (2,681%)	Tasa interés: - 5% (2,547%)	Tasa interés: - 10% (2,413%)	Tasa interés: - 15% (2,279%)
WACC resultante	6,87%	6,74%	6,60%	6,4690%	6,33%	6,20%	6,07%
3 Categorías	200.818 €	204.814 €	208.972 €	213.302 €	217.816 €	222.524 €	227.441 €
5 estrellas	306.575 €	312.675 €	319.023 €	325.633 €	332.524 €	339.712 €	347.219 €
4 estrellas	198.216 €	202.160 €	206.264 €	210.538 €	214.993 €	219.641 €	224.494 €
3 estrellas	124.025 €	126.493 €	129.061 €	131.735 €	134.523 €	137.431 €	140.467 €
Variación Tasa Interés	-5,85%	-3,98%	-2,03%	100,00%	2,12%	4,32%	6,63%

En el caso de Canarias, el **escenario base de 2024** utiliza una tasa de interés del **2,681%**, que da lugar a un WACC resultante de **6,4690%** y un **ValuePAR medio de 213.302 €**.



El análisis de sensibilidad que aquí se presenta permite simular la evolución del valor en distintos escenarios de tasas de interés (desde -15% hasta +15% sobre la tasa base). Las implicaciones son claras:

- **Si la tasa de interés subiera un 15% (hasta 3,083%, WACC 6,87%), el ValuePAR caería un -5,85%, situándose en 200.818 €.**
- **Si la tasa bajara un 15% (hasta 2,279%, WACC 6,07%), el ValuePAR subiría un +6,63%, alcanzando los 227.441 €.**

**Tabla de impacto resumido por categoría:**

Categoría	Tasa base (2,681%)	+15% Tasa	-15% Tasa	Rango de variación
5★	325.633 €	306.575 €	347.219 €	±6,3%
4★	210.538 €	198.216 €	224.494 €	±6,2%
3★	131.735 €	124.025 €	140.467 €	±6,3%

Este ejercicio demuestra cómo **variaciones aparentemente pequeñas en la tasa de interés pueden generar efectos relevantes sobre el valor del activo hotelero**, especialmente en portfolios institucionales, SOCIMIs, fondos de inversión o tasaciones para financiación bancaria.

La interpretación es inequívoca: **cuanto menor es la tasa de interés, mayor es el valor capitalizado del hotel**. En un entorno de bajada de tipos, como el que podría perfilarse a partir de 2025, esta elasticidad del valor puede ser decisiva para inversores y propietarios.

### 11.1.2 Sensibilidad Tasa Interés en el Valor de Planta

El **valor total de la planta hotelera de Canarias**, estimado en **23.875 millones de euros en 2024**, es extremadamente sensible a las variaciones en la **tasa de interés de capitalización**, que influye directamente en el cálculo de su valor presente.

En este análisis se parte de una **tasa base del 2,681%** que genera un **WACC del 6,47%**. A partir de este punto, se evalúan escenarios con incrementos o reducciones en dicha tasa del ±5%, ±10% y ±15%. Los resultados muestran la **alta elasticidad del valor agregado del sector** frente al entorno financiero.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD Valor PLANTA: TASA DE INTERÉS							
	Tasa interés: +15% (3,083%)	Tasa interés: +10% (2,949%)	Tasa interés: +5% (2,815%)	Año 2024 (2,681%)	Tasa interés: -5% (2,547%)	Tasa interés: -10% (2,413%)	Tasa interés -15% (2,279%)
WACC resultante	6,87%	6,74%	6,60%	6,47%	6,33%	6,20%	6,07%
3 Categorías	22.381.048.991 €	22.826.372.040 €	23.289.776.333 €	23.875.435.684 €	24.275.419.939 €	24.800.203.028 €	25.348.176.846 €
5 estrellas	5.446.105.270 €	5.554.468.207 €	5.667.230.954 €		5.907.073.101 €	6.034.771.492 €	6.168.113.012 €
4 estrellas	14.041.745.736 €	14.321.138.941 €	14.611.876.219 €		15.230.263.539 €	15.559.509.532 €	15.903.305.260 €
3 estrellas	2.893.197.985 €	2.950.764.892 €	3.010.669.160 €		3.138.083.299 €	3.205.922.004 €	3.276.758.574 €
<b>Absoluta T. Interés</b>	<b>- 1.494.386.693 €</b>	<b>- 1.049.063.645 €</b>	<b>- 585.659.351 €</b>	<b>23.875.435.684 €</b>	<b>399.984.255 €</b>	<b>924.767.344 €</b>	<b>1.472.741.162 €</b>



## Resumen de impacto en el valor total:

Escenario de tasa de interés	WACC resultante	Valor Planta Hotelera	Diferencia absoluta vs. 2024
+15% (3,083%)	6,87%	22.381 M€	-1.494 M€ (-6,26%)
+10% (2,949%)	6,74%	22.826 M€	-1.049 M€ (-4,39%)
+5% (2,815%)	6,60%	23.290 M€	-586 M€ (-2,45%)
<b>Base 2024 (2,681%)</b>	<b>6,47%</b>	<b>23.875 M€</b>	—
-5% (2,547%)	6,33%	24.275 M€	+400 M€ (+1,68%)
-10% (2,413%)	6,20%	24.800 M€	+925 M€ (+3,87%)
-15% (2,279%)	6,07%	25.349 M€	+1.473 M€ (+6,17%)

La **variación total del valor estimado puede oscilar entre -6,3% y +6,2%** simplemente por cambios en la tasa de interés de referencia, incluso cuando el resto de las variables (ocupación, ingresos, gastos) permanecen constantes.

Por categoría hotelera:

- El **segmento de 4 estrellas** representa el grueso del impacto, con una variación entre **14.041 M€ y 15.903 M€**, es decir, un rango de más de **1.860 millones de euros**.
- Los hoteles de **5 estrellas** oscilan entre **5.446 M€ y 6.168 M€**.
- Los de **3 estrellas**, entre **2.894 M€ y 3.277 M€**.

Este ejercicio de sensibilidad no solo evidencia la importancia de mantener bajo control el coste de capital en contextos de alta inflación o subida de tipos, sino que **recalca la necesidad de aplicar criterios homogéneos de valoración en escenarios comparables interanuales o interregionales**.

En conjunto, este análisis ayuda a entender que el ValuePAR y el Valor de Planta no son simplemente magnitudes operativas, sino **indicadores financieros profundamente vinculados a la confianza, el riesgo país y las condiciones monetarias**.

## 11.1 Sensibilidad al Coste de Capital (WACC)

### 11.1.1 Sensibilidad del Coste de Capital (WACC) en el ValuePAR

El **ValuePAR hotelero** (valor por habitación) en Canarias no solo está condicionado por los ingresos operativos o la ocupación, sino también por la tasa financiera aplicada para su capitalización: el **WACC** (Coste Medio Ponderado de Capital).

Este análisis examina cómo **variaciones en el WACC** —respecto al valor base de **6,47% en 2024**— afectan directamente la valoración resultante. Se han modelizado escenarios de sensibilidad que oscilan desde un **+15%** (WACC de 7,44%) hasta un **-15%** (WACC de 5,50%).

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD: COSTE DE CAPITAL (WACC)							
	WACC +15%	WACC +10%	WACC +5%	WACC 2024	WACC -5%	WACC -10%	WACC -15%
WACC	7,44%	7,12%	6,79%	6,47%	6,15%	5,82%	5,50%
3 Categorías	185.480 €	193.911 €	203.145 €	213.302 €	224.528 €	237.002 €	250.944 €
5 estrellas	283.159 €	296.030 €	310.127 €	325.633 €	342.772 €	361.815 €	383.098 €
4 estrellas	183.077 €	191.398 €	200.513 €	210.538 €	221.619 €	233.931 €	247.692 €
3 estrellas	114.552 €	119.759 €	125.462 €	131.735 €	138.669 €	146.372 €	154.982 €
Variación WACC	-13,04%	-9,09%	-4,76%	100,00%	5,26%	11,11%	17,65%

#### Impacto global en el ValuePAR:

Escenario de WACC	Valor WACC (%)	ValuePAR Resultante	Variación Absoluta vs. 2024	Variación Relativa
WACC +15%	7,44%	185.480 €	-27.822 €	-13,04%
WACC +10%	7,12%	193.911 €	-19.391 €	-9,09%
WACC +5%	6,79%	203.145 €	-10.157 €	-4,76%
WACC base (2024)	6,47%	213.302 €	—	—
WACC -5%	6,15%	224.528 €	+11.226 €	+5,26%
WACC -10%	5,82%	237.002 €	+23.700 €	+11,11%
WACC -15%	5,50%	250.944 €	+37.642 €	+17,65%

#### Desglose por categoría hotelera:

- 5 estrellas:** el ValuePAR varía entre **283.159 € y 383.098 €**, con una diferencia máxima de **+99.939 €** según el WACC aplicado.
- 4 estrellas:** oscila entre **183.077 € y 247.692 €**.
- 3 estrellas:** entre **114.552 € y 154.982 €**.

