



COMILLAS
UNIVERSIDAD PONTIFICIA

ICAI

ICADE

CIHS

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

TURISMO EN ISLAS: UN ANÁLISIS COMPARATIVO ENTRE BALEARES Y CANARIAS

Autor: Carlota Betancor Ojeda
Director: María Rosa Aquerreta Ferraz

Madrid | Junio 2024

RESUMEN

El turismo es una de las principales fuentes de ingresos en España y contribuye significativamente al PIB del país. España ofrece una amplia gama de opciones turísticas, como el turismo de sol y playa, cultural, gastronómico y rural, atrayendo a visitantes nacionales e internacionales. El turismo de sol y playa es el más solicitado, especialmente en Canarias y Baleares, debido a sus condiciones climáticas favorables y atractivas playas. El turismo cultural, que se destaca por su extensa historia, monumentos, museos y festivales, ha mostrado una recuperación notable después de la pandemia.

A pesar de los efectos del COVID-19, el sector hotelero, que es esencial para la economía turística, ha demostrado una notable capacidad de recuperación, mejorando las tasas de ocupación e ingresos. Dos importantes cadenas hoteleras, Lopesan y Meliá, mantienen enfoques estratégicos complementarios. Mientras que Meliá se destaca por su compromiso con la sostenibilidad y la responsabilidad social global, Lopesan se enfoca en la satisfacción del cliente y la rentabilidad. Ambas cadenas están trabajando para maximizar la eficiencia operativa y aumentar la diversidad de sus ofertas para atraer a una amplia gama de visitantes.

En islas como Tenerife, la optimización y la diversificación de servicios han sido fundamentales para aumentar la ocupación y la eficiencia operativa. En el mercado turístico, Lopesan y Meliá se enfrentan a diversas dificultades y oportunidades, sin embargo, comparten el objetivo de adaptarse constantemente a las demandas del mercado y a las condiciones cambiantes para mantener su liderazgo y continuar contribuyendo al crecimiento económico y la sostenibilidad del turismo en España.

Palabras clave: turismo, crecimiento económico, turismo, sostenibilidad, Canarias, Baleares, Meliá y Lopesan

ABSTRACT

Tourism is one of the main sources of income in Spain and contributes significantly to the country's GDP. Spain offers a wide range of tourism options, such as sun and beach, cultural, gastronomic and rural tourism, attracting national and international visitors. Sun and beach tourism is the most sought after, especially in the Canary Islands and Balearic Islands, due to their favorable weather conditions and attractive beaches. Cultural tourism, which stands out for its extensive history, monuments, museums and festivals, has shown a remarkable recovery after the pandemic.

Despite the effects of COVID-19, the hotel sector, which is essential to the tourism economy, has shown remarkable resilience, improving occupancy rates and revenues. Two major hotel chains, Lopesan and Meliá, maintain complementary strategic approaches. While Meliá stands out for its commitment to sustainability and global social responsibility, Lopesan focuses on customer satisfaction and profitability. Both chains are working to maximize operational efficiency and increase the diversity of their offerings to appeal to a wide range of visitors.

On islands such as Tenerife, the optimization and diversification of services have been fundamental to increasing occupancy and operational efficiency. In the tourism market, Lopesan and Meliá face various difficulties and opportunities, however, they share the goal of constantly adapting to market demands and changing conditions to maintain their leadership and continue contributing to the economic growth and sustainability of tourism in Spain.

Key words: tourism, economic growth, tourism, sustainability, Canary Islands, Balearic Islands, Meliá and Lopesan.

AGRADECIMIENTOS

Quiero expresar mi agradecimiento a todas las personas que han hecho posible la realización de este Trabajo de Fin de Grado. En primer lugar, a mis padres y mi abuela, quienes me inculcaron el amor por el turismo canario desde que era niña. Especialmente a mi abuela, que fundó nuestra empresa de gestión turística en Canarias. Dada mi gran vinculación con ella, me haría mucha ilusión poder dedicarle este TFG, ya que desde pequeña me ha intentado transmitir esfuerzo, dedicación, liderazgo y todos aquellos valores que conllevan un proyecto familiar. Sin su inspiración y respaldo, este proyecto no habría sido posible.

También deseo agradecer de manera muy especial a mi tutora del TFG, María Rosa Aqueterra, por su tiempo y dedicación. Sus consejos y paciencia fueron claves para completar esta investigación. Gracias por tu ayuda constante y por estar siempre disponible para resolver mis dudas.

A todos, muchas gracias por su apoyo.

ÍNDICE

CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN	6
1.1 JUSTIFICACIÓN DEL TEMA	6
1.2 OBJETIVOS	7
1.3 METODOLOGÍA	7
1.4 ESTRUCTURA	8
CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO	9
2.1 LA IMPORTANCIA DEL SECTOR TURÍSTICO EN ESPAÑA	9
2.1.1 Datos macroeconómicos	12
2.1.2 Tipo turismo (rural, de playa, gastronómico, cultural, de naturaleza, etc.)	14
2.2 SECTOR HOTELERO EN ESPAÑA	25
2.3 TURISMO CANARIO VS TURISMO BALEAR	34
2.3.1 Impacto económico	34
2.3.2 Temporada turística & clima	35
2.3.3 Tipo de turismo	36
2.3.4 Oferta de los hoteles	43
CAPÍTULO 3: COMPARACIÓN DOS GRANDES GRUPOS HOTELEROS	54
3.1 MELIÁ (BALEARES)	54
3.2 LOPESAN (CANARIAS)	57
3.3 ANÁLISIS COMPARATIVO	61
CAPÍTULO 4: CONCLUSIONES	68
BIBLIOGRAFÍA	72
ÍNDICE DE GRÁFICOS	78
ÍNDICE DE TABLAS	80

Capítulo 1: Introducción

1.1 Justificación del tema

El turismo se ha convertido en el sector más contribuyente significativamente a la economía de nuestro país, aportando 187.000 millones de euros al producto interior bruto durante 2023 (*según datos Exceltur*), además de generar una amplia variedad de empleos directos e indirectos al sector.

Los datos demuestran que España es considerado el tercer país mundial por número de turistas, siendo 71.659.281 los turistas internacionales que recibió durante 2022. Sin embargo, durante 2023 ha alcanzado su cifra récord, superando a fecha de septiembre los 85 millones de turistas y convirtiéndose en el segundo país con mayor demanda mundial, por detrás de Estados Unidos y de Italia. Asimismo, cabe resaltar, que según una encuesta realizada por el *Instituto Nacional de Estadística*, el número de viajes de los españoles en nuestro país el segundo trimestre de 2023 aumenta un 8,5% respecto al mismo periodo de 2022, situándose en 48,4 millones.

Según los últimos datos publicados por *El Ministerio de Industria, Comercio y Turismo* del pasado mes de abril, Cataluña se ha convertido en el país más visitado junto a las islas, corroborando así la gran importancia del turismo tanto balear como canario. Ambos archipiélagos tienen un gran renombre internacional, contribuyendo de esta forma en gran medida a la economía del país. Por ello, es necesario profundizar acerca de las similitudes y diferencias de ambos.

Asimismo, cabe destacar que al ser canaria, desde muy pequeña he estado vinculada a dicho sector, escuchando siempre apuntaciones como “*Canarias vive del turismo*”, por lo que a la hora de elegir mi tema de Trabajo de Fin de Grado, he considerado que me haría especial ilusión realizar un estudio comparativo de ambos turismos insulares, ya que a pesar de que desde siempre he estado muy vinculada a ellos, sin embargo nunca he tenido la oportunidad estudiar en mayor profundidad las diferencias así como las similitudes de ambos. También cabe destacar que en un futuro no descarto dedicarme a ello en mi vida laboral, por lo que creo que la realización de dicho trabajo de investigación me ayudará a tomar decisiones futuras.

En definitiva, la realización de un estudio comparativo exhaustivo de ambos turismos insulares es de gran relevancia no solo con el fin de lograr un desarrollo sostenible en ambas comunidades, sino también para llegar a grandes conclusiones que permitan

beneficiar a la economía española en su conjunto, fortaleciendo su posición en el sector turístico a nivel mundial.

1.2 Objetivos

Mediante este trabajo, se realizará una profunda investigación del sector del turismo en la economía española. Son muchos los objetivos a los que me gustaría llegar mediante este estudio comparativo del turismo insular en ambos archipiélagos. No obstante, los objetivos potenciales y aquellos que justifican el tema son:

- En primer lugar, analizar y estudiar en profundidad las diferencias, así como las similitudes de ambas industrias turísticas, abarcando factores como la oferta turística, el perfil de los turistas etc.
- Valorar el impacto económico que ambas industrias turísticas tienen sobre la economía de nuestro país, estudiando datos como la contribución al Producto Interior Bruto, inversión, generación de empleo...
- Evaluar cómo ambos archipiélagos se han enfrentado a momentos de incertidumbre como la pandemia del COVID-19, desastres naturales, recuperación ante crisis económicas y otros aspectos por los que el turismo se haya podido ver afectado.
- Por último, comparar las estrategias que cada uno de estos archipiélagos utiliza para promocionar su turismo a nivel tanto nacional como internacional para poder así evaluar su impacto en el flujo de turistas.

1.3 Metodología

Para lograr el objetivo final de este trabajo de investigación de la forma más precisa posible, se ha realizado en primer lugar un profundo estudio literario del tema. Ante todo, la fuente principal, y la cual priorizaremos serán los artículos académicos, obtenidos a través de diferentes bases de datos académicos entre los que destacan: *Google Scholar*, *Scopus* y *Web of Science*.

Asimismo, se han utilizado otros recursos académicos como tesis doctorales, entrevistas, periódicos de referencia, informes y estadísticas oficiales y asociaciones profesionales relacionadas con el tema de investigación.

Más concretamente, se han utilizado artículos obtenidos en periódicos de referencia como El Economista, El Expansion y Financial Times.

Por último, se realizará un estudio comparativo de dos grandes grupos hoteleros, Lopesan (Canarias) y Meliá (Baleares), con el fin de analizar las estrategias de mercado, así como su financiación, comparar sus modelos de negocio y la satisfacción del cliente y poder así comprender y examinar cuidadosamente tanto las similitudes como las diferencias.

En cuanto a este marco práctico del trabajo de investigación, la metodología será similar al marco teórico, realizando en primer lugar una profunda investigación y poder así recopilar y analizar posteriormente los datos necesarios mediante diferentes bases de datos académicos. Una vez hayamos recopilado y analizado dichos datos, se procederá a interpretarlos y finalmente llegar a una conclusión en la que podemos observar si realmente la oferta y la demanda de ambos grupos hoteleros se asemejan. Igualmente se identificarán aspectos de mejora si los hubiera y mejores prácticas que puedan ser proyectables en uno u otro grupo.

1.4 Estructura

En primer lugar, se realiza una breve introducción del tema, el cual se analizará en profundidad, explicando su relevancia, además de su importancia. Por otro lado, no solo se determinará el objetivo principal del trabajo, sino la justificación del estudio de este, mediante la aportación varios datos macroeconómicos, que respaldan dicha elección.

Seguidamente, nos comenzamos a sumergirnos en el tema de estudio. Dividiremos el trabajo de investigación en dos partes, por un lado, un marco teórico el cual ocupará la mayor parte de este y por otro lado un marco práctico.

En cuanto al marco teórico, antes que nada, se realizará una introducción del sector hotelero tanto en la península como en los dos archipiélagos. Posteriormente nos adentraremos en el caso de estudio, centrándonos en el sector hotelero en Canarias y en Baleares. Con el fin de lograr una comparación lo más exhaustiva y clara posible, responderemos a una serie de preguntas comunes para ambas comunidades.

En tercer lugar, analizaré dos grande grupos hoteleros de cada comunidad, Meliá en el caso de Baleares y Lopesan en el caso de Canarias .Una vez hayamos realizado dicho estudio práctico, podremos llegar a alguna de estas conclusiones: oferta y cliente similar,

oferta y cliente diferente, oferta similar y cliente diferente o bien oferta diferente y cliente similar.

Por último, se expondrán las conclusiones del trabajo de investigación según el análisis realizado.

Capítulo 2: marco teórico

2.1 La importancia del sector turístico en España

El turismo en España, es sin duda uno de los mayores contribuyentes a la solvencia de la economía de nuestro país. Asimismo, cabe destacar que Madrid cuenta con la sede principal de la Organización Mundial del Turismo.

Muchos se preguntarán si el turismo es realmente un motor de la economía española, y sin lugar a duda la respuesta es un sí. El éxito de la industria del turismo en nuestro país se debe principalmente a la gran oferta cultural, su gran densidad hotelera, además de sus extraordinarias infraestructuras. Según la INE (Instituto Nacional de Estadística), los datos prepandémicos señalan que un 5,7% del total de los puestos de trabajo de nuestro país habían sido generados por actividades relacionadas directamente con el turismo¹.

Un estudio realizado por la *Cámara de Comercio* asegura que el turismo no solo impacta de manera positiva a la economía española, sino que también cuenta con un efecto multiplicador, ya que afirma, por un lado, que por cada 100€ invertidos en el sector, el valor puede llegar a aumentarse en hasta un 70%, y, por otro lado, por cada 100 puestos de trabajos creados de forma directa por dicho sector, se pueden llegar a generar 160 puestos adicionales de forma indirecta². Cabe destacar que uno de cada cuatro nuevos empleos en nuestro país está directamente vinculados al sector turístico. Según los datos proporcionados por *El Ministerio de Industria, Comercio y Turismo*, durante el segundo

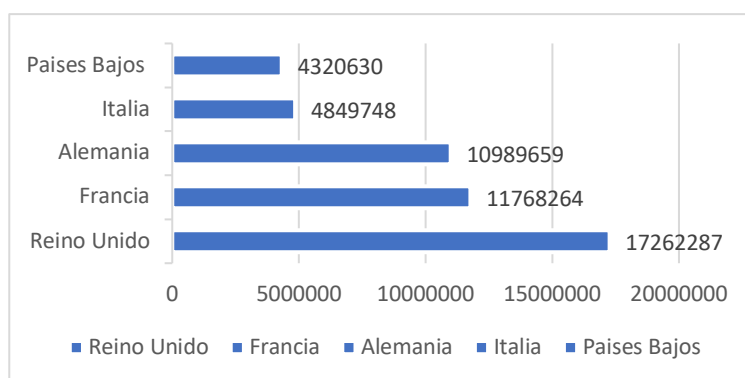
¹ *Spanish tourism satellite account. Latest Data*. INE. (n.d.-c). https://ine.es/dyngs/INEbase/en/operacion.htm?c=estadistica_C&cid=1254736169169&menu=ultiDatos&idp=1254735576863

² *Impacto de la Actividad Turística en ...* (n.d.-b). <https://www.camara.es/sites/default/files/publicaciones/impacto-del-turismo-cce-abril-2021.pdf>

trimestre de 2023 el empleo turístico ha incrementado un 6,3% desde 2019³. Asimismo, debemos resaltar las actividades vinculadas al turismo siguen creciendo robustamente, especialmente el sector hotelero, del que hablaré detenidamente más adelante. Además, cabe mencionar los diferentes tipos de turismo que también aportan grandes ingresos al sector y los que analizaré a continuación, destacando: el turismo de sol y playa, el turismo gastronómico, el turismo cultural y por último el turismo rural. Es por ello por lo que los datos demuestran que el sector turístico es una de las principales fuentes de la economía del país, y que, a pesar de tiempos de incertidumbre como la invasión de Ucrania por Rusia, la inflación o la pandemia del COVID-19, el sector turístico ha seguido mostrando una resiliencia formidable. Mediante estos argumentos podemos afirmar que España no solo es un destino de gran atracción turística, sino que también es una gran potencia con el fin de generar riqueza y cierta estabilidad al sector turístico.

Por un lado, según podemos verificar en el gráfico inferior, los viajeros internacionales proceden principalmente de Reino Unido, Francia y Alemania, suponiendo el 21,10%, 14,09% y 13,63% respectivamente⁴.

Gráfico N.º 1: Llegada de turistas a España según país de residencia (2022)



Fuente: *Elaboración propia según datos publicados por El Expansión*

A continuación, los datos del siguiente gráfico reflejan la variación en el número de turistas que ha visitado España desde 2019. Se puede notar un drástico descenso en 2020

³ Lamoncloa.gob.es. (n.d.).

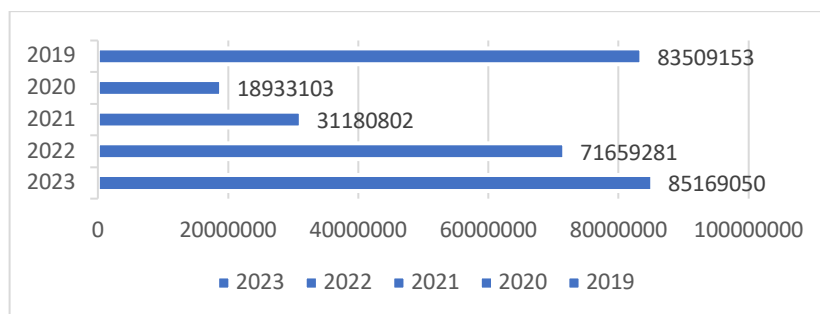
<https://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/notasprensa/industria/Paginas/2023/090823-nuevos-empleos-vinculados-turismo.aspx>

⁴ España - Turismo Internacional 2023. Datosmacro.com. (2024, February 2).

