Expansión

PUBLICACIÓN: Expansión
PAÍS: ESP
TIPO: Print
AVE: €6618.15
AUDIENCIA: 113000

AUTOR: Juan Castaño
PÁGINA: 48
SUPERFICIE: 33.00 %

> 4 de noviembre de 2026 a las 0:00



España ante un nuevo ciclo de inversión hotelera: del récord de visitantes a la transformación de los activos



Juan Castaño

Pocos sectores de la economía española han protagonizado una transformación tan intensa como el hotelero. Tras años de fuerte crecimiento de la demanda y recuperación del turismo después de la pandemia, el mercado entra en una etapa diferente: el crecimiento importa, pero cada vez pesa más la capacidad de generar valor a partir de los activos, mejorar su posicionamiento y responder a las nuevas demandas del viajero, junto a la sostenibilidad económica, social y medioambiental.

Las cifras de inversión reflejan este cambio. Los hoteles se han consolidado como un activo atractivo para el capital institucional, en un mercado donde fondos internacionales, operadores y nuevos inversores compiten por establecimientos con potencial de crecimiento. La inversión hotelera en España alcanzó los 4.275 millones de euros en 2025. En el último lustro, el mercado español ha captado más de 18.000 millones y ha superado recurrentemente los 3.000 millones al año. Esta fortaleza se mantiene en 2026, con una previsión de alcanzar los 4.500 millones, lo que confirma una tendencia de fondo.

Una de las claves de esta etapa es la transformación del hotel como activo de inversión. El sector ha dejado atrás parte del modelo dominado por compañías familiares y operadores locales y atrae a grandes fondos internacionales y firmas de *private equity*. También se ha consolidado la separación entre propiedad y gestión. Las grandes cadenas han avanzado hacia modelos *asset-light*, basados en contratos de gestión y franquicia, mientras los inversores adquieren los inmuebles buscando optimizar su valor. Los hoteles ya no son únicamente alojamientos, sino activos inmobiliarios y operativos capaces de generar flujos de caja y transformarse, lo que atrae a perfiles de capital muy diferentes.

A ello se suma una estrategia interesante para los inversores: el *value-add*, que consiste en adquirir un hotel independiente o de gama media para reformarlo, mejorar su eficiencia, incorporar una marca internacional o elevar su categoría. El objetivo es aumentar los ingresos y la rentabilidad.

El capital, además, busca cada vez más calidad. Los hoteles de cuatro y cinco estrellas concentran más del 85% de la inversión, mientras gana peso el turismo de mayor poder adquisitivo.

La expansión de marcas internacionales de lujo en Madrid, Baleares, Canarias, Costa del Sol, Costa Blanca y otros destinos refleja una tendencia de fondo: España evoluciona hacia un modelo turístico en el que el gasto, la experiencia y el valor generado por cada estancia tienen un peso creciente.

Esto no significa que el volumen haya dejado de importar. La demanda turística se ha mostrado resistente y los indicadores operativos reflejan la fortaleza del sector. El precio medio diario alcanzó en España 166 euros en 2025, un 4,8% más, mientras que el ingreso por habitación disponible creció un 5,5%, hasta 125 euros, con una ocupación media del 75,5%. Para este 2026 se espera que este dato evolucione más de un 5%. La cuestión no es sustituir volumen por valor, sino traducir la fortaleza de la demanda en mayor capacidad de generar ingresos y rentabilidad.

Esta nueva etapa será también más selectiva. El mercado distinguirá entre activos capaces de crecer y aquellos que necesitan una transformación profunda. Los resorts *premium* y de lujo, conceptos *lifestyle*, *wellness* y *branded residences* despiertan especial interés.

La transformación va más allá del inmueble. El hotel evoluciona hacia un ecosistema más amplio de servicios y experiencias, que combina alojamiento, ocio, gastronomía y lifestyle. La tecnología, la personalización y los nuevos usos de los espacios abren oportunidades adicionales de ingresos.

Por supuesto, este proceso plantea nuevos retos. El crecimiento turístico debe tener en cuenta los territorios: la convivencia con los residentes, el uso responsable de recursos, la eficiencia energética y la descarbonización serán factores clave para valorar la viabilidad de un proyecto. La sostenibilidad ha dejado de ser una cuestión exclusivamente reputacional y gana peso en la valoración de los activos, su capacidad para atraer capital y las condiciones de financiación. Los proyectos con objetivos medibles de reducción del consumo energético y las emisiones pueden diferenciarse, mientras la financiación puede acelerar esta transformación al vincular determinadas condiciones a metas concretas.

Convertir experiencia en liderazgo

España parte de una posición privilegiada: cuenta con décadas de experiencia turística. Pocos mercados europeos combinan una demanda internacional tan profunda, destinos urbanos y vacacionales consolidados, operadores con experiencia global y un ecosistema turístico tan desarrollado. Esta ventaja también plantea un reto: transformar el crecimiento turístico en un modelo capaz de generar más valor y atraer capital de forma sostenible.

El próximo ciclo de inversión hotelera en España no se medirá únicamente por el número de nuevas habitaciones o por la llegada de turistas, sino también por la capacidad de transformar los activos existentes, elevar su valor, mejorar su eficiencia y generar retornos sostenibles. En ese proceso, el liderazgo turístico y operativo y el liderazgo inversor estarán cada vez más interrelacionados.

'Managing director' de 'Real Estate' de Natixis CIB para Iberia

Onclusive

Todos los derechos reservados

https://onclusive.com/en-gb/talk-to-us/