La sensibilidad es significativa: **una reducción del 15% en el WACC podría incrementar el ValuePAR en un 17,65%**, mientras que un aumento equivalente podría reducirlo en más de un 13%.



Este análisis pone de manifiesto la **vulnerabilidad de los activos hoteleros ante entornos de tipos altos**, subrayando la importancia de mantener estructuras financieras eficientes y bien negociadas. Además, refuerza la necesidad de **homogeneizar las tasas de capitalización** al realizar comparaciones entre territorios o ejercicios, ya que el **mismo activo operativo puede cambiar drásticamente su valoración financiera** dependiendo del WACC utilizado.

### 11.1.2 Sensibilidad del WACC en el Valor de Planta

El **valor total de la planta hotelera en Canarias en 2024** asciende a **23.875 M€**, calculado sobre un WACC base del **6,47%**. Sin embargo, como se ilustra en la tabla de sensibilidad, **variaciones en el WACC generan impactos millonarios en la valoración de los activos**, lo cual es clave tanto para la toma de decisiones de inversión como para los procesos de compraventa o financiación hotelera.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD PLANTA: COSTE DE CAPITAL (WACC)							
	WACC +15%	WACC +10%	WACC +5%	WACC 2024	WACC -5%	WACC -10%	WACC -15%
WACC	7,44%	7,12%	6,79%	6,47%	6,15%	5,82%	5,50%
3 Categorías	20.671.639.920 €	21.611.259.916 €	22.640.367.531 €	23.875.435.684 €	25.023.564.113 €	26.413.762.119 €	27.967.512.832 €
5 estrellas	5.030.145.242 €	5.258.788.208 €	5.509.206.694 €		6.089.123.188 €	6.427.407.810 €	6.805.490.622 €
4 estrellas	12.969.271.986 €	13.558.784.349 €	14.204.440.746 €		15.699.645.035 €	16.571.847.537 €	17.546.662.098 €
3 estrellas	2.672.222.691 €	2.793.687.359 €	2.926.720.090 €		3.234.795.889 €	3.414.506.772 €	3.615.360.112 €
WACC Absoluto	<b>- 3.203.795.765 €</b>	<b>- 2.264.175.769 €</b>	<b>- 1.235.068.154 €</b>	23.875.435.684 €	<b>1.148.128.429 €</b>	<b>2.538.326.435 €</b>	<b>4.092.077.148 €</b>

Se ha proyectado una sensibilidad al coste de capital con rangos de  $\pm 5\%$ ,  $\pm 10\%$  y  $\pm 15\%$  sobre el WACC base, que representan escenarios razonables ante distintos entornos financieros y contextos macroeconómicos (tipos de interés, riesgo país, prima inmobiliaria, etc.).



## Impacto en el Valor de Planta:

Escenario	WACC (%)	Valor Planta (M€)	Diferencia Absoluta (M€)	Variación Relativa
+15%	7,44%	20.672 M€	-3.204 M€	-13,41%
+10%	7,12%	21.611 M€	-2.264 M€	-9,48%
+5%	6,79%	22.641 M€	-1.235 M€	-5,17%
<b>2024</b>	<b>6,47%</b>	<b>23.875 M€</b>	—	—
-5%	6,15%	25.024 M€	+1.148 M€	+4,81%
-10%	5,82%	26.414 M€	+2.538 M€	+10,63%
-15%	5,50%	27.968 M€	+4.092 M€	+17,14%

Una **reducción del 15% en el WACC** (hasta el 5,50%) **incrementaría el valor de la planta hotelera canaria en más de 4.000 millones de euros**. Por el contrario, un **incremento equivalente** podría reducir su valor en más de **3.200 millones de euros**, lo que equivale a casi todo el parque hotelero de Tenerife.

## Desglose por categoría hotelera:

- **Hoteles 5 estrellas:** presentan la mayor sensibilidad. Su valor oscila entre **5.030 M€** (WACC +15%) y **6.805 M€** (WACC -15%).
- **Hoteles 4 estrellas:** desde **12.970 M€** hasta **17.547 M€**, con una diferencia potencial superior a **4.500 M€**.
- **Hoteles 3 estrellas:** entre **2.672 M€** y **3.616 M€**.

Este ejercicio pone en evidencia que **el WACC es una variable tan estratégica como operativa**. A menudo infravalorado en la conversación pública, su correcta estimación y seguimiento permite dar mayor precisión y credibilidad a las valoraciones hoteleras, sobre todo en escenarios como el actual, marcados por la volatilidad en los tipos de interés y las primas de riesgo.

## 11.2 Sensibilidad respecto al RevPAR

### 11.2.1 Sensibilidad del RevPAR en el ValuePAR

El ValuePAR representa una estimación del valor económico asociado a cada habitación en explotación hotelera, calculado sobre ingresos operativos (RevPAR) y tasas de capitalización ajustadas al riesgo (WACC). Por tanto, **el RevPAR actúa como una variable clave en el proceso de valoración hotelera**: sus variaciones, aunque aparentemente pequeñas, pueden alterar significativamente el valor percibido de los activos.

Este análisis de sensibilidad evalúa el impacto de oscilaciones de  $\pm 5\%$ ,  $\pm 10\%$  y  $\pm 15\%$  sobre el **RevPAR medio de Canarias en 2024**, que se sitúa en **213,30 € por habitación** (agregado de 3, 4 y 5 estrellas).

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD ValuePAR: INGRESOS POR HABITACIÓN (RevPAR)							
	RevPAR +15%	RevPAR +10%	RevPAR +5%	Año 2024	RevPAR -5%	RevPAR -10%	RevPAR -15%
<b>3 Categorías</b>	<b>251.656 €</b>	<b>237.483 €</b>	<b>223.605 €</b>	<b>213.302 €</b>	<b>196.329 €</b>	<b>183.353 €</b>	<b>170.670 €</b>
5 estrellas	399.259 €	376.774 €	354.754 €	332.868 €	311.481 €	290.894 €	270.772 €
4 estrellas	264.418 €	249.527 €	234.944 €	220.450 €	206.286 €	192.651 €	179.325 €
3 estrellas	163.497 €	154.289 €	145.272 €	136.310 €	127.552 €	119.121 €	110.881 €
<b>Variación RevPAR</b>	<b>17,98%</b>	<b>11,34%</b>	<b>4,83%</b>	<b>100,00%</b>	<b>-7,96%</b>	<b>-14,04%</b>	<b>-19,99%</b>

#### Efecto sobre el ValuePAR según escenarios RevPAR:

Escenario	RevPAR (Canarias)	ValuePAR estimado	Variación
RevPAR +15%	245,30 €	251.656 €	+17,98%
RevPAR +10%	234,63 €	237.483 €	+11,34%
RevPAR +5%	223,97 €	223.605 €	+4,83%
<b>2024 Base</b>	<b>213,30 €</b>	<b>213.302 €</b>	—
RevPAR -5%	202,63 €	196.329 €	-7,96%
RevPAR -10%	191,97 €	183.353 €	-14,04%
RevPAR -15%	181,31 €	170.670 €	-19,99%

La **relación entre RevPAR y ValuePAR no es completamente lineal**, ya que el ValuePAR incorpora un modelo de descuento que pondera ingresos futuros esperados, riesgos y costes de capital. Aun así, se observa una correlación directa: **por cada +1% de crecimiento del RevPAR, el ValuePAR se incrementa entre 1,1% y 1,3%, dependiendo del segmento de categoría hotelera**.



### Desglose por categoría:

- **Hoteles 5 estrellas:** muestran el mayor ValuePAR absoluto en todos los escenarios, con un rango que va de **270.772 € (-15%) a 399.259 € (+15%)**.
- **Hoteles 4 estrellas:** presentan un comportamiento intermedio, entre **179.325 € y 264.418 €**.
- **Hoteles 3 estrellas:** más sensibles proporcionalmente, pero con menor impacto absoluto (de **110.881 € a 163.497 €**).

En términos inversores, esto significa que **una caída del RevPAR del 10% podría reducir el valor teórico de una habitación canaria en más de 30.000 €**, afectando la solvencia de operadores y la rentabilidad de fondos inmobiliarios expuestos al sector hotelero.

Este análisis subraya la importancia de una gestión activa de ingresos (yield management), así como de políticas públicas y privadas que fortalezcan el posicionamiento competitivo del archipiélago y la resiliencia del turismo frente a choques de demanda.

#### 11.2.1 Sensibilidad del RevPAR en el Valor de Planta

Tras analizar el impacto del RevPAR en el ValuePAR unitario por habitación, corresponde evaluar ahora **cómo estas variaciones repercuten en el valor total estimado de la planta hotelera de Canarias** (valor agregado de todos los establecimientos).