<https://datosmacro.expansion.com/comercio/turismo-internacional/espana?anio=2023#geo0>

debido a la pandemia del COVID-19 y las restricciones de viaje que España se vio obligada a implementar. Durante 2021 y 2022 comienza una recuperación turística, superando los datos prepandémicos en 2023. *idem*

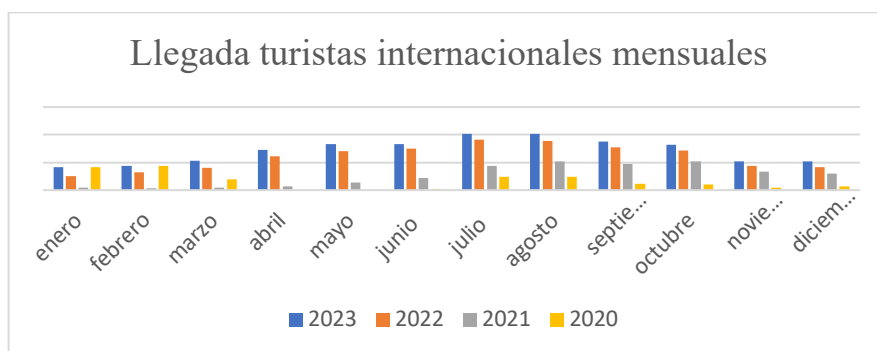
Gráfico N.º 2: Llegada turistas internacionales anuales



Fuente: *Elaboración propia según datos publicados por El Expansión*

A pesar de que España enlaza cifras récord durante 2023 en la llegada de turistas internacionales, es importante analizar los años previos y a los desafíos a los que el sector se ha sometido, para así estudiar sus fortalezas y debilidades y poder mejorar la planificación futura del turismo. *idem*

Gráfico N.º 3: Llegada turistas internacionales mensuales

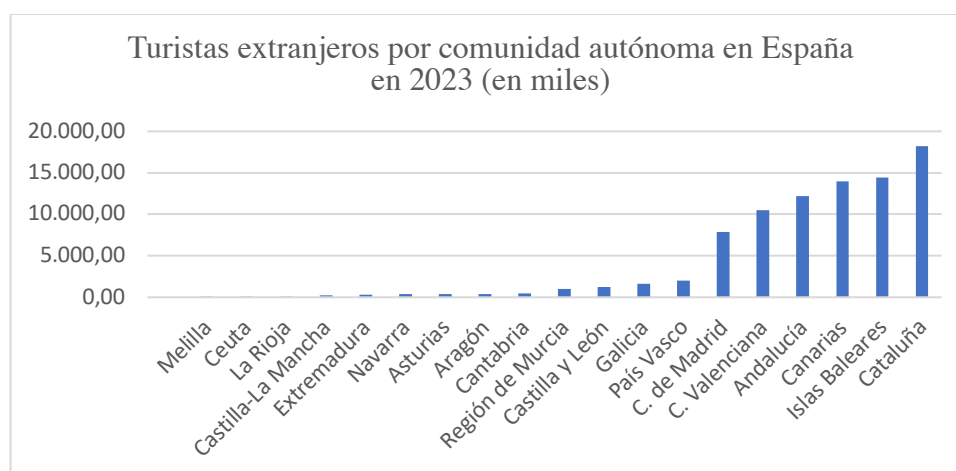


Fuente: *Elaboración propia según datos publicados por El Expansión*

En la gráfica inferior, observamos que las comunidades autónomas que reciben el mayor número de turistas internacionales son Cataluña, con 18,2 millones, seguida de Baleares y Canarias⁵.

⁵ Abigail Orús, & 2024, 22 mar. (2024b, March 22). *Turistas extranjeros por comunidad autónoma en España*. Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/475146/numero-de-turistas-internacionales-en-espana-por-comunidad-autonoma/>

Gráfico N.º 4: Turistas extranjeros por comunidad autónoma en España en 2023 (en miles)



Fuente: *Elaboración propia según datos publicados por Statista*

Por otro lado, en cuanto a las turistas nacionales, cabe destacar que las Comunidades Autónomas que más viajan son: Madrid, Cataluña, Andalucía, La Comunidad Valenciana y El País Vasco. A pesar de no saber la cantidad exacta de los viajes que realizan por el país, sabemos que el 70,45% de los viajes se realizan en el territorio español y el 29,55% restante en el extranjero⁶.

2.1.1 Datos macroeconómicos

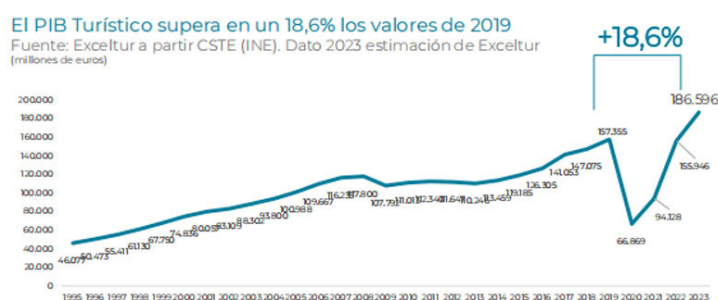
En 2023 el PIB español alcanzó los 1.462.070 M€, 115.693M€ más que en 2022, lo que supone un crecimiento del 2,5% respecto a 2022 según los datos publicados por *El Expansión*, situándose en el puesto 14 de los 196 países que publican el PIB. Carlos Cuerpo, ministro de Economía, afirma que los principales motivos que han causado dicho aumento han sido, “*por un lado, el consumo privado sobre la base de una buena evolución del poder adquisitivo de los hogares y de un buen comportamiento del mercado*

⁶ Hosteltur. (n.d.-b). *Las Comunidades Autónomas Más Viajeras. ¿Qué comunidades autónomas son las más viajeras en España?* <https://www.hosteltur.com/157210-las-comunidades-autonomas-mas-viajeras.html#:~:text=La%20Comunidad%20de%20Madrid%2C%20Cataluña,turistas%20más%20importantes%20de%20España.>

laboral con una creación de 780.000 puestos de trabajos y, por otro lado, la evaluación muy positiva de las exportaciones”⁷.

Como bien comenté anteriormente, según los datos publicados por *Exceltur* el turismo aportó ni más ni menos que 187.000 millones de euros, representando un 12,8% del PIB español, la mayor cifra alcanzada hasta la fecha, como bien podemos observar en la gráfica a continuación⁸:

Gráfico N.º 5: El PIB Turístico supera en un 18,6% los valores de 2019



Fuente: *Exceltur*

Asimismo, cabe destacar que, según los últimos datos publicados por la *INE* del año 2022, ya que los del 2023 aún no han sido publicados, el turismo ha creado casi 2 millones de empleos, casi un 10% del total⁹.

Según *José Luis Zoreda* (*vicepresidente de Exceltur*), los increíbles resultados obtenidos en el sector del turismo durante 2023 se deben al aumento de viviendas de uso turístico en España, incrementado 15.000 alojamientos y alcanzando un total de 300.000 viviendas. *Zoreda* asimismo afirma que la preferencia por viajar ha primado sobre otras alternativas de consumo, recalcando que tanto la demanda turística española como la demanda extranjera aumenta considerablemente en ingresos. En cuanto a la demanda extranjera, hace hincapié en que se han perdido mercados tradicionales muy importantes

⁷ Amigot, B. (2024, January 30). *La econom.* EXPANSION. <https://www.expansion.com/economia/2024/01/30/65b8ac3ae5fdea55698b45dd.html>

⁸ Hosteltur. (n.d.-b). *El Turismo representa ya el 12,8% del pib con casi 187.000 m de Actividad.* Exceltur hace balance del turismo de 2023 en España. <https://www.hosteltur.com/161263-el-turismo-representa-ya-el-128-del-pib-con-casi-187000-m-de-actividad.html#:~:text=As%C3%AD%20se%20desprende%20de%20la,%2Cun%2018%2C6%25>

⁹ *Empleo Turístico.* INE. (n.d.-c). <https://www.ine.es/jaxi/Tabla.htm?path=%2Ft35%2Fp011%2Frev19%2Fserie%2Ff10%2F&file=03002.px&L=0>

para el sector turístico español como es el caso de Alemania, pero comenta que se ha compensado gracias a la llegada de mercados próximos como Portugal y Francia y de algunos mercados de larga distancia como Norteamérica y Latinoamérica, además de volver a reactivarse a finales de 2023 el mercado asiático¹⁰.

Por último, en cuanto a 2024, *Exceltur* prevé que por primera vez el PIB Turístico en España supere los 200 millones de euros, lo que supondría un aumento de 8,6% respecto a 2023, y lo que incrementaría su participación al PIB total hasta el 13,4%¹¹. Asimismo, cabe destacar que Jordi Hereu, ministro de Industria y Turismo, afirma que el empleo turístico ha crecido un 4,9% en febrero de 2024 con respecto a febrero de 2023 y que el número de afiliados a la Seguridad Social en el sector roza ya los 2,6 millones de trabajadores, lo que implica un aumento del 5,8% interanual en el número de empleados asalariados. Hereu afirma que *“debemos seguir impulsando y cuidando el sector turístico, uno de los pilares de nuestra economía, con políticas que lo hagan más sostenible, con cada vez mejores condiciones para los trabajadores, que llegue a todos los territorios y, a la vez, sea atractivo para los visitantes durante todo el año”*¹².

2.1.2 Tipo turismo (rural, de playa, gastronómico, cultural, de naturaleza, etc.)

España se caracteriza por su extraordinaria y diversa oferta turística, desde grandes playas, montañas, pequeños pueblos con su encanto que hacen difícil la elección a los turistas. Cabe destacar que, debido a sus grandes zonas costeras e insulares, predomina el turismo de sol y playa. No obstante, hay otras opciones que el turismo español ofrece, en concreto, el auge del turismo rural y de naturaleza, correspondiente a la gran importancia que nuestra sociedad le está dando al cuidado del medio ambiente.

¹⁰ Hosteltur. (n.d.-b). *El Turismo representa ya el 12,8% del pib con casi 187.000 m de Actividad*. Exceltur hace balance del turismo de 2023 en España. https://www.hosteltur.com/161263_el-turismo-representa-ya-el-128-del-pib-con-casi-187000-m-de-actividad.html#:~:text=As%C3%AD%20se%20desprende%20de%20la,%2Cun%2018%2C6%25.

¹¹ *Pib Turístico Español*. Exceltur. (n.d.). <https://www.exceltur.org/pib-turistico-espanol/>

¹² *Ministerio de Industria y turismo - hereu avanza que el Empleo turístico crece en febrero casi un 5% Hasta Rozar Los 2,6 millones de trabajadores*. Abre en ventana nueva. (n.d.). <https://www.mintur.gob.es/es-es/GabinetePrensa/NotasPrensa/2024/Paginas/jordi-hereu-empleo-turistico-crecimiento-febrero.aspx>

A continuación, analizaré los tipos de turismos más característicos de nuestro país: turismo de playa, cultural, gastronómico y rural.

El turismo de playa hace referencia a los viajes que se realizan a lugares costeros con el fin de disfrutar de sus playas, así como de sus condiciones climáticas, con temperaturas que oscilan entre los 25 y 30 °C. Suele ser el tipo de turismo más demandado como bien he comentado anteriormente, ya que el buen tiempo y la calidad de las playas españolas atraen año tras año a millones de turistas tanto nacionales como extranjeros, más concretamente al Mediterráneo y a Canarias como afirma *Statista*.

Como podemos observar en la gráfica inferior, el turismo nacional suele preferir lugares como la Costa del Sol, la Costa Blanca y la Costa Brava, mientras que el turismo extranjero prefiere visitar los archipiélagos españoles. En el caso de Canarias, los turistas internacionales suelen triplicar a los nacionales. Algo similar sucede en Baleares, más concretamente en Palma de Mallorca donde los turistas internacionales llegaron a ser nueve veces más que el turismo nacional. Asimismo, debemos resaltar que tanto el turismo de sol y playa en Baleares como en Canarias fueron clave para la recuperación del turismo tras la crisis del COVID-19¹³.

Gráfico N.º 6: Ranking de zonas turísticas por número de turistas nacionales en hoteles España 2023



Fuente: Elaboración propia según los datos publicados por Statista

¹³ (n.d.). Tema: El Turismo de Costa en España. Statista. <https://es.statista.com/temas/3621/el-turismo-de-costa-en-espana/#topicOverview>

La tabla inferior muestra los datos del turismo de sol y playa de los turistas internacionales en los últimos cinco años, más concretamente el gasto total, el gasto medio por persona, el gasto medio diario por persona y por último la duración media de los viajes. Podemos observar que en 2023 se superan los datos prepandémicos, salvo en el caso de la duración media de los viajes, cuya tendencia mayoritariamente es descendiente, a excepción de 2021 donde podemos observar un ligero aumento. En 2020 evidentemente todos los valores descienden debido a la pandemia del COVID-19, pero en 2021 comienzan a recuperarse poco a poco hasta superar los datos prepandémicos en 2023.¹⁴ Asimismo, en los gráficos adjuntos a continuación podemos observar la tendencia cada uno de los datos mostrados en la tabla anterior a lo largo de los últimos cinco años. Podemos ver que todos han alcanzado su máximo en 2023, a excepción de la duración media de los viajes donde su valor máximo fue alcanzado en 2021.

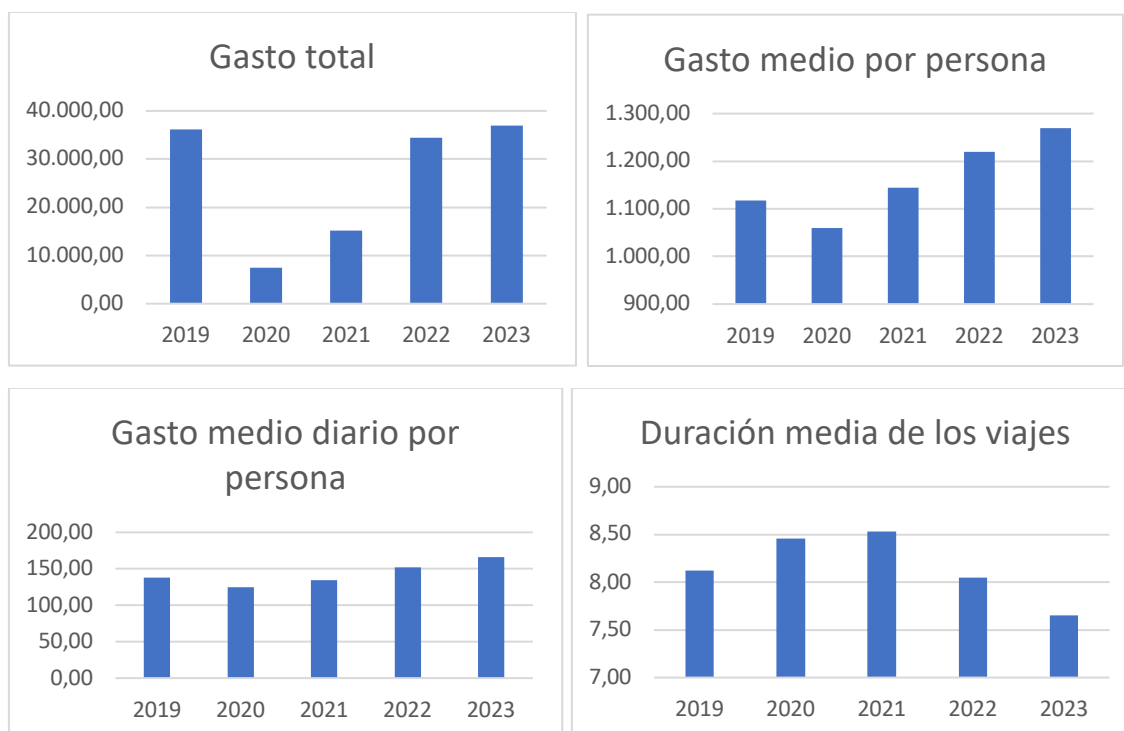
Tabla N.º 1: Gasto de los turistas internacionales según motivo principal del viaje

Turismo de sol y playa	2023	2022	2021	2020	2019
Gasto total					
Dato base	36.929,09	34.467,32	15.164,34	7.438,14	36.133,65
Tasa de variación anual	7,14	127,29	103,87	-79,41	-7,20
Gasto medio por persona					
Dato base	1.270	1.219	1.144	1.060,00	1.118,00
Tasa de variación anual	4,14	6,59	7,89	-5,18	2,95
Gasto medio diario por persona					
Dato base	166	152	134	125,00	138,00
Tasa de variación anual	9,56	12,98	6,96	-8,98	5,92
Duración media de los viajes					
Dato base	7,65	8,05	8,53	8,46	8,12
Tasa de variación anual	-4,94	-5,66	0,87	4,18	-2,80

Fuente: Elaboración propia según los datos publicados por la INE.

¹⁴ *Gasto de los turistas internacionales según motivo principal del viaje.* INE. (n.d.-b).
<https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=23995>

Gráfico N.º 7: Gasto total, gasto medio por persona, gasto medio diario por persona y duración media de los turistas internacionales según motivo principal del viaje



Fuente: Elaboración propia según los datos publicados por la INE.

En relación con los datos nacionales, según ha publicado *El Economista*, el gasto medio de los españoles ha aumentado un 24% con respecto al año anterior. Más concretamente el gasto medio se sitúa en 1.130 euros¹⁵.

Asimismo, un estudio realizado por el *Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS)*, afirma que el 51,1% de los españoles prefieren el turismo de sol y playa, con una estancia media de una a dos semanas¹⁶.

¹⁵ EcoBrands. (2023, September 15). *El Gasto Medio de los españoles en las Vacaciones de Verano Aumenta un 24% respecto a 2022, según El Observatorio Cetelem*. *elEconomista.es*. <https://www.economista.es/branded-content/noticias/12445267/09/23/el-gasto-medio-de-los-espanoles-en-las-vacaciones-de-verano-aumenta-un-24-respecto-a-2022-segun-el-observatorio-cetelem.html#:~:text=Ofrecido%20por-,El%20gasto%20medio%20de%20los%20espa%C3%B1oles%20en%20las%20vacaciones%20de,2022%2C%20seg%C3%BAAn%20el%20Observatorio%20Cetelem&text=El%20gasto%20medio%20aumenta%20un,de%20media%20del%20a%C3%B1o%20pasado>.

¹⁶ 20m. (2023, September 15). *La Mayoría de Españoles Se van de Vacaciones Una o dos Semanas, prefieren la playa Y gastan de 15 a 30 euros en restaurantes*. *www.20minutos.es - Últimas Noticias*. <https://www.20minutos.es/noticia/5172960/0/mayoria-espanoles-se-van-vacaciones-una-dos-semanas-prefieren-playa-gastan-15-30-euros-restaurantes/>

Después de este análisis, podemos deducir que los turistas extranjeros generan mayores ingresos a la industria del turismo de sol y playa porque el gasto medio por persona es más alto.

Dejando atrás el turismo de playa, cuyo objetivo principal es el descanso y relajarse a través de su clima, el turismo cultural en cambio busca un objetivo completamente contrario: conocer el sentido más amplio de la palabra. El turismo cultural abarca una gran diversidad como la propia cultura, la cual incluye una gran amplitud de actividades que tengan que ver con la identidad del país. Entre ellas encontramos: el arte, cine, religión, arquitectura, naturaleza, gastronomía entre otras muchas.

Como todos los sectores, el turismo cultural se vio afectado por la pandemia COVID-19, sin embargo, según los datos publicados por *el Instituto Nacional de Estadística (INE)*, nuestro país comienza a recuperar las cifras prepandémicas. En 2022 un quinto de los viajeros realizaba un viaje por motivos culturales. Se realizaron aproximadamente 28 millones de viajeros culturales, los cuales supusieron un ingreso para la industria de aproximadamente 23.800 millones de euros. Los viajes culturales alcanzan el 18,6% en los viajeros nacionales y 19,3% en los internacionales, significando un gasto para los turistas de 8.800 millones y 15.000 millones de euros respectivamente, como podemos observar en la tabla inferior en cuanto a los datos internacionales¹⁷.