El **escenario base 2024** parte de un valor total de **23.875 millones de euros** para la planta hotelera canaria (3, 4 y 5 estrellas). Aplicando variaciones graduales en el RevPAR de  $\pm 5\%$ ,  $\pm 10\%$  y  $\pm 15\%$ , se observa un rango de alteración notable que confirma el alto grado de sensibilidad del modelo de valoración respecto a los ingresos operativos.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD Valor PLANTA: INGRESOS POR HABITACIÓN (RevPAR)							
	RevPAR +15%	RevPAR +10%	RevPAR +5%	Año 2024	RevPAR -5%	RevPAR -10%	RevPAR -15%
3 Categorías	29.638.105.098 €	27.968.961.741 €	26.334.412.029 €	23.875.435.684 €	23.122.145.021 €	21.593.847.218 €	20.100.143.059 €
5 estrellas	7.092.574.551 €	6.693.138.634 €	6.301.981.181 €		5.533.266.611 €	5.167.535.871 €	4.810.083.596 €
4 estrellas	18.731.554.523 €	17.676.640.597 €	16.643.590.173 €		14.613.407.932 €	13.647.509.690 €	12.703.474.948 €
3 estrellas	3.813.976.024 €	3.599.182.510 €	3.388.840.675 €		2.975.470.478 €	2.778.801.657 €	2.586.584.515 €
RevPAR Absoluto	<b>5.762.669.414 €</b>	<b>4.093.526.057 €</b>	<b>2.458.976.345 €</b>	<b>23.875.435.684 €</b>	<b>- 753.290.663 €</b>	<b>- 2.281.588.467 €</b>	<b>- 3.775.292.625 €</b>



## Impacto sobre el Valor de Planta total según variaciones de RevPAR:

Escenario	Valor Planta Hotelera (Canarias)	Variación Absoluta	Variación % aprox.
RevPAR +15%	29.638 M€	+5.763 M€	+24,1%
RevPAR +10%	27.969 M€	+4.094 M€	+17,1%
RevPAR +5%	26.334 M€	+2.459 M€	+10,3%
<b>2024 Base</b>	23.875 M€	—	—
RevPAR -5%	23.122 M€	-753 M€	-3,2%
RevPAR -10%	21.594 M€	-2.282 M€	-9,6%
RevPAR -15%	20.100 M€	-3.775 M€	-15,8%

### Observaciones clave:

- Una **caída del RevPAR del 10%** (por ejemplo, por disminución de la demanda, conflictos geopolíticos o caída del gasto turístico) se traduciría en una pérdida estimada de **más de 2.280 millones de euros en el valor de la planta hotelera** del archipiélago.
- A la inversa, una **mejora del 15% en ingresos por habitación** elevaría el valor total de la planta en casi **5.800 millones de euros**, con un crecimiento porcentual superior al del ValuePAR unitario.
- **Los hoteles de 4 estrellas concentran el mayor impacto absoluto**, dada su alta representatividad en la estructura de la planta canaria (más del 60%).

**Conclusión técnica:** El valor agregado de la planta hotelera está fuertemente correlacionado con el desempeño del RevPAR. Esto refuerza la importancia estratégica de **políticas de promoción turística internacional, diversificación de mercados emisores, y mejora del producto hotelero**, así como del **repositionamiento de zonas y categorías** para sostener o incrementar la rentabilidad sectorial a medio y largo plazo.

## 11.3 Sensibilidad respecto al porcentaje del % GOPPAR

### 11.3.1 Sensibilidad del % GOPPAR en el ValuePAR

La tercera variable crítica que incide directamente en la estimación del **ValuePAR** es el **% GOPPAR** (Gross Operating Profit per Available Room), es decir, la rentabilidad operativa generada por cada habitación disponible. Este parámetro integra los



márgenes de eficiencia operativa y la gestión de costes del hotel, y resulta ser una palanca clave del valor económico generado.

**ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD: BENEFICIOS BRUTOS OPERATIVOS (GOPPAR)**

	%GOPPAR +15%	%GOPPAR +10%	%GOPPAR +5%	%GOPPAR 2024	%GOPPAR -5%	%GOPPAR - 10%	%GOPPAR - 15%
<b>3 Categorías</b>	<b>240.391 €</b>	<b>229.939 €</b>	<b>219.487 €</b>	<b>213.302 €</b>	<b>198.584 €</b>	<b>188.132 €</b>	<b>177.680 €</b>
5 estrellas	382.798 €	366.155 €	349.512 €	325.633 €	316.225 €	299.581 €	282.938 €
4 estrellas	253.517 €	242.494 €	231.472 €	210.538 €	209.427 €	198.405 €	187.382 €
3 estrellas	156.756 €	149.941 €	143.125 €	131.735 €	129.494 €	122.679 €	115.863 €
<b>Variación % GOPPAR</b>	<b>12,70%</b>	<b>7,80%</b>	<b>2,90%</b>	<b>100,00%</b>	<b>-6,90%</b>	<b>-11,80%</b>	<b>-16,70%</b>

El análisis de sensibilidad muestra cómo distintas variaciones en el porcentaje de GOPPAR afectan al valor estimado del activo por habitación:

Escenario	ValuePAR medio (3, 4 y 5*)	Variación Absoluta	Variación Relativa
+15% GOPPAR	240.391€	+27.089€	+12,7%
+10% GOPPAR	229.939€	+16.637€	+7,8%
+5% GOPPAR	219.487€	+6.185€	+2,9%
<b>2024 Base</b>	<b>213.302€</b>	—	—
-5% GOPPAR	198.584€	-14.718€	-6,9%
-10% GOPPAR	188.132€	-25.170€	-11,8%
-15% GOPPAR	177.680€	-35.622€	-16,7%

**Lectura técnica:**

- Una mejora del **+10% en los márgenes operativos** permitiría elevar el valor medio por habitación en más de **16.600 €**, lo que refleja la elasticidad positiva del ValuePAR respecto a una gestión más eficiente o una recuperación de costes.
- En cambio, una **caída del GOPPAR del 15%** —por ejemplo, por aumento de costes energéticos, laborales o fiscales— reduciría el ValuePAR en más de **35.000 € por habitación**, comprometiendo seriamente la sostenibilidad del valor del activo.
- Los hoteles de **5 estrellas muestran la mayor variación absoluta**, debido a su mayor peso en ingresos, plantilla y estructura de costes, mientras que los hoteles de **3 estrellas resultan más sensibles en términos porcentuales** por su menor margen de maniobra operativa.

El GOPPAR se revela como un factor **altamente estratégico y gestionable** para proteger y maximizar el valor del activo hotelero, especialmente en contextos de inflación, competencia de precios o aumentos de costes fijos. Este análisis enfatiza la



**necesidad de gestión profesionalizada, control de costes y automatización operativa** en la cadena de valor del alojamiento turístico.

### 11.3.2 Sensibilidad % GOPPAR en el Valor de Planta

La sensibilidad del **Valor de Planta Hotelera** al **porcentaje de GOPPAR** pone de manifiesto la importancia de la eficiencia operativa como variable determinante del valor económico agregado del destino.

El modelo revela cómo una variación del margen operativo (GOPPAR) impacta directamente sobre el total de valor estimado para los activos hoteleros de Canarias. A partir del valor base 2024 de **23.875 millones de euros**, los efectos de distintos escenarios son los siguientes:

Escenario	Valor Planta Hotelera	Variación Absoluta	Variación Relativa
+15% GOPPAR	28.416 M €	+4.541 M €	+19,0%
+10% GOPPAR	27.181 M €	+3.305 M €	+13,8%
+5% GOPPAR	25.946 M €	+2.070 M €	+8,7%
2024 Base	23.875 M €	—	—
-5% GOPPAR	23.474 M €	-401 M €	-1,7%
-10% GOPPAR	22.239 M €	-1.637 M €	-6,9%
-15% GOPPAR	21.003 M €	-2.872 M €	-12,0%

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD PLANTA: BENEFICIOS BRUTOS OPERATIVOS (GOPPAR)							
	%GOPPAR +15%	%GOPPAR +10%	%GOPPAR +5%	%GOPPAR 2024	%GOPPAR -5%	%GOPPAR -10%	%GOPPAR -15%
<b>3 Categorías</b>	<b>28.416.208.148 €</b>	<b>27.180.720.837 €</b>	<b>25.945.233.526 €</b>	<b>23.875.435.684 €</b>	<b>23.474.258.905 €</b>	<b>22.238.771.594 €</b>	<b>21.003.284.283 €</b>
5 estrellas	6.800.167.355 €	6.504.507.905 €	6.208.848.455 €		5.617.529.554 €	5.321.870.104 €	5.026.210.654 €
4 estrellas	17.959.304.432 €	17.178.465.109 €	16.397.625.786 €		14.835.947.140 €	14.055.107.816 €	13.274.268.493 €
3 estrellas	3.656.736.361 €	3.497.747.823 €	3.338.759.286 €		3.020.782.211 €	2.861.793.674 €	2.702.805.136 €
<b>%GOPPAR absoluto</b>	<b>4.540.772.463 €</b>	<b>3.305.285.153 €</b>	<b>2.069.797.842 €</b>	<b>23.875.435.684 €</b>	<b>401.176.780 €</b>	<b>- 1.636.664.090 €</b>	<b>- 2.872.151.401 €</b>

#### Lectura reflexiva:

- Una **mejora del 10% en el margen GOPPAR** puede generar más de **3.300 millones de euros adicionales** de valor agregado en el sistema hotelero canario, una cifra superior al valor total de la planta hotelera de Fuerteventura y Lanzarote juntos.
- En el otro extremo, una **caída del 15% en los beneficios brutos operativos** derivada de presiones fiscales, salariales o energéticas, supondría una **pérdida superior a 2.870 millones de euros** en valor de planta.