La tabla inferior muestra en este caso los datos sobre el turismo cultural de los últimos cinco años. En particular, muestra el gasto total, el gasto promedio por persona, el gasto promedio diario por persona y la duración media de los viajes. En el turismo cultural, sin embargo, podemos observar cómo excluyendo los datos del 2020, la tendencia es positiva, incluso la de la duración media de los viajes. Comparando este gráfico con el gráfico del turismo de sol y playa, podemos observar cómo a pesar de que el gasto medio por persona y el gasto medio diario por persona es superior en el turismo cultural, el turismo de sol y playa aporta más a la economía española, puesto a que el gasto total de

¹⁷ *El Turismo cultural en España Recupera Cifras Prepandémicas: Casi Uno de Cada Cinco Viajes realizados en 2022 fue por motivos culturales*. La Moncloa. 09/10/2023. El turismo cultural en España recupera cifras prepandémicas: casi uno de cada cinco viajes realizados en 2022 fue por motivos culturales [Prensa/Actualidad]. (n.d.). <https://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/notasprensa/industria/Paginas/2023/091023-datos-turismo-cultural.aspx>

los turistas internacionales pasa de 21.902,64 en el turismo rural a 36.929,09 en el turismo de playa, lo que supone un aumento del %¹⁸.

En los gráficos adjuntos a continuación podemos observar la tendencia cada uno de los datos mostrados en la tabla anterior a lo largo de los últimos cinco años. Podemos ver que todos han alcanzado su máximo en 2023, a excepción de la duración media de los viajes donde su valor máximo fue alcanzado en 2021.

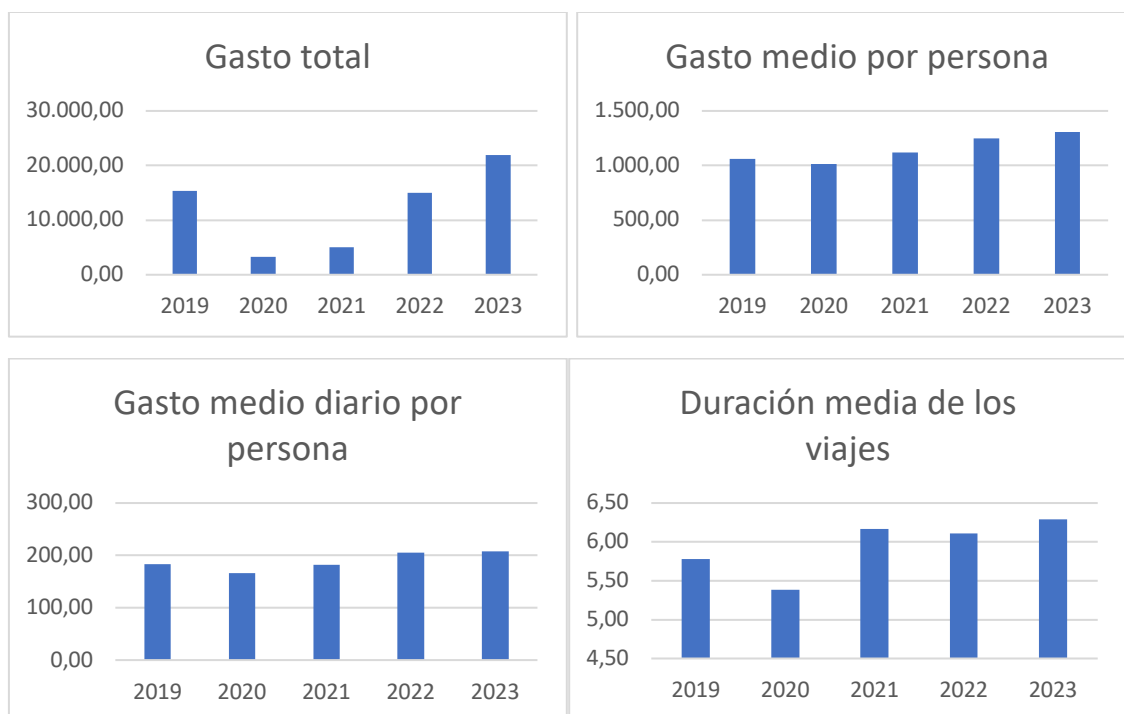
Tabla N° 2: Gasto de los turistas internacionales según motivo principal del viaje

Turismo cultural	2023	2022	2021	2020	2019
Gasto total					
Dato base	21.902,64	15.008,99	5.012,48	3.328,31	15.316,49
Tasa de variación anual	45,93	199,43	50,6	-78,27	14,81
Gasto medio por persona					
Dato base	1.309	1.251	1.120	1.014,00	1.061,00
Tasa de variación anual	4,58	11,71	10,44	-4,38	0,12
Gasto medio diario por persona					
Dato base	208	205	182	166,00	183,00
Tasa de variación anual	1,66	12,72	9,13	-9,26	6,73
Duración media de los viajes					
Dato base	6,29	6,11	6,17	6,09	5,78
Tasa de variación anual	2,88	-0,89	1,2	5,38	-6,19

Fuente: Elaboración propia según los datos publicados por la INE.

¹⁸ *Gasto de los turistas internacionales según motivo principal del viaje.* INE. (n.d.-b).
<https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=23995>

Gráfico N.º 8: Gasto total, gasto medio por persona, gasto medio diario por persona y duración media de los turistas internacionales según motivo principal del viaje



Fuente: Elaboración propia según los datos publicados por la INE.

Respecto a los datos nacionales, en 2022 en número de viajes culturales realizados por los residentes, fueron 16,4 millones suponiendo un gasto para los turistas como he comentado anteriormente de 8.800 millones de euros. La duración media que los españoles eligen para este tipo de viajes es bastante inferior a la de los internacionales, siendo de 4,1 días. Los españoles que más viajes culturales realizaron en 2022 fueron los madrileños, los cántabros, los vascos y los riojanos, siendo Andalucía, Madrid, Castilla y León y Cataluña los destinos con mayor número de viajes¹⁹.

A pesar de que muchos viajeros visitan nuestro país en busca de sol y playa, otros muchos visitan nuestro país por la gran oferta culinaria que este ofrece. El turismo gastronómico

¹⁹ *El Turismo cultural en España Recupera Cifras Prepandémicas: Casi Uno de Cada Cinco Viajes realizados en 2022 fue por motivos culturales.* La Moncloa. 09/10/2023. El turismo cultural en España recupera cifras prepandémicas: casi uno de cada cinco viajes realizados en 2022 fue por motivos culturales [Prensa/Actualidad]. (n.d.-b). <https://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/notasprensa/industria/Paginas/2023/091023-datos-turismo-cultural.aspx>

complementa el turismo cultural al conocer la cultura de un país o ciudad desde un punto de vista culinario.

El COVID-19, a pesar de que mayoritariamente ha afectado de forma negativa a numerosos sectores, al turismo gastronómico sin embargo le ha afectado de forma positiva, ya que, debido a la pandemia y sus respectivas restricciones, son muchos los españoles que han aprovechado la ocasión para viajar por nuestro país. Tanto es así que, según los datos más recientes publicados por Statista en 2022, casi 20 millones de viajeros, un 24% del total de los visitantes, participaron en actividades gastronómicas, lo que implica un gasto de 22.700 millones de euros. Sin embargo, en los primeros nueve meses de 2023, ya fueron casi 17 millones los turistas que realizaron actividades relacionadas con la gastronomía, suponiendo cerca de un 25% del total y un incremento del 30% con respecto al mismo periodo del año anterior. Asimismo, el gasto alcanzó los 22.717 millones de euros, lo que también supuso un incremento del 34,8% con respecto al mismo periodo del año anterior²⁰.

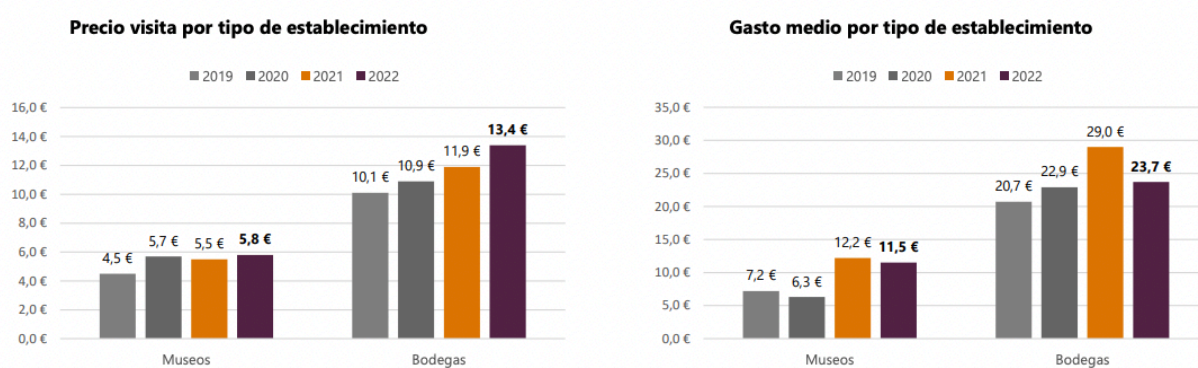
Por un lado, una de las principales actividades que este tipo de turismo ofrece son las conocidas rutas de vino. Según un informe publicado por el *Observatorio Turístico Rutas del Vino de España*, en 2022 obtuvo un total de 2.487.244 visitantes de los cuales 1.982.174 eran nacionales. Dichas cifras supusieron un ingreso de 75.481.646 de euros, un 75% más que en 2023, con un precio medio de visita a las bodegas de 13,4€ y 5,8€ en los museos relacionado con los vinos, generando un gasto medio de 23,7€ y 11,5€ respectivamente.

Las gráficas demuestran la evolución de los últimos años del precio, así como el gasto medio por tipo de establecimiento y la evolución anual del número de visitantes a museos y bodegas. Podemos observar, que el precio medio ha tenido siempre una tendencia creciente, mientras que el gasto medio en 2022 ha decrecido con respecto al año anterior. Por último, en el caso del número de visitantes, podemos observar como a pesar de que

²⁰ Hosteltur. (n.d.-a). *El Gasto en Turismo Gastronómico supera Los 22.700 m € en España*. El gasto en turismo gastronómico alcanza los 22.704 M € en España. https://www.hosteltur.com/160607_el-gasto-en-turismo-gastronomico-alcanza-los-22704-m-en-espana.html#:~:text=El%20gasto%20en%20turismo%20gastron%C3%B3mico%20supera%20los%2022.700%20M%20%E2%82%AC%20en%20Espa%C3%B1a&text=datos%20de%20Turespa%C3%B1a-.En%20los%20primeros%20nueve%20meses%20de%202023%2C%2016%2C5%20millones,el%20mismo%20periodo%20de%202022.

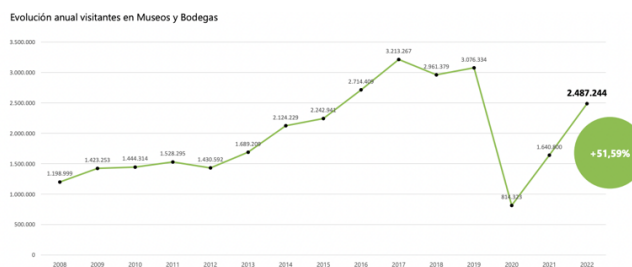
aún no se hayan logrado los datos prepandémicos, en 2022 el número de visitantes fue un 51% superior al del año anterior²¹.

Gráfico N.º 9: Precio & Gasto medio por tipo de establecimiento



Fuente: Informe de visitantes a bodegas y museos del vino 2022 (Observatorio Turístico Rutas del Vino de España)

Gráfico N.º 10: Evolución anual visitantes en Museos y Bodegas



Fuente: Informe de visitantes a bodegas y museos del vino 2022 (Observatorio Turístico Rutas del Vino de España)

Por otro lado, otra de las actividades primarias que el turismo gastronómico oferta y que sin lugar a duda atrae a numerosos viajeros a que visiten la oferta culinaria de nuestro país son los restaurantes con estrellas Michelin, puesto a que su repercusión en el turismo gastronómico es incuestionable, debido al gran éxito y la influencia que causa entre los viajeros.

En conclusión, el turismo gastronómico, estrechamente relacionado con el turismo cultural se ha convertido en un componente significativo del turismo español, ya que cada

²¹ Ruta del Vino de España. (2022). Informe de visitas a bodegas y museos RVE 2022. <https://wineroutesofspain.com/wp-content/uploads/2023/06/informe-visitas-a-bodegas-y-museos-rve-2022.pdf>

vez el número de viajeros que atrae este tipo de turismo es mayor. Asimismo, es un tipo de turismo que ha a pesar de los desafíos presentados tras la pandemia, ha demostrado resiliencia. Las principales actividades que atraen cada año a más turistas son las rutas de vino y los restaurantes de estrella Michelin. En definitiva, el turismo gastronómico, debido a su demanda creciente y su reconocimiento internacional, juega un papel significativo para el desarrollo tanto económico como cultural de nuestro país.

El turismo rural es un tipo de turismo que por lo general está vinculado con actividades de la naturaleza. Según la *Organización Mundial del Turismo*, las actividades de este tipo de turismo se suelen realizar en ambientes no urbanos, con ciertas características concretas entre las que destacan: baja densidad demográfica, paisajes donde predomina la agricultura y por último formas de vida tradicionales.

España como he comentado anteriormente cuenta con una gran diversidad de destinos turísticos, y a pesar de que la mayoría de los turistas se sienten cautivados por la oferta del turismo de playa, hay numerosas alternativas, entre ellas el turismo rural. El COVID-19, afectó al turismo rural de forma negativa, puesto a que entre 2014 y 2019 según los datos publicados por *Statista*, se alcanzó un récord de 4,4 millones de turistas rurales, que sin embargo durante 2020 y 2021 apenas se superaron los 2 millones. Esta misma fuente, destaca que a pesar de que cada vez son más los turistas extranjeros que optan este tipo de turismo, siguen predominando los turistas nacionales. En 2022, fueron casi 3,5 millones de turistas nacionales los que se alojaron en alguno de los más de 14.000 establecimientos destinados a este tipo de turismo, frente al casi millón de turistas extranjeros²². Asimismo, cabe destacar que un estudio realizado por *CaixaBank* asegura que el turismo rural ya ha pasado a representar un 11.9% del ingreso turístico total frente al 10,9% de 2019²³.

²²(n.d.-b). *Tema: Turismo rural en España*. Statista. <https://es.statista.com/temas/3718/turismo-rural-en-espana/#topicOverview>

²³ Beatriz Villafranca Serrano 9 de abril de 2024, Serrano, B. V., Pedro Álvarez Ondina Alberto Graziano 8 de abril de 2024, Pedro Álvarez Ondina Alberto Graziano, Ondina, P. Á., Graziano, A., Javier García Arenas 5 de abril de 2024, Arenas, J. G., Heymann, D. C., Judit Montoriol Garriga Sergio Díaz, Garriga, J. M., & Díaz, S. (2023a, October 26). *El Auge del Turismo Rural en España: Una Oportunidad para el Desarrollo Rural*. CaixaBank Research. <https://www.caixabankresearch.com/es/analisis-sectorial/agroalimentario/auge-del-turismo-rural-espana-oportunidad-desarrollo-rural#:~:text=Seg%C3%BAAn%20datos%20internos%20de%20CaixaBank,salido%20reforzada%20tras%20la%20pandemia>

En conclusión, el turismo español abarca numerosas opciones, desde sus espléndidas playas hasta su gran oferta culinaria y sus encantadores pueblos rurales. Ciertamente es que el turismo de sol y playa sigue siendo el preferido por los viajeros, atrayendo cada año a millones de turistas, tanto nacionales como internacionales, especialmente en los dos archipiélagos españoles. No obstante, tanto el turismo rural como el cultural y el gastronómico también contribuyen al crecimiento económico como al cultural de nuestro país.

En las tablas a continuación, podemos observar un pequeño resumen del turismo de playa en 2023 y del cultural en 2022, haciendo una comparativa de los datos extranjeros con los nacionales. Por un lado, en el turismo de playa, podemos observar que el gasto medio de los extranjeros es aproximadamente un 12% superior al gasto medio de los nacionales, mientras que la estancia media nacional supera en dos días a la estancia media extranjera. Por otro lado, respecto al turismo cultural, podemos ver que tanto el gasto total como la estancia media es superior en los turistas extranjeros. Si comparamos únicamente las estancias medias, podemos observar que la de los extranjeros no varía tanto entre un turismo y otro, sin embargo, hay una gran variación en la estancia media de los nacionales, por lo que podemos concluir, que los españoles prefieren el turismo de playa antes que el cultural.

Tabla N° 3: Resumen Turismo de playa y turismo cultural

	Turismo playa 2023	
	extranjero	nacional
Gasto medio	1.270,00 €	1.130,00 €
Estancia media	7,65	10

Fuente: Elaboración propia

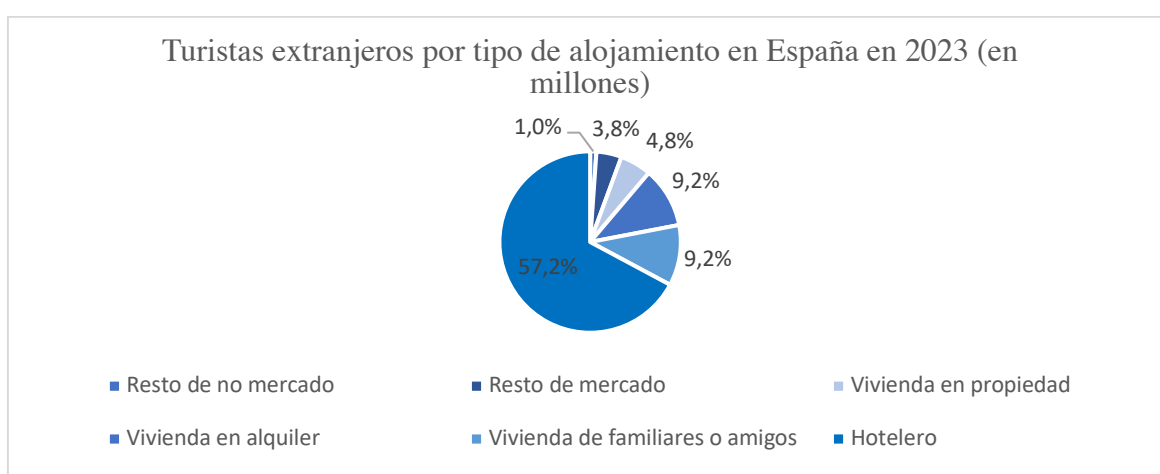
	Turismo cultural 2022	
	extranjero	nacional
Gasto total	15.008,99 €	8.800,00 €
Estancia media	6,11	4,1

Fuente: Elaboración propia

2.2 Sector hotelero en España

Como hemos podido analizar, el turismo juega un papel crucial en la economía española, convirtiéndose en los últimos años en uno de los destinos turísticos más visitados a nivel mundial. El sector hotelero ha tenido mucho que ver, pues la mayoría de los turistas internacionales que visitan España se alojan en establecimientos hoteleros, como podemos corroborar en la gráfica inferior.