- **El segmento de 4 estrellas es el más afectado en términos absolutos**, al concentrar cerca del 75% del valor hotelero total de Canarias, mientras que **los hoteles de 5 estrellas muestran una mayor elasticidad relativa**, dada su intensidad operativa.

**Conclusión:** Este análisis confirma que el % GOPPAR no solo es un indicador de rentabilidad hotelera, sino también un **multiplicador crítico de valor territorial**. La mejora de este indicador mediante digitalización, eficiencia energética, reducción de costes y estrategias de revenue management debería constituir una **prioridad en cualquier política de inversión, reposicionamiento o gestión pública del modelo turístico**.

## 11.4 Análisis múltiple de sensibilidad

### 11.4.1 Sensibilidad múltiple en el ValuePAR

El análisis múltiple de sensibilidad considera simultáneamente las cuatro variables clave que inciden sobre el **ValuePAR**: la **tasa de interés**, el **coste de capital (WACC)**, los **ingresos por habitación (RevPAR)** y el **margin de beneficios brutos operativos (GOPPAR)**. Este enfoque permite estimar el impacto de **escenarios de mejora o deterioro general del entorno macroeconómico y de gestión operativa**.

ANÁLISIS MULTIPLE DE SENSIBILIDAD: (Tasa interés, WACC, RevPAR y GOPPAR)							
ValuePAR	15% más	10% más	5% más		5% menos	10% menos	15% menos
Variación Tasa Interés	-5,85%	-3,98%	-2,03%		2,12%	4,32%	6,63%
Variación WACC	-13,04%	-9,09%	-4,76%		5,26%	11,11%	17,65%
Variación RevPAR	17,98%	11,34%	4,83%		-7,96%	-14,04%	-19,99%
Variación % GOPPAR	12,70%	7,80%	2,90%		-6,90%	-11,80%	-16,70%
Variación multiple	11,78%	6,07%	0,94%	100,00%	-7,48%	-10,41%	-12,41%
ValuePAR multiple	238.439 €	226.241 €	215.302 €	213.302 €	197.351 €	191.105 €	186.828 €



## Escenarios y resultados

Escenario	Tasa Interés	WACC	RevPAR	% GOPPAR	ValuePAR estimado	Variación
+15% favorable	-5,85%	-13,04%	+17,98%	+12,70%	238.439 €	+11,78%
+10% favorable	-3,98%	-9,09%	+11,34%	+7,80%	226.241 €	+6,07%
+5% favorable	-2,03%	-4,76%	+4,83%	+2,90%	215.302 €	+0,94%
Base 2024	—	—	—	—	213.302 €	—
-5% desfavorable	+2,12%	+5,26%	-7,96%	-6,90%	197.351 €	-7,48%
-10% desfavorable	+4,32%	+11,11%	-14,04%	-11,80%	191.105 €	-10,41%
-15% desfavorable	+6,63%	+17,65%	-19,99%	-16,70%	186.828 €	-12,41%

### Lectura estratégica:

- En el **escenario de mejora del 15%** en todas las variables clave (mejoras operativas y financieras), el ValuePAR podría alcanzar los **238.439 euros**, un **incremento de casi 25.000 euros por habitación** respecto al valor base actual.
- En cambio, un **deterioro conjunto del 15%** llevaría el ValuePAR a **186.828 euros**, una pérdida estimada del **12,4%** que afectaría de forma significativa a las valoraciones inmobiliarias y a la rentabilidad de las inversiones hoteleras.
- La **asimetría del impacto** es clave: las mejoras producen aumentos más moderados que las caídas equivalentes, evidenciando el **efecto multiplicador del riesgo**.

### Conclusión técnica:

Este análisis integrado subraya la **vulnerabilidad del valor hotelero** a cambios simultáneos en los factores financieros y operativos. A su vez, pone en valor la importancia de una **gestión estratégica integral** —desde la financiación y la eficiencia operativa hasta la captación de ingresos— para consolidar y aumentar el valor de los activos turísticos en Canarias.

#### 11.4.2 Sensibilidad múltiple en el Valor de Planta

Este análisis explora el impacto combinado de variaciones en las cuatro variables críticas que afectan al **valor absoluto de la planta hotelera en Canarias**: la **tasa de interés**, el **coste de capital (WACC)**, el **RevPAR** y el **% GOPPAR**. Frente al enfoque unidimensional, esta simulación múltiple representa escenarios **sistémicos de mejora o deterioro** del entorno económico y operativo.

ANÁLISIS MULTIPLE DE SENSIBILIDAD de la PLANTA: (Tasa interés, WACC, RevPAR y GOPPAR)

Valor absoluto	15% más	10% más	5% más		5% menos	10% menos	15% menos
Tasa Interés	22.478.067.529 €	22.925.320.987 €	23.390.734.069 €	23.875.435.684 €	24.380.650.294 €	24.907.708.240 €	25.458.057.444 €
WACC	20.761.248.421 €	21.704.941.531 €	22.738.510.176 €	23.875.435.684 €	25.132.037.563 €	26.528.261.872 €	28.088.747.864 €
RevPAR	28.168.499.368 €	26.582.120.501 €	25.028.619.952 €	23.875.435.684 €	21.975.633.235 €	20.523.116.093 €	19.103.477.270 €
% GOPPAR	26.907.527.192 €	25.737.634.706 €	24.567.742.219 €	23.875.435.684 €	22.227.957.246 €	21.058.064.759 €	19.888.172.273 €
Multiple Planta	- <b>1.397.368.156 €</b> -	<b>950.114.698 €</b> -	<b>484.701.615 €</b> -	<b>23.875.435.684 €</b>	<b>505.214.610 €</b>	<b>1.032.272.556 €</b>	<b>1.582.621.759 €</b>
Absoluto multiple	<b>26.689.035.457 €</b>	<b>25.323.710.671 €</b>	<b>24.099.299.363 €</b>	<b>23.875.435.684 €</b>	<b>22.089.971.284 €</b>	<b>21.390.843.911 €</b>	<b>20.912.147.797 €</b>

## Resultados del análisis

Escenario	Valor estimado planta hotelera	Variación absoluta	Variación porcentual
+15% mejora múltiple	<b>26.689.035.457 €</b>	+2.813.599.773 €	+11,78%
+10% mejora múltiple	<b>25.323.710.671 €</b>	+1.448.274.987 €	+6,07%
+5% mejora múltiple	<b>24.099.299.363 €</b>	+223.863.679 €	+0,94%
Base 2024	<b>23.875.435.684 €</b>	—	—
-5% deterioro múltiple	<b>22.089.971.284 €</b>	-1.785.464.400 €	-7,48%
-10% deterioro múltiple	<b>21.390.843.911 €</b>	-2.484.591.773 €	-10,41%
-15% deterioro múltiple	<b>20.912.147.797 €</b>	-2.963.287.887 €	-12,41%

Nota: Estos resultados reflejan el efecto acumulativo de variaciones simultáneas en las 4 variables claves.

## Interpretación estratégica

- **Una mejora sistemática del entorno** (descenso de tipos, aumento del RevPAR y del % GOPPAR, y bajada del WACC) llevaría el valor agregado de la planta hotelera a más de **26.600 millones de euros**, superando en **casi 2.800 millones de euros** el valor base de 2024.
- Por el contrario, en un **escenario adverso** donde suban los tipos de interés y aumente el coste de capital mientras se reducen ingresos y márgenes operativos, el valor caería hasta **20.900 millones de euros**, una pérdida de más de **2.900 millones**.
- Esta **asimetría en el riesgo** confirma el carácter altamente sensible del sistema turístico a shocks económicos y financieros combinados.



## Resumen

El análisis múltiple de sensibilidad del **valor de planta** refuerza la importancia de una **gestión macro y microeconómica sincronizada**, tanto en la esfera pública (regulación, fiscalidad, incentivos) como en la privada (gestión operativa, tarifas, eficiencia). En contextos de incertidumbre, la resiliencia del valor depende cada vez más de la **capacidad de anticiparse a múltiples factores de riesgo simultáneos**.

## 11.5 Conclusión integrada del análisis de sensibilidad

El análisis de sensibilidad realizado en torno al **ValuePAR** y al **Valor de Planta Hotelera** de Canarias 2024 revela una realidad contundente: **los valores del sector hotelero son altamente sensibles a variaciones en los factores de coste y rendimiento, siendo el WACC y el RevPAR los elementos más determinantes en la ecuación de valor.**

- **La tasa de interés influye, pero no gobierna.** Aunque una subida del 15% en la tasa de interés reduce el ValuePAR en torno a un -5,85%, y el Valor de Planta en unos -1.494 millones de euros, su efecto es menor en comparación con otros vectores más ligados al rendimiento operativo.
- **El WACC es el gran modulador de valor.** Un incremento del 15% en el coste de capital puede llegar a recortar un -13% del ValuePAR y un **impacto absoluto de más de 3.200 millones de euros** en el Valor de Planta.

“Cada punto que sube el WACC, baja el valor como un ascensor sin freno.”

**El RevPAR es el corazón del negocio.** Aumentos o caídas en los ingresos por habitación (+/-15%) pueden modificar el ValuePAR entre **+18% y -20%**, y alterar el valor total de la planta hotelera en más de **9.500 millones de euros** entre escenarios extremos.

“El RevPAR no solo mide ingresos, mide resiliencia y rentabilidad.”

**El GOPPAR es el termómetro de eficiencia.** Mejores márgenes operativos (% GOPPAR) generan efectos similares al RevPAR, evidenciando que la rentabilidad operativa es tan crítica como el ingreso bruto.

“No es cuánto ingresas, es cuánto te queda.”

### 11.5.1 Análisis Múltiple: cuando todo se mueve a la vez

El escenario de sensibilidad múltiple –combinando variaciones en interés, WACC, RevPAR y GOPPAR– muestra una  **posible oscilación del ValuePAR entre 186.828 € y 238.439 € por habitación** (frente a los 213.302 € actuales). Esto supone **una brecha de hasta 51.611 € por habitación**, que **trasladado al total de plazas puede implicar diferencias de miles de millones de euros** en valor agregado.

“En un mercado volátil, entender la sensibilidad no es un lujo: es una brújula.”



# Análisis de Sensibilidad: Robustez del Valor Hotelero en Canarias 2024

Evaluación de la resiliencia del ValuePAR ante fluctuaciones macroeconómicas y operativas. Valor sensible, pero no frágil.

## EL ESCENARIO BASE 2024



Valor de la Planta Hotelera:  
**23.468 M€**

Valor total estimado para la planta vacacional de 3, 4 y 5 estrellas en Canarias al cierre de 2024.

### Parámetros Financieros Base

WACC: 6,47%  
Tasa de Interés: 2,68%

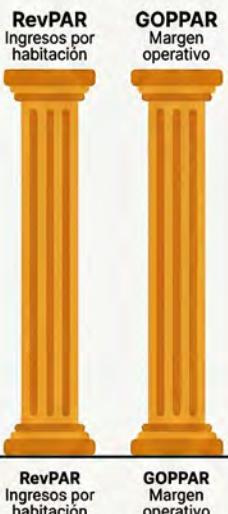
ValuePAR Medio:  
**209.661 €**

El “Valor por Habitación Disponible” es la matrícula técnica que estandariza la comparación del valor intrínseco de los activos.



## CAUSAS Y IMPACTO: ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

### PILARES OPERATIVOS (CAUSAS)



RevPAR  
Ingresos por habitación  
  
Son los motores más sensibles; el RevPAR mide la capacidad de generar ingresos y el GOPPAR la eficiencia en convertirlos en beneficio.

### RESUMEN DE IMPACTO: VALUEPAR MEDIO (€/HABITACIÓN)

Escenario de Variación	% GOPPAR	RevPAR	WACC	Tasa Interés
+15% (Escenario Favorable)	230.155 €	251.134 €	247.692 €	227.441 €
-15% (Escenario Adverso)	174.580 €	175.470 €	183.077 €	200.818 €

**Sensibilidad al RevPAR: El Corazón del Valor**  
-10% RevPAR Resta 2.280 M€ al valor total.  
+15% RevPAR: Inyecta casi 5.800 M€ de valor al sistema.

**WACC Coste de capital**  
 **Tasa de Interés**  
Actúan como tasas de descuento que transforman los flujos futuros en valor presente de mercado.

**IMPACTO: SENSIBILIDAD AL VALOR TOTAL**

**Elasticidad del WACC: El Efecto “Ascensor”**  
+15% WACC: Recorta el valor total en más de 3.200 M€. Cada punto que sube el coste de capital actúa como un lastre.

**Tasa de Interés**  
**Impacto de la Tasa de Interés**  
+15% Tasa de Interés: Reduce el ValuePAR en un moderado -5,85%. Es la variable de menor impacto relativo.

## CONCLUSIÓN DE ROBUSTEZ



### MADUREZ ANTE LA VOLATILIDAD

La combinación de variables en un escenario de deterioro del 15% mantiene el ValuePAR por encima de los 186.000 €. demostrando la solidez del activo.

**“El margen de incertidumbre es margen de oportunidad”**

La elasticidad de la planta permite que el valor total oscile razonablemente, reforzando la credibilidad técnica del estudio ante inversores.

# 12REFERENCIAS

## 12.1 Bibliografía

A continuación se presenta el listado de referencias bibliográficas de los documentos consultados, estructurado siguiendo las normas **APA 7.ª edición** y organizado en orden alfabético por autor o entidad responsable.

### **Ashotel (Asociación Hotelera y Extrahotelera de Tenerife, La Palma, La Gomera y El Hierro)**

- Ashotel. (2024). *Balance de situación acumulado agosto y verano 2024* [Informe estadístico]. Observatorio de Ashotel.
- Ashotel. (2024). *Memoria de Actividades 2024* [Memoria corporativa].
- Ashotel. (2024). *Situación alojativa Tenerife mayo 2024* [Informe estadístico]. Observatorio de Ashotel.

### **Christie & Co**

- Christie & Co. (2018). *Mercado Hotelero en España: Islas Canarias* [Informe].
- Christie & Co. (2018). *Spanish Hotel Market: The Canary Islands* [Report].

### **Claro Izaguirre, O., & van den Hurk, A. M.**

- Claro Izaguirre, O., & van den Hurk, A. M. (2018). *Valoración de la planta hotelera vacacional de la Isla de Mallorca 2017 (2018)* [Informe]. Tasalia S.A.
- Claro Izaguirre, O., & van den Hurk, A. M. (2019). *Valoración de la planta hotelera vacacional de las Islas Canarias 2018 (2019)* [Informe]. Tasalia S.A.
- Claro Izaguirre, O., & van den Hurk, A. M. (2023). *Valoración de la planta hotelera vacacional de la Isla de Mallorca 2022* [Informe]. Tasalia S.A.
- Claro Izaguirre, O., & van den Hurk, A. M. (2025). *Valoración de la planta hotelera vacacional de la Isla de Mallorca en 2024 y pronóstico 2025* [Informe]. Tasalia S.A. (Grupo Alia).

### **Colliers**

- Colliers. (2025). Inversión Hotelera en España. Q3 2025 Snapshot [Snapshot de mercado].
- Gutiérrez, G., Muñiz, C., & González, H. (2024). *Informe Destino Islas Canarias & Baleares 2025* [Informe]. Colliers.

### **Confederación Canaria de Empresarios (CCE)**

- Confederación Canaria de Empresarios. (2024). *Informe Anual de la Economía Canaria 2024* [Informe anual].

## **EXCELTUR (Alianza para la Excelencia Turística)**

- EXCELTUR. (2023). *MoniTUR 2023. Presentación de resultados* [Presentación técnica].
- EXCELTUR. (2024). Barómetro de la Rentabilidad y el Empleo de los Destinos Turísticos Españoles. Enero-abril 2024 [Informe/Barómetro].
- EXCELTUR. (2024). Barómetro de la Rentabilidad y el Empleo de los Destinos Turísticos Españoles. Balance Verano 2024 [Informe/Barómetro].
- EXCELTUR. (2024). Barómetro de la Rentabilidad de los Destinos Turísticos Españoles. Balance 2024 (Nº 42) [Informe/Barómetro].
- EXCELTUR. (2024). *MONITUR 2023. Monitor de Competitividad Turística Relativa de las Comunidades Autónomas Españolas* [Informe/Monitor].
- EXCELTUR. (2025). *Perspectivas Turísticas Nº 94. Valoración turística empresarial del III T de 2025 y perspectivas para el IV T y el cierre de 2025* [Informe de perspectivas].
- EXCELTUR. (2025). *SolyTUR 2024. Monitor de Competitividad turística responsable de los destinos del sol y playa españoles* [Informe/Monitor].