Gráfico N.º 11: Turistas extranjeros por tipo de alojamiento en España en 2023 (en millones)



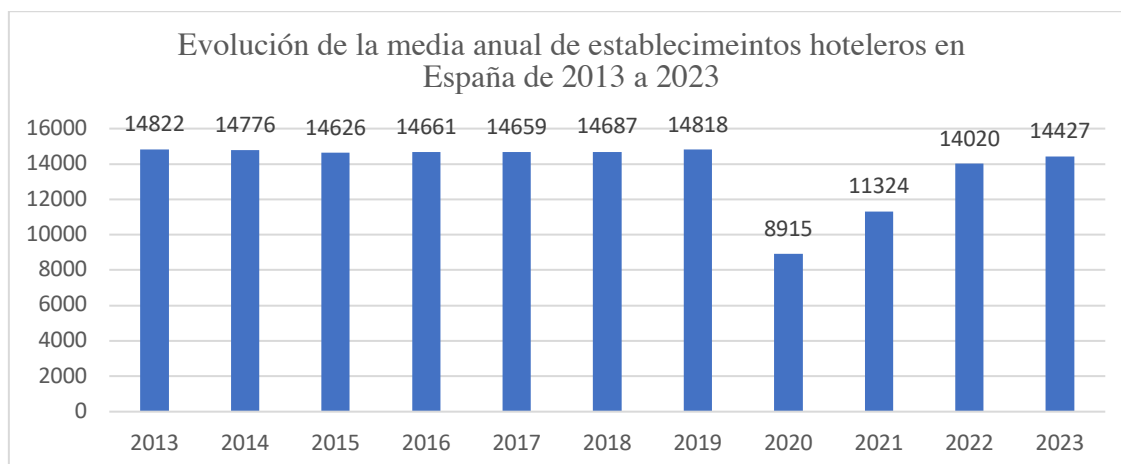
Fuente: Elaboración propia según los datos publicados por Statista

Por un lado, el gráfico inferior, representa la evolución del número de establecimientos hoteleros en España desde 2013 hasta 2023. Podemos observar una estabilidad inicial de 2013 a 2019 y una leve disminución de 2017 a 2018. Dado a que la industria hotelera se vio enormemente afectada por la pandemia de COVID-19, el número de establecimientos hoteleros en 2020 decreció drásticamente. No obstante, en 2022 comenzó a recuperarse, lo que evidencia un crecimiento en la oferta del sector hotelero en nuestro país²⁴. Si analizamos los establecimientos hoteleros por comunidad autónoma, podemos observar que Andalucía fue la comunidad autónoma con mayor número de establecimientos hoteleros con casi 3.000, por detrás de Cataluña y Galicia con 2.152 y 1.440

²⁴ Abigail Orús, & 2024, 2 abr. (n.d.). *Media Anual de Hoteles Abiertos en España 2008-2023*. Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/489035/establecimientos-hoteleros-abiertos-en-espana/#:~:text=En%202023%2C%20abrieron%20sus%20puertas,cercana%20las%20cifras%20pre%2Dpandémicas>

respectivamente, mientras que Baleares y Canarias se sitúan en el séptimo y noveno puesto con 747 y 576 establecimientos hoteleros respectivamente²⁵.

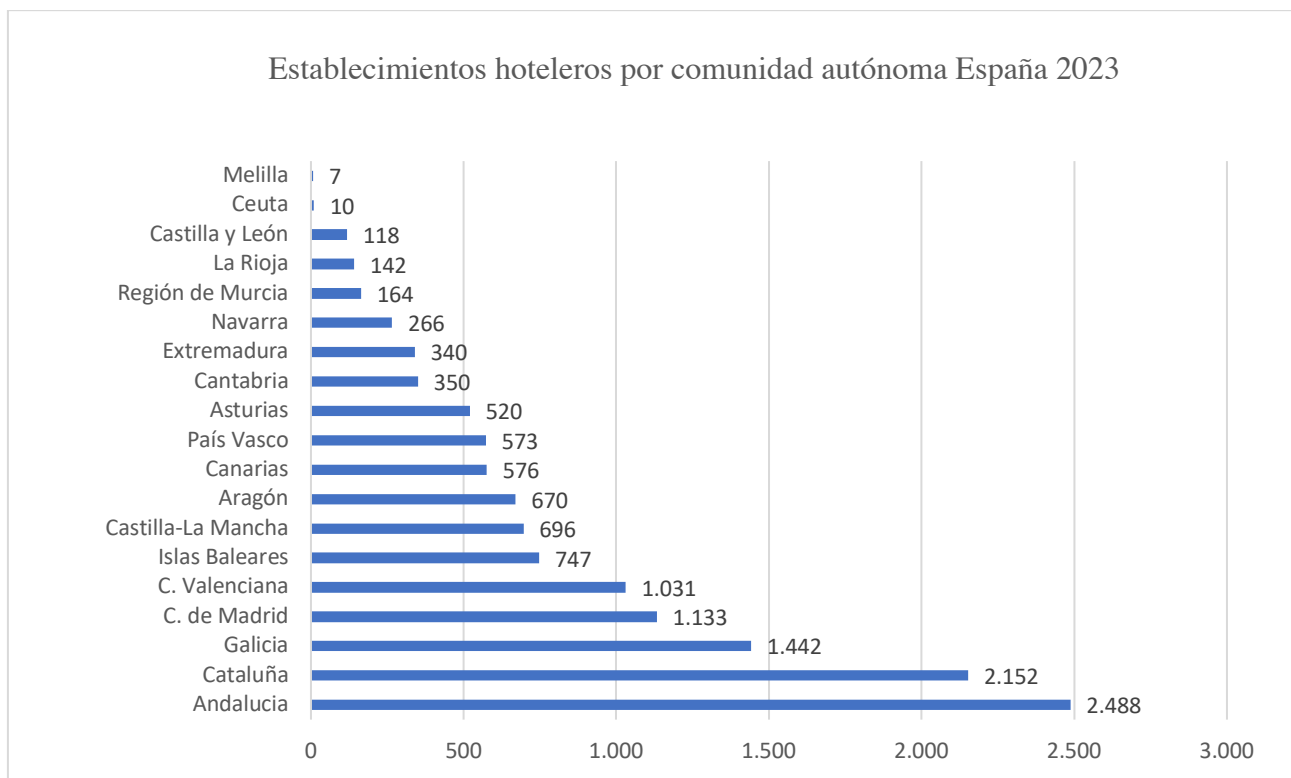
Gráfico N.º 12: Evolución de la media anual de establecimientos hoteleros en España de 2013 a 2023



Fuente: Elaboración propia según los datos publicados por Statista

²⁵ Statista Research Department, & 2024, 2 abr. (n.d.). *Hoteles por comunidad autónoma en España en 2023*. Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/501884/media-de-establecimientos-hoteleros-por-cc-aa-espana/>

Gráfico N.º 13: Establecimientos hoteleros por comunidad autónoma España 2023



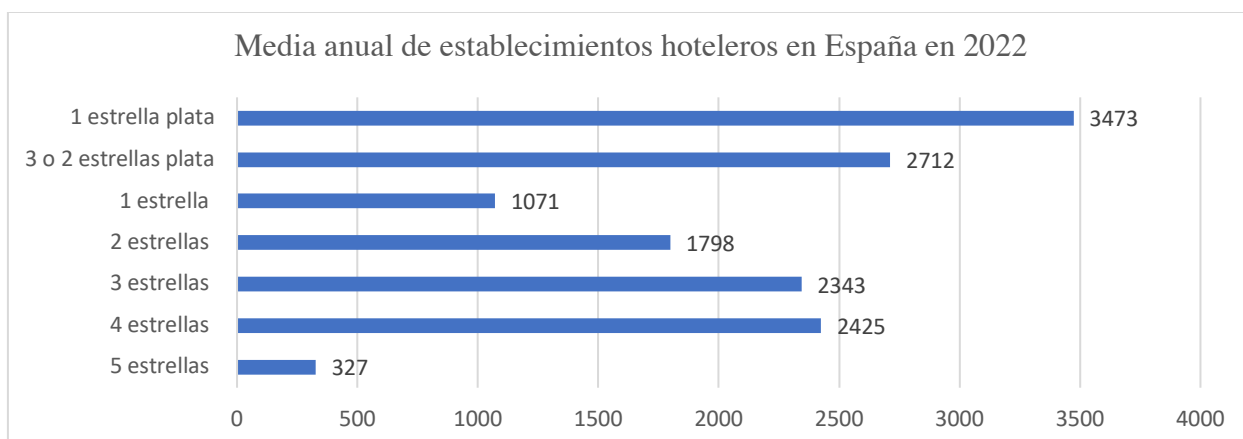
Fuente: Elaboración propia según los datos publicados por Statista

Asimismo, cabe destacar que la categoría con mayor número de hoteles en España en 2022, era 1 estrella plata, por detrás de 3 o 2 estrellas plata. No obstante, si nos fijamos en las estrellas oro, la categoría más común es 4 estrellas y a su vez, si observamos la gráfica inferior, es la categoría con mayor grado de ocupación por encima de las estrellas plata, por lo que podemos concluir que a pesar de que haya mayor número de hoteles con estrellas plata, los turistas prefieren las estrellas oro^{26 27}.

²⁶ Statista Research Department, & 2023, 5 dic. (n.d.). *Número de Hoteles en España según categoría*. Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/501143/establecimientos-hoteleros-segun-categoria-en-espana/>

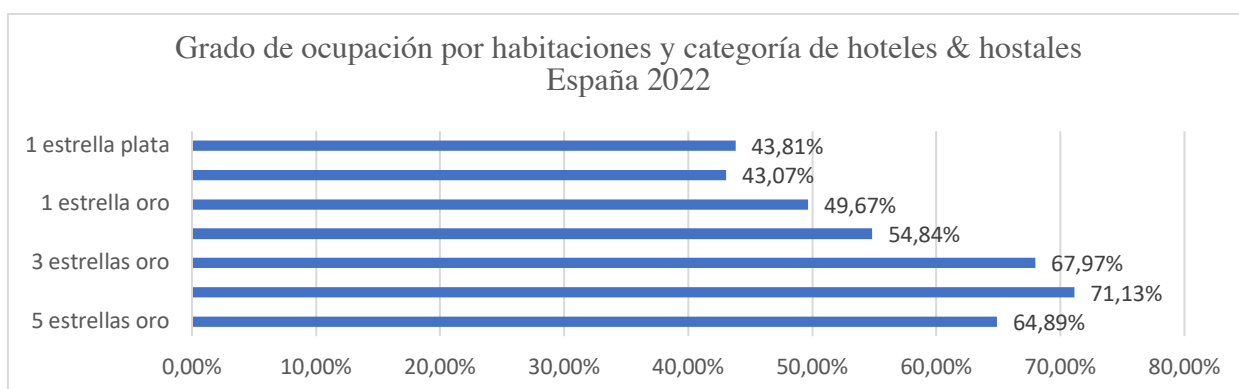
²⁷ Statista Research Department, & 2023, 5 dic. (n.d.-a). *Número de Hoteles en España según categoría*. Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/501143/establecimientos-hoteleros-segun-categoria-en-espana/>

Gráfico N.º 14: Media anual de establecimientos hoteleros en España en 2022, por categoría



Fuente: Elaboración propia según los datos publicados por Statista

Gráfico N.º 15: Grado de ocupación por habitaciones y categoría de hoteles & hostales España 2022

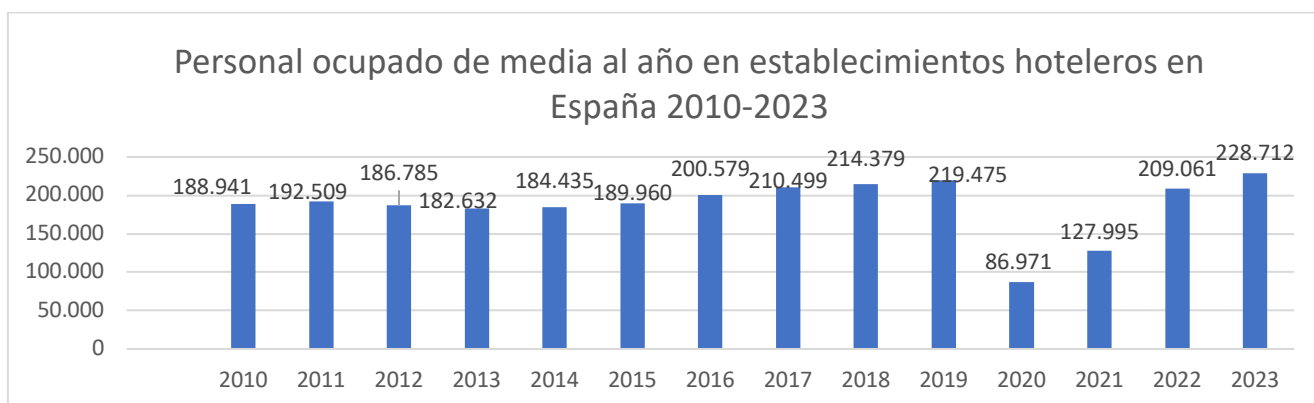


Fuente: Elaboración propia según los datos publicados por Statista

Por otro lado, la tabla a continuación confirma la importancia que tiene el sector hotelero en la creación de empleo. Podemos observar que la evolución del personal ocupado de media al año en establecimientos del sector hotelero en España desde 2010 hasta 2023, tiene una tendencia mayoritariamente positiva, aumentando paulatinamente de 188.941 a 219.475, lo que nos indica un crecimiento del sector hotelero español. No obstante, como comenté anteriormente la pandemia de COVID-19 y a las restricciones impuestas a los viajeros tuvo grandes impactos en la industria hotelera. Podemos observar cómo en 2020 el número de empleados disminuyó drásticamente, llegando a solo 86.971, lo que supuso el cierre temporal de numerosos establecimientos hoteleros, como he comentado anteriormente (gráfico 12). En 2021, el sector comenzó a recuperarse

lentamente, pero no fue realmente hasta 2022 cuando el sector se recuperó, alcanzando 209.061 empleados, principalmente debido a la flexibilización en las restricciones de los viajeros. Por último, en 2023 el sector hotelero alcanzó su mayor número de empleados, logrando los 228.712, lo que demuestra una recuperación sólida y un crecimiento del sector que mediante se ha ido adaptando a la nueva normalidad ha vuelto a atraer a viajeros tanto nacionales como internacionales²⁸.

Gráfico N.º 16: Personal ocupado de media al año en establecimientos hoteleros en España 2010-2023



Fuente: Elaboración propia según los datos publicados por Statista

En cuanto a los datos más recientes, cabe destacar que según los últimos datos publicados por la *INE* en febrero de 2024, las pernoctaciones en el sector hotelero incrementaron un 10,3% en febrero respecto al febrero de 2023. Lo mismo sucede con la facturación media por habitación ocupada la cual aumentó un 7%, pasando de ser 99,2€ en 2023 a 106,7 en 2024²⁹. Un artículo de *CBRE* confirma que en 2024 el sector hotelero seguirá creciendo. Tras el año histórico del sector hotelero en 2023, se prevén aumentos más equilibrados, esperando alcanzar los 113,8 millones de viajeros y 352 millones de pernoctaciones, lo que supondría un incremento del 1,6% y el 2,5% respectivamente en comparación con los datos alcanzados en 2023 de las que hablaré detenidamente más adelante. En términos

²⁸ Publicado por Statista Research Department, & 2024, 25 mar. (2024a, March 25). *Hoteles de España: Cifra Anual de Empleados*. Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/501292/promedio-del-personal-ocupado-en-establecimientos-hoteleros-en-espana/>

²⁹ *Hoteles: Encuesta de ocupación, índice de Precios e indicadores de rentabilidad. Últimos Datos*. INE. (n.d.-c). https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736177015&menu=ultiDato&idp=1254735576863

monetarios, a finales de 2024 se prevé un aumento moderado del precio medio por habitación ocupada (ADR por sus siglas en inglés) del 2,3% anual con respecto a 2023. Asimismo, se espera un ingreso medio por habitación disponible (RevPar por sus siglas en inglés) del 3,4% con respecto al año anterior³⁰.

A pesar de la gran recuperación del sector hotelero, no podemos olvidarnos del impacto tan drástico que tuvo la pandemia de COVID-19 en la hostelería, más concretamente en el sector hotelero. Según los datos publicados por *Statista*, la media de hoteles abiertos en 2020 sufrió una caída de más del 35%, la cifra más baja de las últimas décadas. Mientras que en 2019 la media de empleados en establecimientos hoteleros logró su récord con aproximadamente 220.000 personas, en 2020 apenas llegó a los 100.000. En cuanto al número de visitantes, cabe destacar una caída del 70% y casi un 75% en las pernoctaciones. Sin embargo, en 2021 el sector se fue recuperando lentamente, con más de 30 millones de pernoctaciones especialmente de turistas del Reino Unido, Alemania y Francia, siendo estos los principales mercados del turismo español. Respecto a las principales zonas turísticas en 2021, fueron Mallorca para el turismo extranjero y la Costa Blanca para el turismo nacional. Asimismo, en 2020 la inversión hotelera sufrió una caída de 1.500 millones de euros con respecto a 2019, no obstante, en 2021 comenzó a recuperarse hasta lograr cifras históricas en 2023 de las que hablaré más detenidamente más adelante³¹.

A pesar de la incertidumbre creada por la situación macroeconómica de los últimos meses, un estudio realizado por *CBRE (Análisis y proyecciones del sector hotelero español)*, basándose en los datos de la INE, confirmaba que el sector hotelero se está recuperando y que se prevé alcanzar récords históricos hasta la fecha. Tanto es así, que, en junio de 2023, España alcanzaba niveles históricos tanto en el número de viajeros como en las pernoctaciones, con 50,7 millones y 149,7 millones respectivamente. Estos datos son muy similares a los prepandémicos, incrementando un 1,8% el número de viajeros y un 0,2% las pernoctaciones. También, las cifras del primer semestre de 2023

³⁰ El Sector Hotelero Seguirá Al Alza en 2024. (n.d.-c). <https://www.cbre.es/insights/articles/el-sector-hotelero-seguira-al-alza-en-2024>

³¹ (n.d.-b). *Tema: Sector hotelero en España*. Statista. <https://es.statista.com/temas/3875/sector-hotelero-en-espana/#topicOverview>

demuestran que debido a la inflación de los últimos años, los precios sufrieron un notable incremento, alcanzando un precio medio récord por habitación de 104 euros, un 8,5% por encima de 2022 y un 21.7% por encima de 2019.

Los gráficos inferiores, muestran una comparación del número de viajeros y de pernoctaciones de 2019, 2022 y 2023, dónde podemos corroborar que los datos prepandémicos no se alcanzan hasta el primer semestre de 2023³².

Gráfico N.º 17: Número mensual de viajeros y pernoctaciones para los años 2019, 2022 y 2023

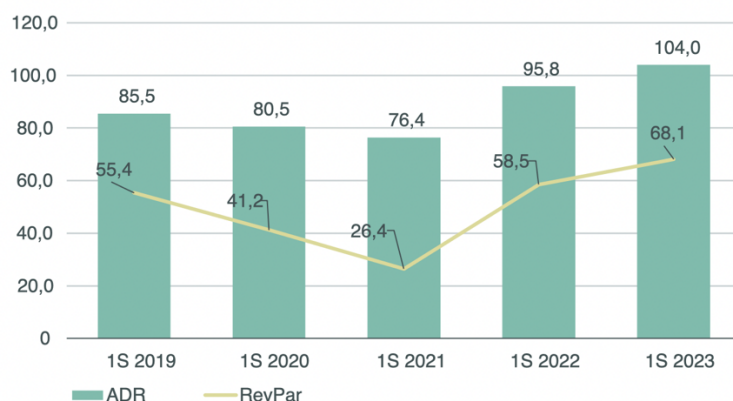


Fuente: CBRE Data Science a partir de los datos de INE

En la gráfica inferior, podemos observar la variación de los ADR y los RevPAR de los primeros semestres de los últimos cinco años. Por un lado, RevPar (*Revenue Per Available Room*), es un medidor muy importante en la industria hotelera, pues valora el rendimiento financiero, haciendo referencia a los “ingresos por habitación disponible”. Por otro lado, ADR (*Average Daily Rate*), es otro KPI del sector hotelero, el cual hace referencia al “ingreso medio obtenido por una habitación ocupada”. Podemos ver un aumento significativo en los ingresos medios por habitación disponible (RevPar), exactamente un 16,4%, así como un aumento en la demanda del primer semestre de 2023, lo que aumenta la ocupación. *Ídem*

³² Análisis y proyecciones del sector hotelero español. (n.d.-a). <https://www.cbre.es/insights/viewpoints/analisis-y-proyecciones-del-sector-hotelero-espanol>

Gráfico N.º 18: Valores de ADR y RevPar correspondiente al primer trimestre.



Fuente: CBRE Data Science a partir de los datos de INE

Este gráfico indica que las tres cadenas hoteleras con mayor número de habitaciones en España en 2023 fueron: Meliá Hotels International, Barceló Hotel Group y Eurostars Hotel Company³³.

Gráfico N.º 19: Ranking de cadenas hoteleras españolas con más habitaciones en España 2023



Fuente: Elaboración propia según los datos publicados por Statista

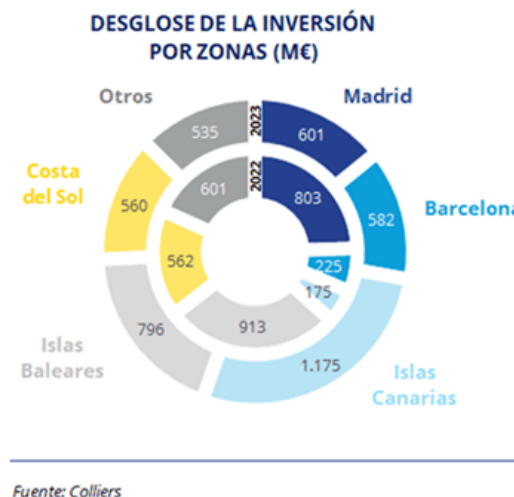
³³ Statista Research Department, & 2024, 2 abr. (n.d.-b). Cadenas de Hoteles españolas con más habitaciones en España. Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/502471/cadenas-hoteleras-espanolas-con-mayor-numero-de-habitaciones-en-espana/>

Por último, cabe destacar que España lidera a nivel europeo la inversión hotelera, superando a Francia, Italia y el Reino Unido, alcanzando los 4.248 millones de euros en 2023, únicamente por detrás de 2018, donde la inversión hotelera superó los 4.800 millones de euros según el informe publicado por *Colliers* a principios de año.

En 2023, como podemos observar en la gráfica, a nivel vacacional, en Canarias se registraron 39 operaciones valoradas en 1.175 millones de euros, situándose líder en este segmento. Baleares ha pasado a segundo lugar, debido a su disminución en 2023 frente a 2022, pasando de 913 millones a 796 millones. Las grandes inversiones en ambos archipiélagos, se debe principalmente a la mega operación entre GIC y HI Partners, interviniendo 27 activos en Canarias y 19 en Baleares. En tercer lugar se encuentra Madrid con una valoración de 602 millones, seguida de Barcelona y la Costa del Sol.

Podemos concluir, que tanto Canarias como Baleares son líderes en el sector vacacional tal y como demuestran los datos en cuanto al número de operaciones y su gran valor monetario durante 2023. Asimismo, ambos archipiélagos son muy atractivos para los inversores, a causa no solo de su clima sino también de su atractivo turístico que los convierten en uno de los destinos preferidos para el turismo vacacional y puntos cruciales para el crecimiento del sector hotelero de nuestro país³⁴.

Gráfico N.º 20: Desglose de la inversión por zonas (M€)



Fuente: Colliers

³⁴ Colliers | the hotel investment in Spain soars in 2023, with 4,248 million €. (n.d.). <https://www.colliers.com/en-es/news/la-inversion-hotelera-en-espanha-en-2023>

2.3 Turismo canario vs turismo balear

Como he comentado anteriormente, 2023 ha sido un año histórico para el turismo de nuestro país, recibiendo a 85,1 millones de turistas, lo que supone un crecimiento del 18,7% con respecto a 2022 y de un 2% si lo comparamos con los últimos datos previos a la pandemia. Asimismo cabe destacar que el gasto turístico alcanzó los 108,6 millones de euros, un 24,7% más que en 2022 y un 18,2% más que en 2019. Las comunidades autónomas que más turistas recibieron como comenté anteriormente fueron Cataluña, seguida de Baleares y Canarias. Los datos superan las expectativas del Ministerio de Industria y Turismo, que preveían cerrar el año con 84 millones de turistas³⁵. Las espléndidas playas paradisíacas, su clima excepcional y la riqueza cultural de ambos archipiélagos hacen que la elección sea todo un reto para los turistas. Cabe destacar que Canarias ha liderado el crecimiento económico en España en 2023 gracias al empujón turístico. Han sido junto a Baleares las dos comunidades autónomas con mayores subidas del PIB, por encima del promedio nacional³⁶.

2.3.1 Impacto económico

Por un lado, cabe destacar que el Producto Interior Bruto canario en 2023 ha aumentado un 3,9%. En términos nominales, se sitúa en los 54.240 millones de euros, lo que supone un aumento del 15% en comparación con los datos prepandémicos. Además, cabe mencionar que por primera vez se ha superado el millón de personas ocupadas, alcanzando los 1,01 millones de ocupados frente a las 196.400 desempleadas³⁷. El Gobierno de Canarias y Exceltur, afirmaban según el estudio Impactur 2022 que el turismo aportaba un 35% del PIB regional y creaba un 40% del total del empleo en las

³⁵ Mingo, B. M. (2024, February 2). *España Marca Un Nuevo Récord en Turismo en 2023: Se supera en número de personas y en gasto*. Diario ABC. <https://www.abc.es/economia/espana-marca-nuevo-record-turismo-2023-supera-20240202103454-nt.html>

³⁶ Delgado, R. (2024, February 12). *Canarias lidera el crecimiento económico en Toda España Gracias Al Empujón turístico récord de 2023*. elDiario.es. [https://www.eldiario.es/canariasahora/economia/canarias-lidera-crecimiento-economico-espana-gracias-empujon-turistico-record-2023_1_10918006.html#:~:text=Tanto%20Canarias%20como%20Baleares%2C%20y,a%202022\)%2C%20y%20con%20Baleares](https://www.eldiario.es/canariasahora/economia/canarias-lidera-crecimiento-economico-espana-gracias-empujon-turistico-record-2023_1_10918006.html#:~:text=Tanto%20Canarias%20como%20Baleares%2C%20y,a%202022)%2C%20y%20con%20Baleares)

³⁷ elDiario.es. (2024, February 22). *El Pib de Canarias Creció un 3,9% en 2023, por encima de lo esperado*. https://www.eldiario.es/canariasahora/economia/pib-canarias-crecio-3-9-2023-esperado_1_10948295.html#:~:text=Calle%20Mayor%20de%20Triana%20de%20Las%20Palmas%20de%20Gran%20Canaria.&text=La%20econom%C3%ADa%20canaria%20ha%20experimentando,de%20lo%20que%20estaba%20previsto

islas, más concretamente 344.358 puestos de trabajo. Asimismo, el informe señala que por cada 100 euros generados directamente por el turismo, se aportan casi la mitad a otras actividades y que por cada 100 empleos directos se generan 38 indirectos en otros sectores³⁸.

Por otro lado, el PIB balear creció un 3,8% en 2023, situándose en 36.812,67 millones de euros. El mayor peso en la estructura productiva balear se lo llevan el comercio, el transporte, la hostelería y el ocio, suponiendo un 40,8% del PIB regional, por lo que el turismo es sin duda un factor crucial para la economía balear³⁹. En 2023 14,4 millones de turistas internacionales visitaron el archipiélago balear lo que supuso un ingreso a la industria hotelera de 17.722 millones de euros. Si comparamos estos datos con los de 2022, aumentaron un 9,1% y un 16,% respectivamente⁴⁰.

2.3.2 Temporada turística & clima

Las Islas Canarias, conocidas como “las islas afortunadas”, se caracterizan por su clima subtropical. Asimismo cabe destacar que en Canarias se dan diversos microclimas, por lo que la temperatura suele variar a menudo de isla a isla o incluso según la zona de la isla en la que te encuentres. Fuerteventura y Lanzarote son las islas más áridas, con menor probabilidad de precipitaciones y a su vez las más calurosas a pesar de sus fuertes ráfagas de viento, mientras que el resto de las islas, Gran Canaria, La Palma, El Hierro, Tenerife y la Gomera son las más húmedas y debido a sus zonas altas por encima de los 1.000 metros de altitud, hay grandes variaciones climáticas entre el interior y la costa. Las temperaturas medias anuales oscilan los 20 grados y en verano no suelen pasar de los 30 grados, salvo épocas de mucho calor y de calima.

³⁸ Canarias Lideró La recuperación turística nacional en 2023... Portal de Noticias del Gobierno de Canarias. (n.d.). <https://www3.gobiernodecanarias.org/noticias/canarias-lidero-la-recuperacion-turistica-nacional-en-2023-con-16-961-millones-de-euros-un-355-del-pib-regional/>

³⁹ Beatriz Villafranca Serrano 9 de abril de 2024, Serrano, B. V., Pedro Álvarez Ondina Alberto Graziano 8 de abril de 2024, Pedro Álvarez Ondina Alberto Graziano, Ondina, P. Á., Graziano, A., Javier García Arenas 5 de abril de 2024, & Arenas, J. G. (2024, February 1). *Islas baleares*. CaixaBank Research. <https://www.caixabankresearch.com/es/publicaciones/fichas-comunidades-autonomas/islas-baleares>

⁴⁰ Economía de Mallorca. (2024, February 2). *Balance Turístico de 2023 en baleares; 14,4 millones de visitantes extranjeros y 17.22m€ de gasto*. <https://www.economiademallorca.com/articulo/turismo-y-hosteleria/balance-turistico-baleares-144-millones-visitantes-extranjeros-1722mE-gasto/20240202124153090796.html>

Mientras que la temporada media/baja suele ser los meses de abril, mayo, junio, septiembre, la temporada alta en Canarias es de octubre a marzo aproximadamente, coincidiendo con las Navidades, Carnaval y Semana Santa, aunque julio y agosto también es considerado temporada alta para muchos de los establecimientos hoteleros⁴¹.

En el archipiélago balear, la temperatura media durante los meses de invierno gracias a su clima mediterráneo gira entre los 11°C y los 17°C. Sin embargo, durante los meses de verano las temperaturas son mucho más cálidas con un media de 30°C.

Mientras que los meses de invierno son la temporada alta en el caso de las Islas Canarias, en las Islas Baleares su temporada alta son los meses de julio y agosto, debido a que sus temperaturas aumentan y cuentan con sus aguas cálidas turquesas. La temporada media son los meses de septiembre y octubre, puesto a que las temperaturas no son tan elevadas y hay menos aglomeraciones. Por último, su temporada baja son los meses de invierno, debido a que sus temperaturas bajan en gran medida y las posibilidades de lluvia incrementan⁴².

2.3.3 Tipo de turismo

2.3.3.1 Tipo de cliente

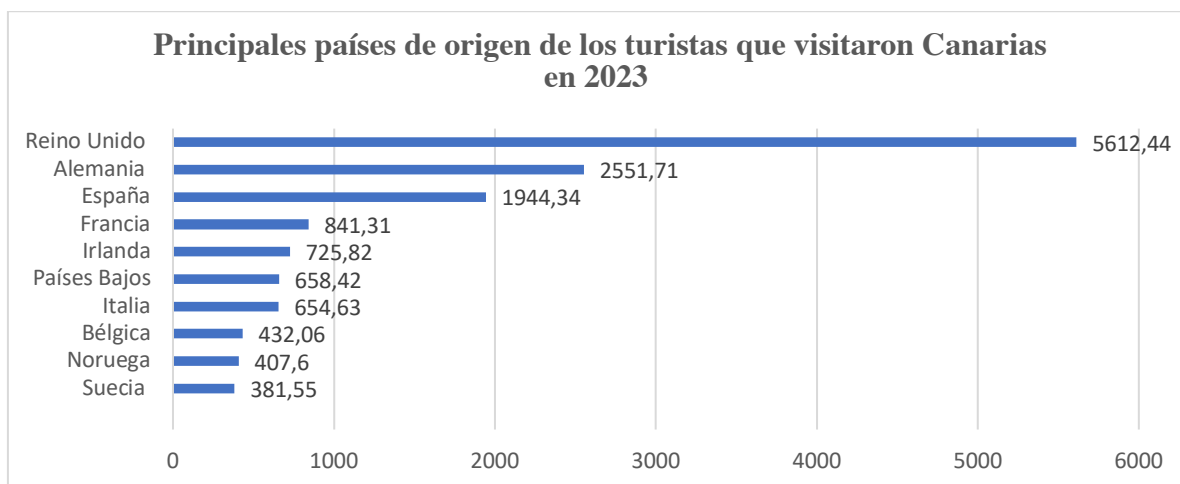
Si analizamos las dos gráficas inferiores, podemos observar que a pesar de que los datos de las Islas Baleares de 2023 aún no hayan sido publicados, las nacionalidades más comunes en ambos archipiélagos son el Reino Unido, Alemania y España, aunque en Baleares la presencia de españoles es mucho más alta. En el caso de Canarias los turistas británicos superan los cinco millones, superando los datos previos de 2019 y los alemanes se acercan a los 3 millones. Por otro lado, en el caso de las Baleares, los turistas alemanes

⁴¹ Serna, R. (2023, August 26). *¡mejor época para viajar a Canarias! Precio, Clima Y Afluencia*. Viajeros 3.0 - Blog de viajes por libre en español . <https://viajeros30.com/2022/07/10/mejor-epoca-para-viajar-a-canarias/>

⁴² *Mejor época para visitar Mallorca según El Tiempo*. Posada Terra Santa. (n.d.). <https://www.posadaterrasanta.com/mejor-epoca-para-visitar-mallorca-segun-el-tiempo/#:~:text=La%20temporada%20alta%20coincide%20con,frecuentes%20y%20los%20precios%20suban.>

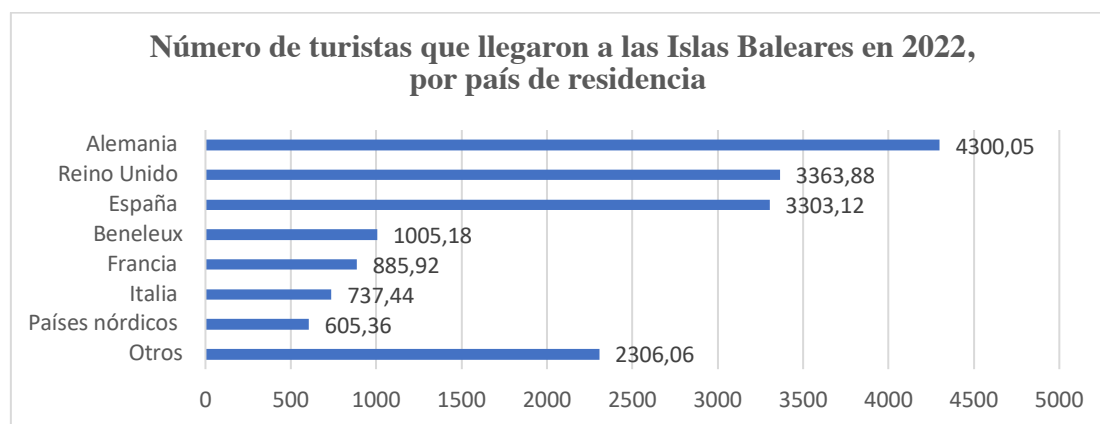
superan los 4 millones, mientras que los turistas británicos además de los españoles rondan alrededor de los 3,2 millones^{43 44}.