### **Hernández-Martín, R. (Dir.)**

- Hernández-Martín, R. (Dir.), Antonova, N., Celis Sosa, D., Fernández Hernández, C., González Hernández, M., Herrera Priano, F., León González, C., Mendoza Jiménez, J., Padrón Fumero, N., Rodríguez-Rodríguez, P., Rosales Álamo, M., Santana Santana, A., Santana Talavera, A., Santana Turégano, M. A., Simancas Cruz, M., Suárez Rojas, C., Toledo Bordón, P. S., & Viera González, J. M. (2021). *Tourism Observatory of the Canary Islands. Preliminary Report* [Informe preliminar]. Cátedra de Turismo CajaCanarias-Ashotel de la Universidad de La Laguna.

### **Hernández-Martín, R., & León-González, C. (Coords.)**

- Hernández-Martín, R., & León-González, C. (Coords.). (2024). *Sostenibilidad del Turismo en Canarias. Informe 2024* [Informe]. Observatorio Turístico de Canarias, Gobierno de Canarias.

### **Hernando, L., Boncompte, J., & Gutiérrez, G.**

- Hernando, L., Boncompte, J., & Gutiérrez, G. (2025). *Inversión Hotelera 2024* [Informe]. Colliers.

### **Martin, A., & Cousin, N.**

- Martin, A., & Cousin, N. (2024). *Informe de Inversión Hotelera España 2024* [Informe]. Christie & Co.

### **Metros2**

- Metros2. (2018). Metros2. Número 600, septiembre, *Tasalia valora la planta hotelera de Mallorca* [Publicación periódica].



- Metros2. (2019). Metros2. Edición junio 2019, *La valoración hotelera de Tasalia vuela entre las Islas de España* [Publicación periódica].
- Metros2. (2023). Edición Junio *Las habitaciones hoteleras de Mallorca valen 15.000 millones* [Publirreportaje/Artículo de prensa].

#### **Palop-Casado, J. (Dir.)**

- Palop-Casado, J. (Dir.), Suárez Darias, H., Moreno Negrín, S., & Naranjo Trejo, J. (2019). *Capacidad de Carga Turística en Canarias. Estudios Previos* [Informe técnico]. Lab for Planning and Architecture (LPA) para la Viceconsejería de Turismo del Gobierno de Canarias.

#### **Promotur Turismo de Canarias**

- Promotur Turismo de Canarias. (2024). Ocupación, ADR, RevPAR e ingresos. Enero 2024 [Informe estadístico].

#### **Publicaciones Alimarket, S.A.**

- Publicaciones Alimarket, S.A. (2025). *Informe 2025 de la Hotelería Vacacional en Canarias* [Informe/Reportaje sectorial].

#### **Viera González, J. M., Hernández Martín, R., & Toledo Bordón, P. S.**

- Viera González, J. M., Hernández Martín, R., & Toledo Bordón, P. S. (2024). *Distribución del alojamiento turístico en Canarias* [Informe]. Observatorio Turístico de Canarias, Gobierno de Canarias.

## 12.2 Obras Citadas

1. Memoria de Actividad 2024 - Ashotel, fecha de acceso: diciembre 19, 2025, [https://ashotel.es/wp-content/uploads/2025/03/Memoria\\_Actividades\\_Ashotel\\_2024-1.pdf](https://ashotel.es/wp-content/uploads/2025/03/Memoria_Actividades_Ashotel_2024-1.pdf)
2. Inicio ISTAC - Gobierno de Canarias, fecha de acceso: diciembre 19, 2025, <https://www.gobiernodecanarias.org/istac>
3. Etiqueta: desarrollo sostenible - Blog de Antonio Morales, fecha de acceso: diciembre 19, 2025, <https://antoniomoralesqc.com/tag/desarrollo-sostenible/>
4. OFERTA ALOJATIVA TOTAL - CANARIAS - Turismo de Canarias, fecha de acceso: diciembre 19, 2025, [https://investigacion.turismodeislascanarias.com/sites/default/files/2025-03/Promotur\\_oferta%20alojativa%20total%20a%2030%20de%20mayo%202024.pdf](https://investigacion.turismodeislascanarias.com/sites/default/files/2025-03/Promotur_oferta%20alojativa%20total%20a%2030%20de%20mayo%202024.pdf)
5. Las ventas del sector hotelero en Canarias crecen un 8,8% en el tercer trimestre de 2024, fecha de acceso: diciembre 19, 2025, [https://www.atlanticothoy.com/economia/ventas-sector-hotelero-en-canarias-crecen-88-en-tercer-trimestre-2024\\_1537432\\_102.html](https://www.atlanticothoy.com/economia/ventas-sector-hotelero-en-canarias-crecen-88-en-tercer-trimestre-2024_1537432_102.html)
6. SITUACIÓN TURÍSTICA DE TENERIFE, fecha de acceso: diciembre 19, 2025, <https://www.webtenerife.com/-/media/files/investigacion/situacion-turistica/informes-de-situacion-turistica-de-tenerife/relateddocuments/2024/situacion-alojativa-tenerife-mayo-2024-istac.pdf>
7. El sur de Tenerife incrementa su planta alojativa con un nuevo hotel de lujo - Ashotel, fecha de acceso: diciembre 19, 2025, <https://ashotel.es/noticia/el-sur-de-tenerife-incrementa-su-planta-alojativa-con-un-nuevo-hotel-de-lujo/>
8. SITUACIÓN TURÍSTICA DE TENERIFE, fecha de acceso: diciembre 19, 2025, <https://www.webtenerife.com/-/media/files/investigacion/situacion-turistica/informes-de-situacion-turistica-de-tenerife/relateddocuments/2024/situacion-alojativa-tenerife-abril-2024-istacfrontur.pdf>
9. Situación turística de Tenerife, fecha de acceso: diciembre 19, 2025, <https://www.webtenerife.com/-/media/files/investigacion/situacion-turistica/informes-de-situacion-turistica-de-tenerife/relateddocuments/2024/balance-situacion-acum-agosto-y--verano-2024.pdf>
10. CONGRESO INTERNACIONAL PERSPECTIVAS Y RETOS DE LOS DESTINOS INSULARES - 15-16 DE DICIEMBRE DE 2016 Coordinadores - accedaCRIS, fecha de acceso: diciembre 19, 2025, <https://accedacris.ulpgc.es/bitstream/10553/118833/1/IV%20FITMCC.pdf>



11. Coyuntura Turística Hotelera (EOH/IPH/IRSH) - INE, fecha de acceso: diciembre 19, 2025, <https://www.ine.es/dyngs/Prensa/CTH1224.pdf>
12. Circular nº071/2024: Solicitud datos de Ocupación JUNIO y Previsiones JULIO, AGOSTO y SEPTIEMBRE 2024. - Asolan, fecha de acceso: diciembre 19, 2025, <https://www.asolan.com/2024/06/27/circular-no0712024-solicitud-datos-de-ocupacion-junio-y-precisiones-julio-agosto-y-septiembre-2024/>
13. Circular 008/2025: Ocupación Diciembre y Navidad, Previsiones próximos meses - Asolan, fecha de acceso: diciembre 19, 2025, <https://www.asolan.com/2025/01/20/circular-0082025-ocupacion-diciembre-y-navidad-precisiones-proximos-meses-asolan/>
14. Vivienda Vacacional - La Voz de Lanzarote, fecha de acceso: diciembre 19, 2025, <https://www.lavozdelanzarote.com/tag/vivienda-vacacional>
15. El Consejo del Patronato de Turismo recibe con satisfacción los datos positivos del año 2023 y las buenas previsiones para el 2024 - Cabildo de Fuerteventura, fecha de acceso: diciembre 19, 2025, <https://www.cabildofuer.es/cabildo/el-consejo-del-patronato-de-turismo-recibe-con-satisfaccion-los-datos-positivos-del-ano-2023-y-las-buenas-precisiones-para-el-2024/>
16. Fuerteventura superará el 82% de ocupación en hoteles y apartamentos durante la Semana Santa | Cabildo, fecha de acceso: diciembre 19, 2025, <https://www.cabildofuer.es/cabildo/fuerteventura-superara-el-82-de-ocupacion-en-hoteles-y-apartamentos-durante-la-semana-santa/>
17. Las viviendas vacacionales aportan mayor riqueza a la sociedad canaria que los hoteles - Turismo con Datos - #TurismoConDatos, fecha de acceso: diciembre 19, 2025, <https://turismocondatos.com/mitos-realidades-matices/las-viviendas-vacacionales-aportan-mayor-riqueza-a-la-sociedad-canaria-que-los-hoteles/>

## 13 ANEXO 1: METODOLOGÍA DE LA VALORACIÓN

### 13.1 Metodología de Valoración

#### 13.1.1 El valor y el precio de los hoteles

Tres son las aproximaciones de valoración más utilizadas en el mercado inmobiliario hotelero:

- Coste de reemplazo: que responde a la pregunta ¿qué me valdría hacerlo de nuevo?
- Comparativa de ventas: que responde a la pregunta ¿con qué hotel recientemente vendido puedo comparar éste para conocer su valor?
- Capitalización de ingresos: que responde a la pregunta ¿qué beneficios futuros tendrá con este inmueble gracias a su explotación que me permitan rentabilizar la inversión?