Gráfico N.º 21: Principales países de origen de los turistas que visitaron Canarias en 2023 (en miles de personas)



Fuente: Elaboración propia según los datos publicados por Statista

Gráfico N.º 22: Número de turistas que llegaron a las Islas Baleares en 2022, por país de residencia (en miles de personas)



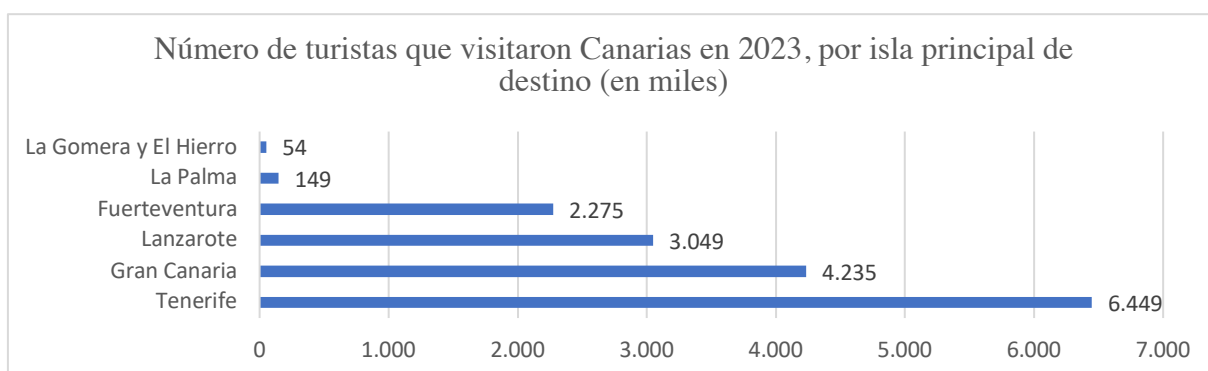
Fuente: Elaboración propia según los datos publicados por Statista

⁴³ Statista Research Department, & 2024, 13 mar. (2024a, March 13). *Turistas en canarias: Principales Países de Origen*. Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/521911/numero-de-turistas-internacionales-en-canarias-por-pais-de-residencia/>

⁴⁴ Statista Research Department, & 2023, 12 sept. (2023, September 12). *Turistas por país de origen en las Islas baleares*. Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/536516/turistas-en-las-islas-baleares-por-pais-de-residencia/>

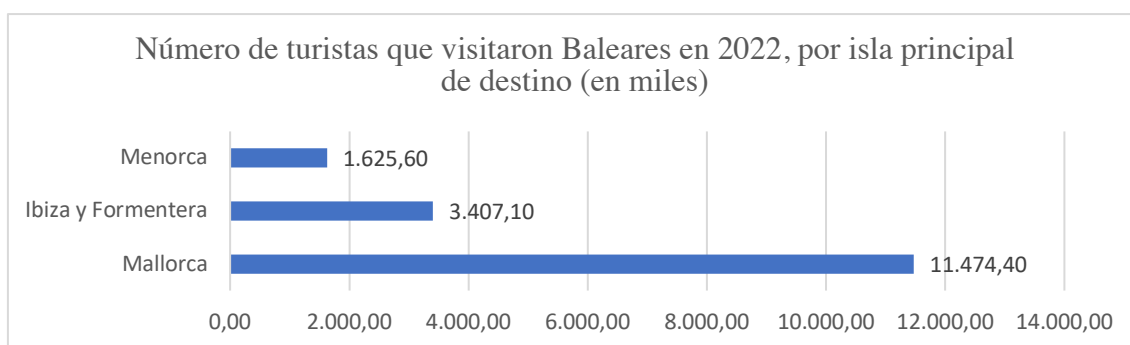
Las gráficas siguientes muestran cuántos turistas visitaron Canarias en 2023, con Tenerife como la isla más visitada, seguida por Gran Canaria y Lanzarote⁴⁵. En Baleares, la gráfica corresponde a 2022 y muestra que Mallorca fue la isla más visitada, superando significativamente a Tenerife ⁴⁶. En comparación con ambos archipiélagos, las cinco islas más visitadas serían Mallorca, Tenerife, Gran Canaria, Ibiza-Formentera y Lanzarote

Gráfico N.º 23: Número de turistas que visitaron Canarias en 2023, por isla principal de destino (en miles)



Fuente: Elaboración propia según los datos publicados por Statista

Gráfico N.º 24: Número de turistas que visitaron Baleares en 2022, por isla principal de destino (en miles)



Fuente: Elaboración propia según los datos publicados por Statista

⁴⁵ Abigail Orús, & 2024, 13 mar. (2024, March 13). *Número de Turistas por isla en canarias en 2023*. Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/526731/numero-de-turistas-que-visitaron-canarias-por-isla-de-destino/>

⁴⁶ Statista Research Department, & 2024, 22 may. (2024b, May 22). *Baleares: Turistas Nacionales y extranjeros Según isla*. Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/538738/llegada-de-turistas-nacionales-e-internacionales-a-las-islas-baleares-por-isla/>

En cuanto al perfil del turista en Canarias, cabe mencionar que según los resultados de la Encuesta sobre Gasto Turístico elaborada por el Instituto Canario de Estadística (Istac), casi el 60% de los turistas que visitaron Canarias el primer trimestre de 2023 tenía más de 44 años. Asimismo, cabe destacar que el 53,37% viajaba en pareja y casi un 30% con hijos, además, sólo un 6,7% asegura acudir a las islas para visitar a familiares o amigos. Generalmente el turista que viaja a Canarias se caracteriza por ser un turista repetidor, pues el 75% de los encuestados ya había viajado anteriormente a las islas. Otro aspecto a resaltar es la anticipación con la que los turistas organizan sus viajes, pues casi un 45% lo organiza con más de 3 meses de antelación⁴⁷. Por último, los motivos por lo que los turistas eligen las Islas para sus vacaciones son el clima (75%), la seguridad (51,3%) y la tranquilidad (46,5%)⁴⁸.

Por un lado, en cuanto al perfil del turista español en Baleares, cabe destacar que el 40,5% de los turistas tienen entre 25-44 años. Asimismo, únicamente el 37,7% se aloja en hoteles, ya que el 16,6% prefiere alojamientos de alquiler y el 34,6% vivienda de familiares o amigos. Es por ello, que casi el 15% de los turistas afirman que el motivo principal del viaje es la visita a familiares, mientras que el 75,4% afirma que viaja a Baleares para disfrutar de sus vacaciones. Por último, destacar que el 75% de los españoles que visitaron el archipiélago balear en 2023 afirma haber estado mínimo alguna vez anterior. Por otro lado, tras haber analizado el perfil de los turistas extranjeros de las principales nacionalidades que recibe Baleares, podemos concluir que casi el 50% ronda entre los 25-44 años, al igual que los turistas nacionales. Sin embargo, el 66,6% de los turistas extranjeros prefieren alojarse en hoteles y el 92,9% afirma que su motivo principal de viaje es para disfrutar de sus vacaciones, frente al 6,5% que afirma visitar Baleares para ir a visitar a familiares⁴⁹.

⁴⁷ *El Perfil del Turista en datos " el blog De Ashotel.* EL BLOG DE ASHOTEL. (n.d.).
<https://blog.ashotel.es/2023/05/29/el-perfil-del-turista-en-datos/>

⁴⁸ *El Perfil del Turista en datos " el blog De Ashotel.* EL BLOG DE ASHOTEL. (n.d.).
<https://blog.ashotel.es/2023/05/29/el-perfil-del-turista-en-datos/>

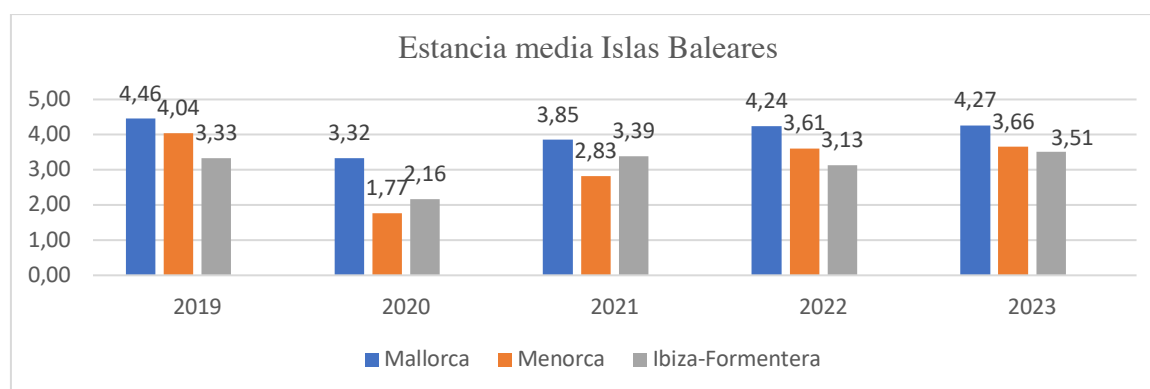
⁴⁹ *Perfil de los turistas por mercado.* Estadísticas del turismo-Perfil de los turistas por mercado. (n.d.).
https://www.caib.es/sites/estadisticasdelaturisme/es/perfil_de_los_turistas_por_mercado/

2.3.3.2 Gasto & Estancia

En primer lugar, en las siguientes gráficas podemos observar la estancia media de los turistas en cada isla de cada uno de los archipiélagos según los datos publicados por la *INE*. En el caso de las Islas Baleares, a pesar de que los datos de Ibiza y Formentera hayan sido unidos, podemos observar que la isla con mayor estancia media es Mallorca y la que menor Menorca, a pesar de ser la única que ha superado los datos prepandémicos.

En el caso de Canarias, he dividido las gráficas según las dos provincias. Por un lado, en la provincia de Las Palmas, la isla con la mayor estancia media es Fuerteventura, seguida del sur de Gran Canaria. Por otro lado, en la provincia de Santa Cruz de Tenerife, la isla con mayor estancia media es el sur de Tenerife, mientras que la isla con menor estancia media es La Gomera. No obstante, cabe destacar que la *INE* no ha analizado los datos de la isla del Hierro, por lo que no sabremos si realmente la isla con menor estancia media es La Gomera o tal vez el Hierro. Por último, por un lado, si comparamos ambas provincias, podemos concluir que las islas canarias con mayor estancia media son: en primer lugar Fuerteventura, seguida del sur de Gran Canaria y de Lanzarote. Por otro lado, comparando ambos archipiélagos podemos observar que la estancia media es mayor en Canarias que en Baleares, incluso que la isla canaria con menor estancia media supera a la isla balear con mayor estancia media⁵⁰.

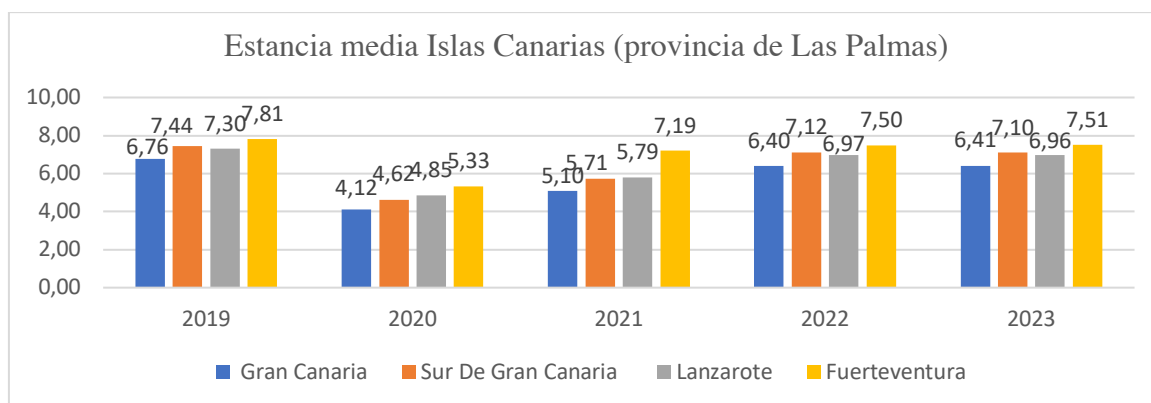
Gráfico N.º 25: Estancia media Islas Baleares



Fuente: Elaboración propia según los datos publicados por *INE*

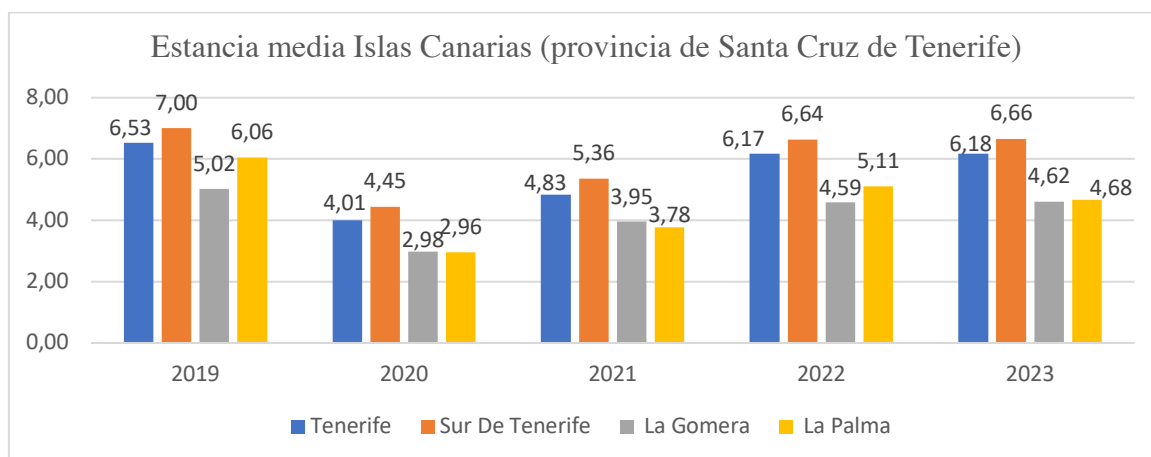
⁵⁰ Estancia Media Por Zonas Turísticas. *INE*. (n.d.). <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=2040>

Gráfico N.º 26: Estancia media Islas Canarias (provincia de Las Palmas)



Fuente: Elaboración propia según los datos publicados por INE

Gráfico N.º 27: Estancia media Islas Canarias (provincia de Santa Cruz de Tenerife)



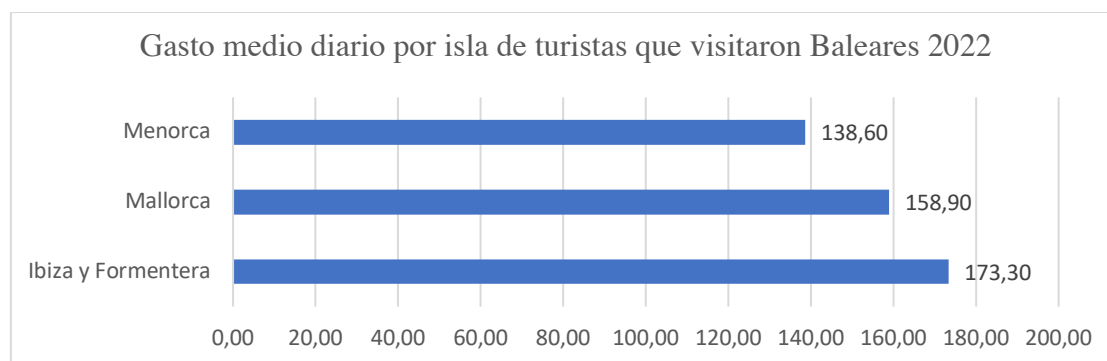
Fuente: Elaboración propia según los datos publicados por INE

En segundo lugar, en la gráfica a continuación podemos ver el gasto medio diario de los turistas que visitaron Baleares en 2022. Podemos contemplar que en las islas donde más dinero se gastan es en Ibiza y Formentera, posteriormente Mallorca y por último Menorca⁵¹. Por último, en el caso de las Islas Canarias, en la gráfica podemos observar el gasto medio diario de los turistas internacionales que visitaron el conjunto del

⁵¹ Statista Research Department, & 2023, 12 sept. (2023, September 12). *Gasto Medio Diario por Isla de los turistas en baleares*. Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/538822/gasto-medio-diario-segun-ista-y-origen-de-los-turistas-que-visitaron-baleares/>

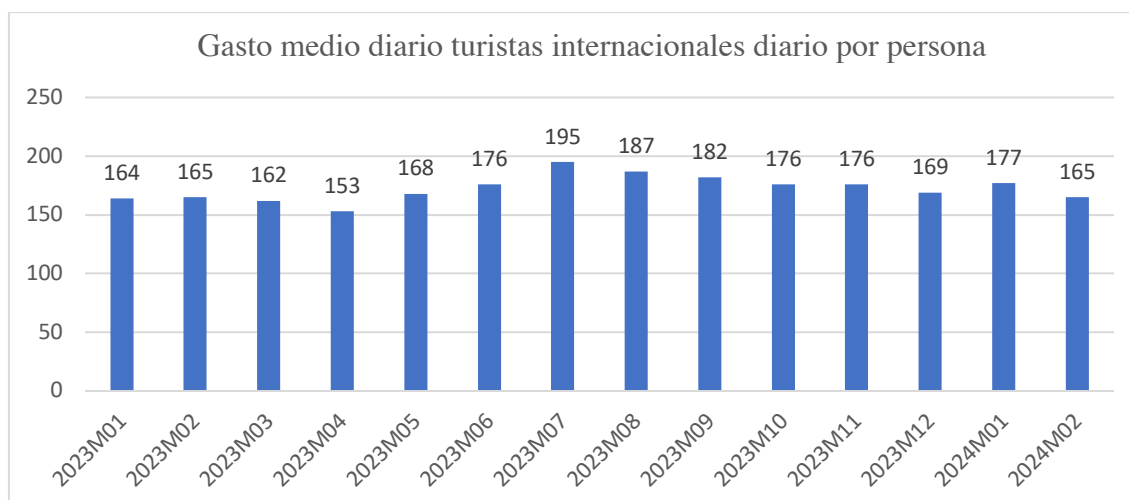
archipiélago el último año, ya que el gasto medio diario de los turistas en cada una de las islas no lo he encontrado^{52 53}.

Gráfico N.º 28: Gasto medio diario por isla de turistas que visitaron Baleares 2022



Fuente: Elaboración propia según los datos publicados por Statista

Gráfico N.º 29: Gasto medio diario turistas internacionales en Canarias por persona



Fuente: Elaboración propia según los datos publicados por INE

⁵² Statista Research Department, & 2023, 12 sept. (2023a, September 12). *Gasto Medio Diario por Isla de los turistas en baleares*. Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/538822/gasto-medio-diario-segun-isla-y-origen-de-los-turistas-que-visitaron-baleares/>

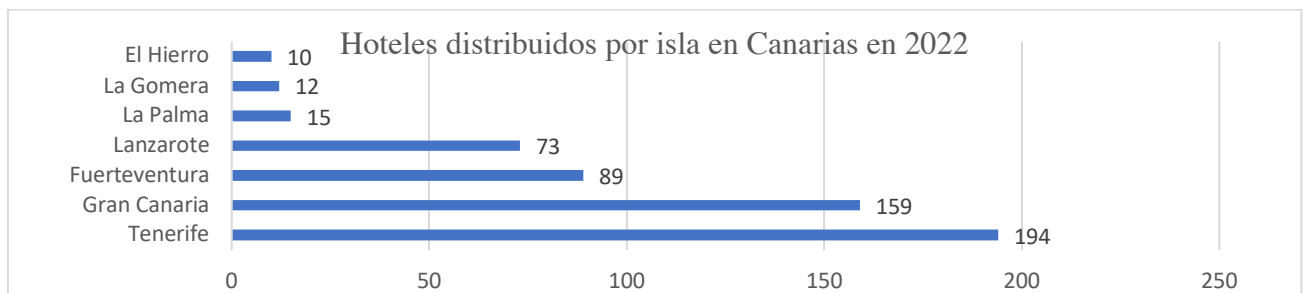
⁵³ *Gasto de los Turistas internacionales según Comunidad Autónoma de Destino principal*. INE. (n.d.-b). <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=10839>

2.3.4 Oferta de los hoteles

En el punto a continuación, analizaré cuál es la oferta que presentan los hoteles en ambos archipiélagos y en cada una de las islas.

En las gráficas a continuación podemos analizar cuántos hoteles tiene cada isla en cada uno de los archipiélagos. En el caso de Canarias, la isla con mayor número de hoteles en 2022 fue Tenerife con un total de 194 hoteles y en segundo y tercer lugar, Gran Canaria y Fuerteventura con 159 y 89 respectivamente, mientras que la isla con menor número de hoteles fue El Hierro⁵⁴. En el caso de Baleares, la isla con más hoteles en 2022 fue Mallorca con casi 700 hoteles, seguida de Ibiza con 129. Sin lugar a duda, si comparamos ambos archipiélagos la isla con mayor oferta de hoteles es Mallorca⁵⁵.

Gráfico N.º 30: Hoteles distribuidos por isla en Canarias en 2022



Fuente: Elaboración propia según los datos publicados por Statista

Gráfico N.º 31: Hoteles distribuidos por isla en Baleares en 2022



Fuente: Elaboración propia según los datos publicados por Statista

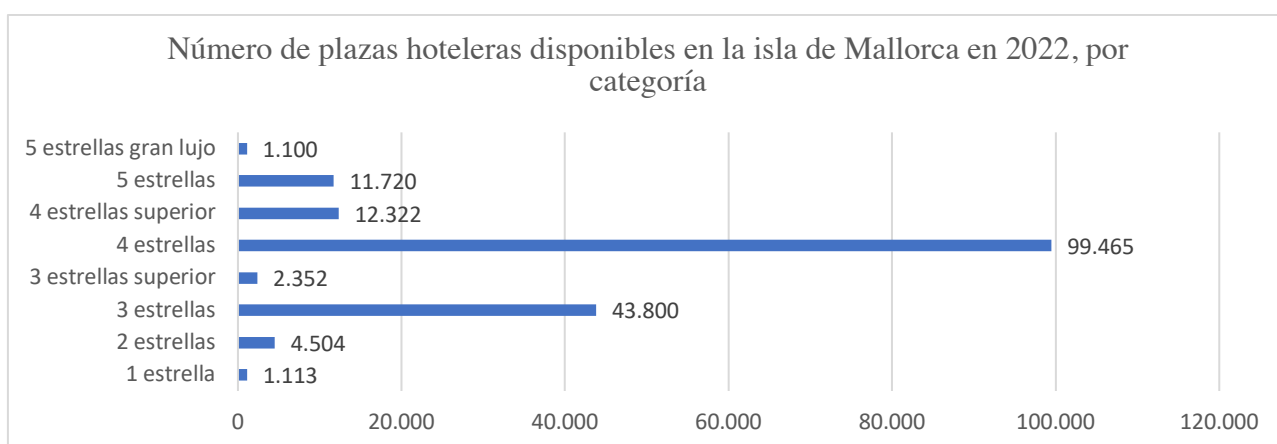
⁵⁴ Statista Research Department, & 2023, 4 jul. (2023a, July 4). *Número de Hoteles por isla en canarias en 2022*. Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/527337/numero-total-de-establecimientos-hoteleros-en-canarias-por-isla/>

⁵⁵ Statista Research Department, & 2023, 12 sept. (2023e, September 12). *Número de Hoteles por isla en las Islas baleares*. Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/539708/hoteles-en-las-islas-baleares-por-isla/>

2.3.4.1 Tipo de hoteles

En primer lugar, las gráficas a continuación analizan el número de plazas hoteleras disponibles en cada una de las Islas Baleares en 2022. En el caso de Mallorca, la categoría con mayor número de plazas hoteleras fue 4 estrellas, donde la oferta alojativa ascendió a más de 99.400 plazas. Asimismo, en Menorca la categoría con mayor número de plazas hoteleras también fue 4 estrellas, mientras que en Ibiza fue 3 estrellas, donde la oferta alojativa ascendió a casi 8.000 y 15.000 plazas respectivamente^{56 57 58}.

Gráfico N.º 32: Número de plazas hoteleras disponibles en la isla de Mallorca en 2022, por categoría



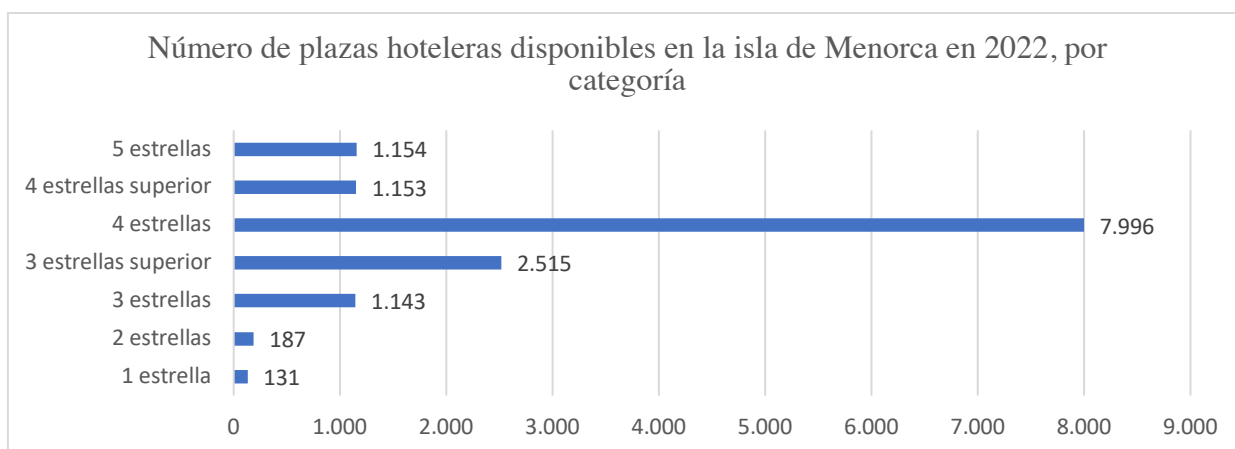
Fuente: Elaboración propia según los datos publicados por Statista

⁵⁶ Statista Research Department, & 2023, 12 sept. (2023c, September 12). *Número de plazas de hotel según categoría en Mallorca*. Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/539696/plazas-de-hotel-en-la-isla-de-mallorca-por-categoria/>

⁵⁷ Statista Research Department, & 2023, 12 sept. (2023c, September 12). *Número de plazas de hotel por categoría en Menorca*. Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/539761/plazas-de-hotel-en-la-isla-de-menorca-por-categoria/>

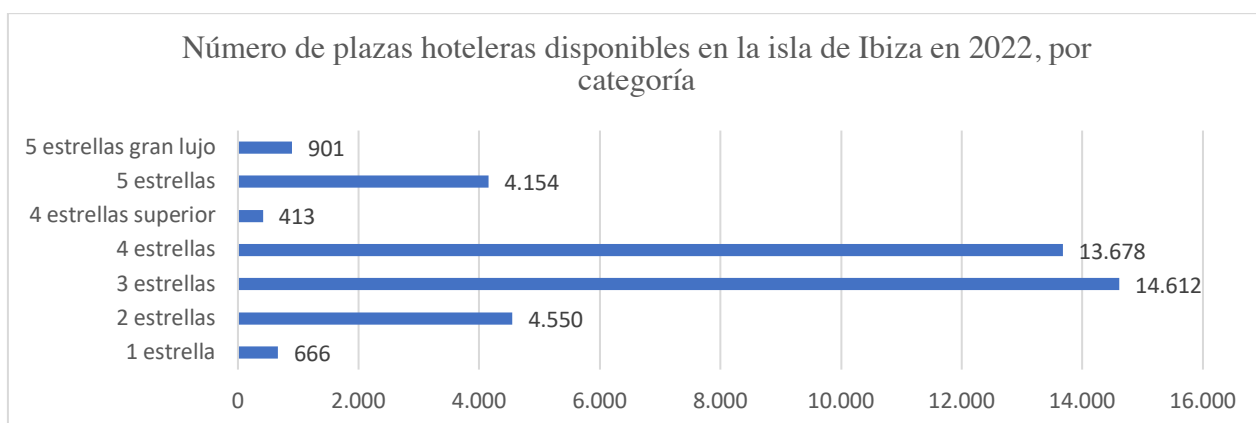
⁵⁸ Statista Research Department, & 2023, 12 sept. (2023c, September 12). *Número de plazas de hotel según categoría en Ibiza*. Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/539768/plazas-de-hotel-en-la-isla-de-ibiza-por-categoria/>

Gráfico N.º 33: Número de plazas hoteleras disponibles en la isla de Menorca en 2022, por categoría



Fuente: Elaboración propia según los datos publicados por Statista

Gráfico N.º 34: Número de plazas hoteleras disponibles en la isla de Ibiza en 2022, por categoría



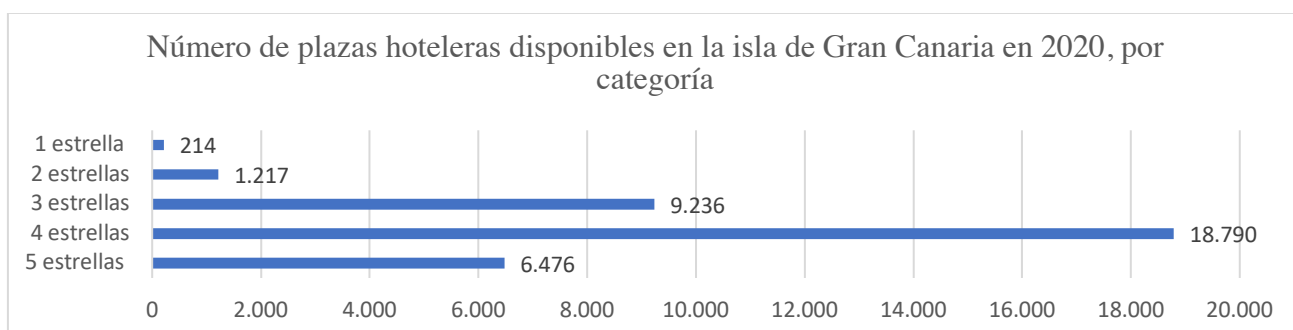
Fuente: Elaboración propia según los datos publicados por Statista

En segundo lugar, las gráficas a continuación muestran el número de plazas hoteleras disponibles en la isla de Gran Canaria en 2020⁵⁹, ya que no se he encontrado datos fiables más recientes, y por otro lado el número de plazas hoteleras disponibles en la isla de

⁵⁹ Statista Research Department, & 2023, 8 sept. (2023c, September 8). *Canarias: Plazas hoteleras por categoría en gran canaria*. Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/526620/numero-de-plazas-hoteleras-en-la-isla-de-gran-canaria-por-categoria/>

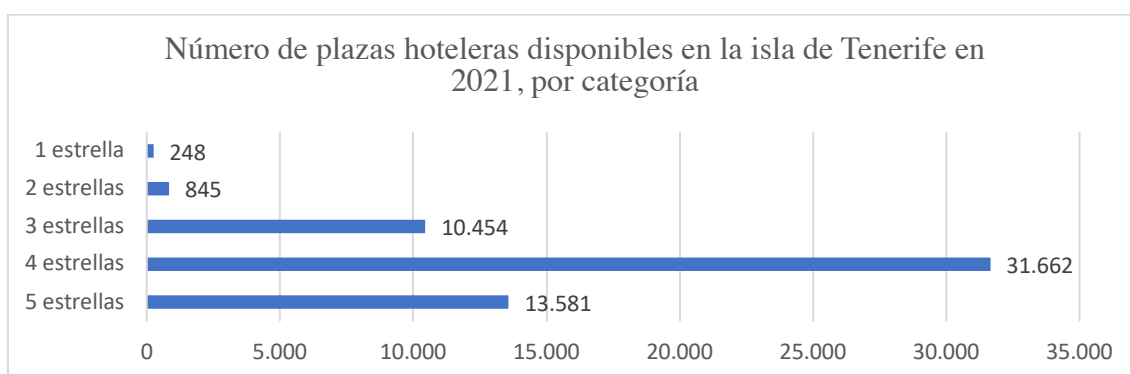
Tenerife en 2021 ⁶⁰. En ambas islas, al igual que lo que sucede en Menorca y Mallorca, podemos observar que la categoría con mayor número de plazas hoteleras fue 4 estrellas, donde la oferta alojativa ascendió a 18.790 en el caso de Gran Canaria y 31.662 en Tenerife. No obstante, a pesar de no tener los datos más recientes del número de plazas hoteleras por categoría en cada una de las islas, en la gráfica 34, podemos observar el número de plazas hoteleras en cada una de las islas Canarias en 2022, con un total de 251.308, siendo Tenerife y Gran Canaria las islas con mayor número de plazas, 89,503 y 65.951 respectivamente⁶¹.

Gráfico N.º 35: Número de plazas hoteleras disponibles en la isla de Gran Canaria en 2020, por categoría



Fuente: Elaboración propia según los datos publicados por Statista

Gráfico N.º 36: Número de plazas hoteleras disponibles en la isla de Tenerife en 2021, por categoría

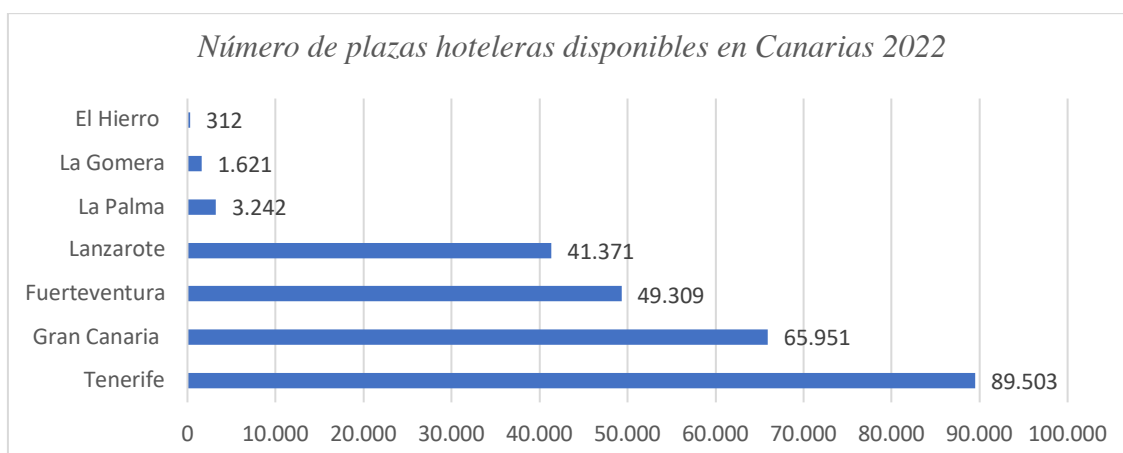


Fuente: Elaboración propia según los datos publicados por Statista

⁶⁰ Statista Research Department, & 2022, 14 jun. (2022b, June 14). *Hoteles en tenerife: Número de plazas según Categoría*. Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/526696/numero-de-plazas-hoteleras-en-la-isla-de-tenerife-por-categoria/>

⁶¹ Oferta Alojativa en Canarias Serie Histórica (2015 - 2022). (n.d.-a). https://turismodeislascanarias.com/sites/default/files/promotur_oferta_categorias_2015-2022_istac.pdf

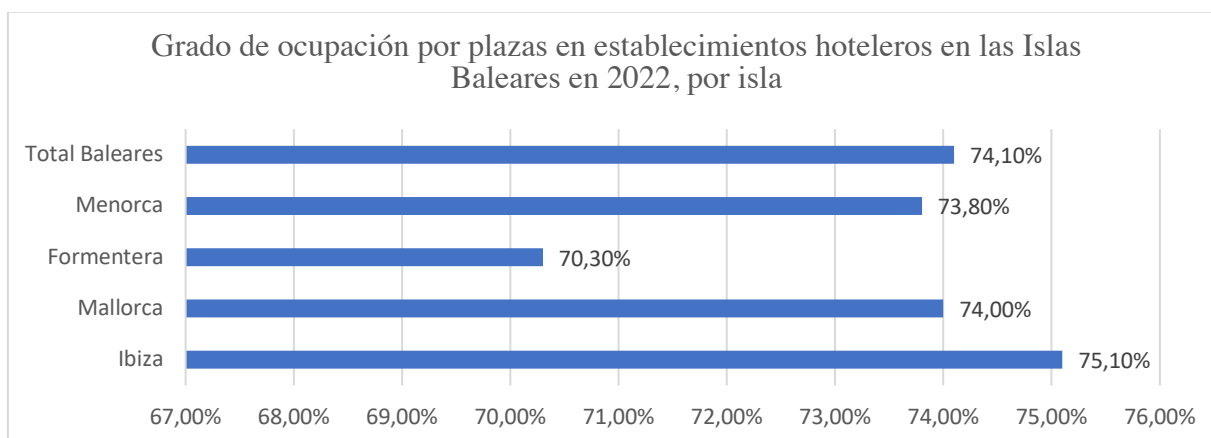
Gráfico N.º 37: Número de plazas hoteleras disponibles en Canarias 2022



Fuente: Elaboración propia según los datos publicados por Turismo de Islas Canarias

La siguiente gráfica muestra el nivel de ocupación por plazas en los establecimientos hoteleros de las Islas Baleares en 2022. Con una ocupación media del 74,10%, las cuatro islas superan el 70%. Ibiza tiene el mayor porcentaje de ocupación, con un 75,10 %⁶².

Gráfico N.º 38: Grado de ocupación por plazas en establecimientos hoteleros en las Islas Baleares en 2022, por isla



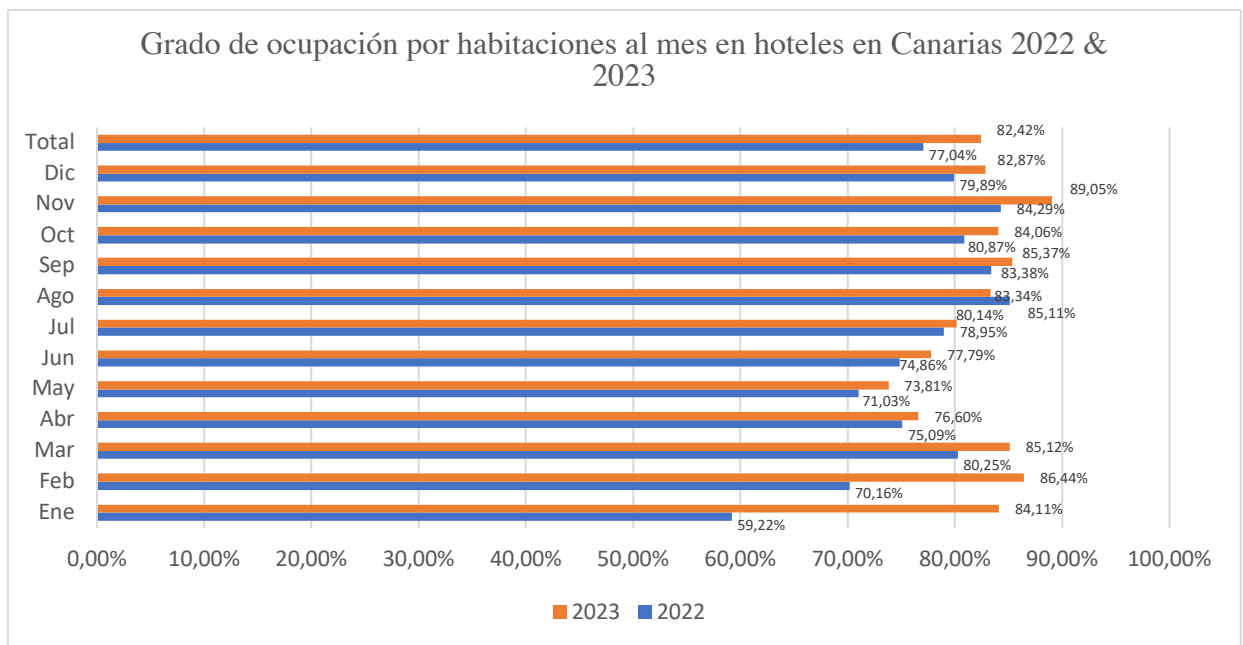
Fuente: Elaboración propia según los datos publicados por Turismo de Islas Canarias

Por otro lado, la gráfica a continuación muestra la evolución mensual del grado de ocupación por habitaciones en los establecimientos hoteleros de Canarias entre 2022 y 2023, a pesar de no haber encontrado el grado de ocupación de cada isla canaria. Sin

⁶² Statista Research Department, & 2024, 22 may. (2024, May 22). *Grado de Ocupación Hotelera en baleares según isla*. Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/539650/ocupacion-media-por-plazas-en-los-hoteles-de-las-islas-baleares/>

embargo, algunos meses de 2023 presentan ligeros descensos en comparación con 2022, como abril (76,60% en comparación con 75,09%), mayo (73,81% en comparación con 71,03%) y agosto (83,34%). Sin embargo, a pesar de estos descensos, la ocupación media anual aumentó del 77,04% en 2022 al 82,42% en 2023, lo que indica una tendencia general de recuperación y crecimiento en la industria hotelera de las Islas Canarias. Además, al comparar los datos de 2022 de Canarias con los de Baleares, podemos ver que el grado de ocupación en Canarias es algo mayor (77,04%) que en Baleares (74,10%)⁶³.