Todas las técnicas deben ser utilizadas para una valoración en profundidad, pero la última es la que determina un valor más fiable a la inversión financiero inmobiliario.

En este caso el valor de los hoteles depende del valor inmobiliario y del valor de explotación del negocio hotelero. Es muy difícil en ocasiones separar los dos, pero el valor residual surge de aplicar la tasa de capitalización al final de la “vida útil” de la hipoteca o de la valoración. Normalmente las valoraciones de negocio se suelen realizar a 10 años, este valor residual se descuenta al coste ponderado de capital elegido (WACC) para sumarse al valor de negocio aplicado. Pero el método de actualización de rentas puede aplicarse desde los 5 a los 30 años.

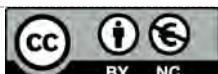
En el presente estudio se define el Valor de un Hotel como:

*“el más alto precio que un comprador conocedor y prudente no está obligado a superar y quiera, de buena fe, pagar en un mercado abierto y sin restricciones a un vendedor que no está obligado a vender”*

#### 13.1.2 La Banda de Inversión utilizando un Año Estabilizado

La técnica de valoración utilizada en este informe es la “Banda de Inversión utilizando un Año Estabilizado (técnica no 5 del Dr. Jan de Roos y Stephen Rushmore; aplicado por HVS International en la Valoración del Índice Hotelero de Ciudad)<sup>5</sup>. Es una de las técnicas recogidas en el enfoque de capitalización de ingresos. Como el mercado de las Islas puede considerarse como maduro,

<sup>5</sup> <http://www.hvs.com/Library/Articles/>



actualmente puede entenderse el 2024 como un año estabilizado para el conjunto de la planta hotelera.

El enfoque de capitalización de ingresos convierte los beneficios futuros previstos de la propiedad (ingreso en euros) en una estimación del valor presente. En la valoración hotelera, este enfoque generalmente implica un procedimiento de descuento.

El enfoque de capitalización de los ingresos suele ser la técnica preferida para evaluar las propiedades generadoras de ingresos porque simula de cerca el fundamento de la inversión y las estrategias de los compradores conocedores. El enfoque se relaciona con la mayoría de las propiedades hoteleras, que implican riesgos relativamente altos y se compran solo con fines de inversión. La mayoría de los datos utilizados en el enfoque de capitalización de ingresos se derivan del mercado, lo que reduce la necesidad de juicios subjetivos sin fundamento.

El enfoque de capitalización de ingresos se aplica en tres pasos.

1. La previsión de ingresos netos por un número específico de años
2. Selección de un factor de descuento apropiado o una tasa de capitalización
3. Aplicación del procedimiento adecuado de descuento y / o capitalización.

Al aplicar el procedimiento apropiado de capitalización o descuento, se pueden usar varias formas para combinar datos de hipotecas y capital en un factor de descuento o tasa de capitalización que transformará una estimación de ingreso neto proyectada en una indicación de valor. La selección de los factores de descuento y las tasas de capitalización depende de muchos factores, incluida la duración del período de proyección de ingresos, la edad de la propiedad y su etapa en su ciclo de vida, la naturaleza del financiamiento hipotecario y la sofisticación de los inversores de capital. Para el presente informe Tasalia ha elegido el método de Banda de Inversión utilizando un Año Estabilizado, el año 2024. Este método es el más adecuado a la hora de realizar valoraciones masivas para este destino hotelero.

En lugar de proyectar los ingresos netos durante un período prolongado de tiempo, se selecciona la estimación de un año estabilizado de la utilidad neta puede ser capitalizado a una tasa apropiada. Esta aproximación es útil en mercados maduros, como el canario, donde los hoteles ya poseen una "velocidad de crucero" en su gestión. La estimación de los ingresos netos estabilizados pretende utilizar un año representativo de la propiedad en cuestión en términos de ocupación, tarifa promedio, y los ingresos netos.

La banda de la inversión también es conocida como la relación con el "coste medio ponderado del capital", o WACC, se basa en la premisa de que la mayoría de los inversores hoteleros compran sus propiedades mediante una combinación de deuda y capital propio. Ambas fuentes de capital están buscando un tipo específico de retorno sobre el capital invertido. La tasa apropiada para el componente de la deuda que se llama la constante de hipoteca, que combina la rentabilidad del capital (tasa de interés) con el retorno del capital (factor de tasa interna de retorno) en una única tasa. La tasa de rendimiento adecuado para el componente de capital es la tasa de

dividendos de capital. Por tanto, la tasa de capitalización global adecuado es el costo promedio ponderado del capital de estas dos fuentes.

### 13.1.3 El ValuePAR

Con el fin de aplicar la técnica anterior a la valoración masiva en 2002 la Tasadora Tasabalear, posteriormente Tasalia, actualmente dentro del grupo Alia, desarrolló el concepto de ValuePAR (Valor por habitación disponible) para la hostelería vacacional de una forma parecida a como HVS International realizó su valoración por habitación de los hoteles de ciudad en los Estados Unidos y posteriormente a nivel internacional.

La industria hotelera se caracteriza por tener un alto componente cíclico, los beneficios y la valoración de los hoteles suben y bajan relativamente rápido en función de la evolución de los niveles de ocupación y de las tarifas. Por lo que los informes de los institutos de estadística (INE, ISTAC<sup>6</sup>) recogidos también por Exceltur<sup>7</sup> y por la Confederación Canaria de Empresarios<sup>8</sup> son fuentes útiles a la hora de abordar una valoración masiva de este tipo. En ellos aparecen los KPI (los indicadores clave de desempeño) **RevPAR** (Ingresos por Habitación disponible) y **ADR** (Tarifa Diaria Promedio). Posteriormente se analiza **GOPPAR** (Beneficio Operativo Bruto por Habitación Disponible (**GOPPAR I**, el clásico y **GOPPAR II**, después del pago de los “*management fees*” y el usado en este informe).

De este modo, y como hemos realizado en anteriores informes para Canarias en 2028 y para Baleares para los años 2010, 2014, 2015, 2017 y 2022; el **ValuePAR** (*Value Per Available Room* o valor por Habitación Disponible) **será el KPI clave de la valoración masiva hotelera**.

En términos generales, salvo que se produzcan cambios repentinos en la economía de un país (como pasó con la pandemia de la Covid-10), los cambios de tendencia en los niveles de ocupación vienen determinados por el crecimiento en la oferta de plazas hoteleras y se la variación de su categoría que, a su vez, viene determinada principalmente por la disponibilidad de financiación para el desarrollo de nuevos proyectos. La explotación de un hotel se ve condicionada por unos costes fijos muy elevados y la ocupación en hoteles de playa revierte importantemente en el GOP.

En otro lado de la ecuación, la valoración depende del coste promedio de capital (WACC) así los tipos de interés y el bono alemán a 30 años como base de riesgo influye sobre los índices de valoración hotelera, el ValuePAR.

<sup>6</sup> <https://www.gobiernodecanarias.org/istac/>

<sup>7</sup> <https://www.exceltur.org/>

<sup>8</sup> <https://ccelpa.org/>



## 13.2 Fórmula de valoración hotelera

El ValuePAR = EBITDA o GOP por Habitación Disponible / WACC

EBITDA por Habitación disponible = GOPPAR II

**GOPPAR II = (RevPAR x % GOP I\* días abiertos y disponibles  
durante el año)**

El RevPAR = ADR x tasa de ocupación

Los principales datos de RevPAR, ADR y tasa de ocupación de los polos son publicados por Exceltur y por IBESTAT.

No es posible determinar el EBITDA masivo por lo que se tiene en cuenta el GOPPAR II, que es el GOP después del pago de los honorarios de gestión (“*management fees*”) promedio del sector, destino y categoría, el promedio ponderado se encuentra alrededor del 2% de las ventas y el 10% del GOP I).

### 13.2.1 El RevPAR, ADR, Ocupación, los datos de ISTAC

Para el presente informe se han tenido en cuenta la información mensual del INE, del ISTAC sobre la planta hotelera de 2024 y sobre el RevPAR y ADR de 2024, recogidos también por los informes de EXCELTUR y la Confederación Canaria de Empresarios para 2024.

Los principales Indicadores de Rentabilidad del Sector Hotelero son el ADR, *Average Daily Rate* o Tarifa Media Diaria, y el RevPAR, *Revenue per Available Room* o Ingresos por Habitación Disponible se presentan por municipio, por isla y por provincia, así como, en cuanto los datos lo permiten, por categoría alojativa.

### 13.2.2 El GOPPAR y la trayectoria de Tasalia

**En 2002 la primera cita de GOPPAR en castellano de la historia se realizó en el estudio de Tasalia de la planta hotelera vacacional.** En ella se estableció una tabla para los hoteles de 5, 4, 3 estrellas para la tipología de hotel ciudad y hotel vacacional y presentada en el ***Primer Congres d'Economia de les Illes Balears***.

En 2010 Tasalia realizó dos análisis e informes con la misma metodología, uno para la Playa de Palma y otro para la isla de Formentera. Con posterioridad, en 2014, se realizaron estudios para Mallorca en Llevant, Nord y Ponent, todos en 2015 sobre la planta hotelera del 2014 y de la planta hotelera de Ibiza en 2015. En 2018 se realizó un estudio completo de toda la isla de Mallorca del mercado de 2017. En 2023 se realizó el último sobre la planta hotelera de 2022. En 2019 se publicó para Canarias referido al año 2018.

Para determinar el porcentaje del GOP, se ha trabajado sobre la base de los estudios de las consultoras *Mazars Turismo*, de *Ernst & Young*, *Deloitte*, *Christie &*



Co, CBRE, Colliers, Alimarket y otros desde 2012 a 2025. Asimismo, se ha consultado a profesionales expertos del sector en las localidades de mayor relevancia.

## 13.3 El Coste Ponderado de Capital (WACC)

El Coste Medio Ponderado de Capital (WACC, por sus siglas en inglés: *Weighted Average Cost of Capital*) representa el coste medio de las fuentes de financiación a largo plazo de una empresa (deuda y fondos propios), ponderado por su peso relativo en la estructura de capital. Es una métrica fundamental utilizada como tasa de descuento en la valoración de flujos de caja futuros para análisis de inversiones y valoración de empresas.

Se detalla a continuación la metodología y los parámetros utilizados para estimar el WACC promedio aplicable al sector hotelero en Canarias durante el año 2024, considerando una estructura de capital del 40% Fondos Propios y 60% Deuda<sup>9</sup>.

### 13.3.1 Metodología

El WACC se calcula mediante la siguiente fórmula:

$$\text{WACC} = (E/V \times R_e) + (D/V \times R_d \times (1-T_c))$$

Donde:

- E/V: Proporción de Fondos Propios sobre el valor total (40%).
- R<sub>e</sub>: Coste de los Fondos Propios (Equity).
- D/V: Proporción de Deuda sobre el valor total (60%).
- R<sub>d</sub>: Coste de la Deuda antes de impuestos.
- T<sub>c</sub>: Tasa Impositiva corporativa.

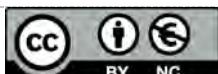
La estimación se basa en promedios anuales de los componentes macroeconómicos y de mercado relevantes observados o estimados para el año 2024.

### 13.3.2 Estimación de Componentes para 2024

Se han utilizado las siguientes estimaciones promedio para el año 2024:

- **Tasa Libre de Riesgo (R<sub>f</sub>)**: Estimada en **3,2%**. Basada en el rendimiento promedio observado del bono español a 10 años durante 2024, reflejando el entorno de tipos de interés de dicho periodo.
- **Prima de Riesgo de Mercado (MRP)**: Estimada en **5,7%**. Considerada una aproximación adecuada de la compensación adicional exigida por los

<sup>9</sup> El estandar utilizado por HVS Internacional



inversores por invertir en el mercado de acciones español/europeo sobre la tasa libre de riesgo durante 2024.

- **Beta ( $\beta$ ) del Sector:** Estimada en **1,1**. Representa la volatilidad sistemática promedio estimada para el sector hotelero mallorquín en relación con el mercado general.
- **Coste de Fondos Propios (Re):** Calculado mediante el modelo CAPM (Capital Asset Pricing Model):

$$Re = R_f + \beta \times MRP = 3,2\% + 1,1 \times 5,7\% = 3,2\% + 6,27\% = 9,47\%$$

- **Tasa Impositiva (Tc): 25%**, correspondiente al tipo general del Impuesto de Sociedades en España. El factor de escudo fiscal es  $(1-T_c)=0,75$ .
- **Spread de Crédito:** Estimado en **2,7578%**. Representa el diferencial de crédito promedio estimado sobre la tasa libre de riesgo para la deuda del sector hotelero canario en 2024, considerando las condiciones del mercado crediticio y el riesgo sectorial percibido.
- **Coste de la Deuda (Rd) antes de Impuestos:** Calculado como la suma de la tasa libre de riesgo y el spread de crédito estimado:

$$Rd = R_f + \text{Spread de Crédito} = 3,2\% + 2,7578\% = 5,9578\%$$

### 13.3.3 Cálculo del WACC para 2024

Aplicando los componentes estimados a la fórmula del WACC con la estructura 40% Fondos propios / 60% Deuda:

- $WACC = (0,4 \times Re) + (0,6 \times Rd \times (1-Tc))$
- $WACC = (0,4 \times 9,47\%) + (0,6 \times 5,9578\% \times 0,75)$
- $WACC = 3,788\% + (0,6 \times 4,46835\%)$
- $WACC = 3,788\% + 2,681\%$
- **WACC = 6,4690%**

# Metodología de Valoración Hotelera

## Valoración Hotelera

“El valor no se estima: se construye con método”

### 1. Delimitación del objeto y alcance

Definición del inventario físico (hoteles y plazas) y selección de la muestra reglada (3, 4 y 5 estrellas) excluyendo oferta extra-hotelera y hoteles urbanos/urrales.

### 2. Análisis de mercado y contexto económico

Evaluación de la coyuntura macroeconómica, dinámica de precios, ocupación y desempeño por lela tras la consolidación post-pandemia.

### 3. Análisis de la estructura de la planta alojativa

Desglose cuantitativo de establecimientos, habitaciones y plazas por provincia y municipio, identificando la densidad de categorías superiores.

### 4. Aplicación de indicadores de valor (KPIs)

Cálculo del RevPAR (ADR x Ocupación) y estimación del GOPPAR II (beneficio operativo neto tras honorarios de gestión).

### 5. Estimación del valor y contrastes

Aplicación de la tasa de capitalización (WACC) para obtener el ValuePAR y el Valor Total de la Planta, realizando comparativas con mercados de referencia como Mallorca.

### 6. Análisis de sensibilidad

Simulación de escenarios (5%, 10%, 15%) variando tipos de interés, WACC, RevPAR y márgenes operativos para medir la elasticidad del valor.

### Los Pilares del Cálculo: La Fórmula ValuePAR

**Concepto ValuePAR (Value Per Available Room):** Métrica que representa el valor de mercado actual de un activo por cada una de sus habitaciones, neutralizando el efecto del tamaño del hotel.

**El Año Estabilizado (2024):** Se utiliza 2024 como año de “velocidad de crucero” representativo en ocupación, tarifas e ingresos para realizar una valoración masiva fiable.

$$\text{ValuePAR} = \frac{\text{GOPPAR II (Beneficio Operativo Bruto por Habitación)}}{\text{WACC (Coste Ponderado de Capital)}}$$

### Estructura Financiera: El WACC 2024

**WACC Resultante: 6,4690%**

Tasa de descuento calculada para 2024 basada en un entorno de tipos de interés real y riesgo sectorial percibido.

**Estructura de Capital Ponderada:** 40% Fondos Propios (Equity) y 60% Deuda (Debt).

**Componentes del Coste:** Tasa libre de riesgo (3,2%), Prima de Riesgo (5,7%) y Beta del sector (1,1), resultando en un Coste de Fondos Propios (Re) del 9,47%.

### Supuestos Clave y Fuentes de Información

**Fuentes Oficiales y Técnicas:** Datos primarios del ISTAC (Instituto Canario de Estadística), INE, Excultur (Barómetro de Rentabilidad) y Promotur Turismo de Canarias.

**Criterios de Prudencia:** El análisis se centra en la oferta hotelera reglada de 3 a 5 estrellas, aplicando un descuento por honorarios de gestión (management fees) del 2% sobre ventas.

#### Data Table: Escenarios de Sensibilidad (Impacto en el Valor)

Mostrar al experto cómo el valor total de la planta hotelera (Base: 23.467 M€) es extremadamente elástico a variables externas e internas.

Variable	Escenario -15%	Escenario +15%
Tasa de Interés	+6,63% de valor	-5,85% de valor
Coste Capital (WACC)	+17,65% de valor	-13,04% de valor
RevPAR	-20,00% de valor	+18,00% de valor
Margen % GOPPAR	-15,00% de valor	+10,00% de valor





GRUPO



**«EN LAS ISLAS AFORTUNADAS,  
EL PRECIO ES UN BILLETE;  
EL VALOR, UN RECUERDO  
ETERNO.»**