Gráfico N.º 39: Grado de ocupación por habitaciones al mes en hoteles en Canarias 2022 & 2023



Fuente: Elaboración propia según los datos publicados por Turismo de Islas Canarias

2.3.4.2 Precio medio

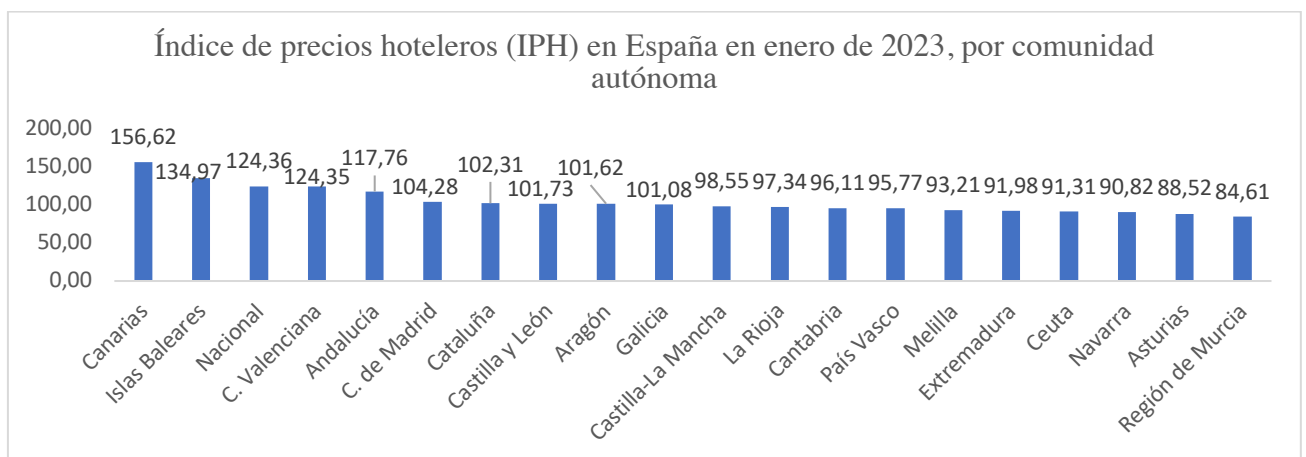
En la gráfica a continuación podemos observar el índice de precios hoteleros (IPH) en España en enero de 2023 de las diferentes comunidades autónomas. El IPH, es una

⁶³ Statista Research Department, & 2024, 25 mar. (2024a, March 25). *Ocupación Hotelera por habitaciones en Canarias 2020-2023*. Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/526578/evolucion-mensual-del-grado-de-ocupacion-por-habitaciones-en-los-alojamientos-hoteleros-de-canarias/>

medida estadística que muestra la evolución mensual de los precios que los establecimientos hoteleros aplican a sus clientes⁶⁴.

Podemos observar que las comunidades autónomas con mayor índice de precios hoteleros (IPH) fueron Canarias y Baleares, con 156,62 y 134,97 puntos respectivamente, por encima de la media nacional, lo que confirma que la temporada alta en Canarias son los meses de invierno⁶⁵.

Gráfico N.º 40: Índice de precios hoteleros (IPH) en España en enero 2023, por comunidad autónoma



Fuente: Elaboración propia según los datos publicados por Statista

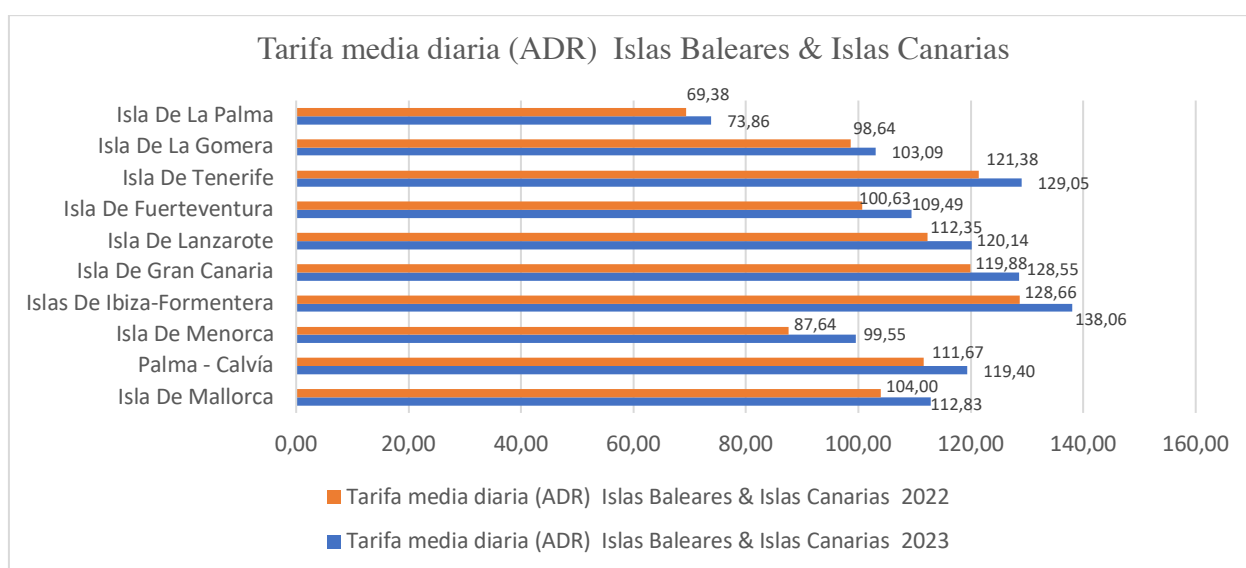
La gráfica inferior muestra una comparación del ADR (*average daily rate*) de Canarias y Baleares entre 2022 y 2023. Podemos observar que todas las tarifas han incrementado con respecto a 2022 lo que significa un aumento de la demanda hotelera durante 2023 tanto Canarias como Baleares. Las tres islas con mayor ADR en 2023 han sido Ibiza-Formentera (138,06€), Tenerife (129,05€) y Gran Canaria (128,55€)⁶⁶.

⁶⁴ Índices de precios de alojamientos turísticos. Datos Ine. DATAESTUR. (2024, March 25). <https://www.dataestur.es/alojamientos/precios/>

⁶⁵ Statista Research Department, & 2023, 15 jun. (2023a, June 15). Índice precios hoteleros por comunidad autónoma en España 2023. Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/502260/indice-de-precios-hoteleros-iph-por-comunidad-autonoma-espana/>

⁶⁶ Tarifa Media Diaria (ADR) desglose Por Zonas Turísticas. INE. (n.d.-c). <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=46297>

Gráfico N.º 41: Tarifa media diaria (ADR) Islas Baleares & Canarias



Fuente: Elaboración propia según los datos publicados por INE

En la tabla a continuación, podemos observar un pequeño resumen de la demanda y la oferta alojativa tanto de las Islas Canarias como de las Islas Baleares. Tenerife lidera la demanda de turismo en Canarias con alrededor de 6,5 millones de visitantes en 2023, seguida por Gran Canaria con alrededor de 4 millones. El Hierro y La Gomera son las islas menos visitadas. Por otro lado, la isla más visitada de Baleares en 2022 fue Mallorca, con casi 11,5 millones de visitantes, seguida de Ibiza-Formentera.

En cuanto a la capacidad hotelera en el archipiélago canario, Tenerife y Gran Canaria son las principales opciones con 89,503 y 65,951 plazas diarias, lo que demuestra una infraestructura preparada para acomodar a un gran número de turistas. En Mallorca, la cantidad de habitaciones hoteleras disponibles diariamente es superior a la del resto de las islas del archipiélago balear, con casi 180,000 plazas disponibles.

Podemos ver mayores diferencias entre ambos archipiélagos en términos de rotación y estancia media. En Canarias, la duración promedio de estancia es más prolongada, lo que significa una disminución en la cantidad de plazas disponibles, lo que reduce la cantidad de turistas que puede recibir cada plaza en un año. Las estancias medias en Baleares son más cortas, lo que permite una mayor rotación y una capacidad anual de turistas por plaza. Finalmente, en Canarias, Tenerife tiene la tarifa diaria promedio más alta, lo que indica una mayor disposición a pagar. Además, el grado de ocupación en 2022 fue del 77,04%, lo que indica una demanda superior a la oferta. En las Islas Baleares, Ibiza-Formentera

cuenta con la mayor tasa de ADR, lo que indica una inclinación hacia el mercado de lujo y un alto nivel de ocupación, lo que sugiere una gran demanda.

En conclusión, ambos archipiélagos son destinos turísticos exitosos, aunque tienen diferencias significativas en cómo gestionan la oferta y la demanda de alojamiento. En Canarias, Tenerife y Gran Canaria, la demanda de hoteles supera su capacidad, mientras que en El Hierro y La Palma, debido a su capacidad limitada, hay ocupaciones muy altas. Además, la duración prolongada de las estancias disminuye la rotación y la capacidad anual de turistas por plaza disponible, y Tenerife tiene la tarifa diaria más alta. Es recomendable incrementar la capacidad hotelera en Tenerife y Gran Canaria, crear nuevas opciones de alojamiento en El Hierro y La Palma, e impulsar el sector de casas vacacionales para satisfacer mejor la demanda.

En las islas Baleares, Mallorca e Ibiza-Formentera, la creciente demanda hace que la capacidad hotelera se vea afectada, ya que las estancias más cortas permiten una mayor rotación. Para mantener las tasas de ocupación equilibradas, es necesario hacer ajustes constantes. En cuanto a las recomendaciones, deberían mantener y mejorar la capacidad rotativa, monitorear y ajustar la capacidad hotelera según la demanda y fomentar el turismo en islas menos visitadas como Menorca. Para atender diferentes segmentos del mercado y reducir la dependencia de los hoteles tradicionales, también es crucial diversificar los tipos de alojamiento, incluyendo casas vacacionales y opciones sostenibles. En resumen, para garantizar un crecimiento turístico sostenible y equilibrado, ambos archipiélagos deben gestionar eficientemente su oferta y demanda de alojamiento, ya que algunas islas experimentan una gran presión sobre su capacidad hotelera. No obstante, por último, cabe destacar que no todos los turistas se alojan en hoteles, ya que estos datos se refieren únicamente a plazas hoteleras. La distribución de la demanda de alojamiento se ve afectada por el hecho de que cada vez más turistas prefieren casas vacacionales en lugar de hoteles.

Tabla N° 4: Resumen oferta y demanda Islas Canarias & Islas Baleares

Islas Canarias							
	Gran Canaria	Lanzarote	Fuerteventura	Tenerife	La Gomera	El Hierro	La Palma
Nº turistas (en miles) anuales 2022	4.235	3.049	2.275	6.449	54		
Plazas hoteleras diarias 2022	65.951	41.371	49.309	89.503	1.621	312	3.242
ADR (euros) 2023	128,55	120,14	109,49	129,05	103,09		73,86
Estancia media (días) 2023	6,76	6,97	7,5	6,4	4,59		5,11
Grado de ocupación 2022	77,04%						

Islas Baleares				
	Mallorca	Palma-Calvia	Menorca	Ibiza-Formentera
Nº turistas (en miles) anuales 2022	11.474,40		1.625,60	3.407,10
Plazas hoteleras diarias 2022	176.356		14.279	38.974
ADR (euros) 2023	112,83	119,4	99,55	138,06
Estancia media (días) 2022	4,24		3,61	3,13
Grado de ocupación 2022	74,10%			

Fuente: Elaboración propia

2.3.4.3 Medio Ambiente y sostenibilidad

El ecoturismo se está convirtiendo en un aspecto muy importante en el turismo de nuestro país. Cada vez son más las personas que desean romper con lo cotidiano y tener contacto directo con la naturaleza. El ecoturismo o el turismo ecológico hace referencia a actividades turísticas que favorezcan la sostenibilidad, la preservación y la apreciación del medio natural⁶⁷.

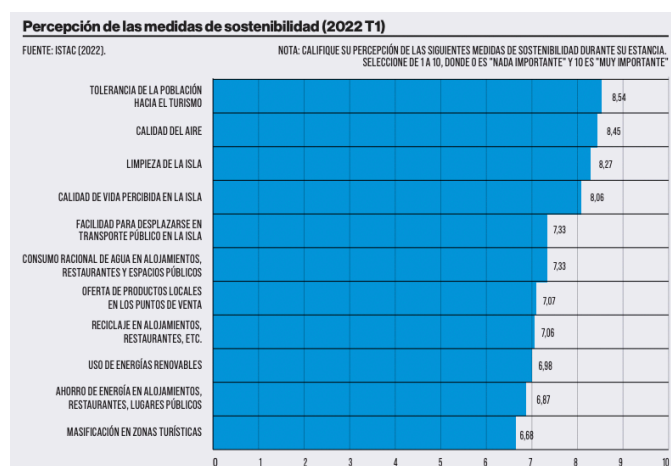
Cabe destacar que Canarias fue incorporada en octubre de 2020 en la Red Internacional de Observatorios de Turismo Sostenible de la OMT, según el informe publicado por el Observatorio turístico de Canarias acerca de la sostenibilidad del Turismo en Canarias. Un aspecto muy relevante de los últimos meses y directamente relacionado con este tema, son las manifestaciones contra el turismo en masas, ya que consideran que dañan al medio ambiente y a la naturaleza del archipiélago. Según este informe, el 68% de los turistas que visita Canarias, estaría dispuesto a pagar más con el fin de reducir su huella de carbono. Más concretamente, un 30% estaría dispuesto a gastar un 5% más, el 24,3% un 10% más, el 8% un 20% más y un 5,6% estaría dispuesto a aumentar el gasto más de un 20%.

En la gráfica inferior, podemos ver la puntuación dada por los turistas a cada una de estas medidas sostenibles. Podemos corroborar que la menor puntuación se la ha llevado la

⁶⁷ Ecoturismo en España. (n.d.-a). https://www.miteco.gob.es/content/dam/miteco/es/ceneam/grupos-de-trabajo-y-seminarios/club-ecoturismo-en-espana/1ecoturismo-espana-rblanco_tcm30-168871.pdf

masificación de las zonas turísticas, mientras que la puntuación más alta se la han dado a la tolerancia de la población hacia el turismo y la calidad del aire⁶⁸.

Gráfico N.º 42: Percepción de las medidas de sostenibilidad



Fuente: Observatorio Turístico de Canarias

Asimismo, Canarias es una de las 15 regiones más ricas en biodiversidad del planeta, mostrando sus ecosistemas una alta vulnerabilidad. Sus áreas marinas se encuentran también entre las más atractivas para el buceo, recibiendo al año miles de buceadores. Uno de los desafíos que se le plantea al archipiélago canario es aprovechar el carácter exclusivo de su naturaleza para poder así diferenciarse de otros destinos ⁶⁹.

En cuanto al turismo sostenible en las Islas Baleares, cabe destacar que han dado un paso al frente el pasado mes de febrero tras la aprobación de la nueva Ley para la Circularidad y la Sostenibilidad en el Turismo del archipiélago balear. El objetivo de dicha Ley no es otro que intentar transformar el sector turístico en un motor que no solo tenga impactos positivos en la sociedad sino también en el medio ambiente. Dado que el turismo es un motor fundamental de la economía balear, es necesario preservarlo de la manera más

⁶⁸ Observatorio Turístico de canarias. (n.d.-b). https://turismodeislascanarias.com/sites/default/files/observatorio_turistico_de_canarias._informe_2022.pdf

⁶⁹ Observatorio Turístico de canarias. (n.d.-b). https://turismodeislascanarias.com/sites/default/files/observatorio_turistico_de_canarias._informe_2022.pdf

sostenible posible, y por ello, mediante esta nueva Ley intentarán mejorar tanto la experiencias de los turistas como la calidad de vida de los locales⁷⁰.

La Conselleria de Model Econòmic, Turisme i Treball de les Islas Baleares tiene como objetivo principal conseguir un turismo sostenible que conserve y proteja los recursos del territorio balear. Asimismo, cabe destacar que el gobierno balear apuesta por una economía circular para poder así impulsar la competitividad sostenible.

Tras esta nueva ley, la cual se basa en cuatro pilares: la sostenibilidad social, medioambiental, territorial y la modernización y simplificación administrativa, con el fin de mejorar la experiencia del turista así como la calidad de vida de los residentes y por último mejorar las condiciones laborales de los trabajadores, cabe destacar que las Islas Baleares vuelven a ser pioneras y referentes en su apuesta por el turismo sostenible.

Por último, esta Ley, como su propio nombre indica, asegura que a los establecimientos turísticos en Baleares se les exigirá aplicar una estrategia de circularidad y establecer las medidas necesarias que deberán cumplir. Se llevará a cabo una evaluación anual por la Conselleria de Turismo la cual evaluará la gestión de recursos y residuos, especialmente consumo de energía, de materiales, de agua y de alimentos.

Capítulo 3: Comparación dos grandes grupos hoteleros

3.1 Meliá (Baleares)

Meliá, la cadena hotelera familiar balear fue fundada en 1956 en Palma de Mallorca por Gabriel Escarrer. A día de hoy es una de las empresas hoteleras más grandes a nivel mundial y sin duda líder en España. Cuenta con más de 400 hoteles abiertos o bien en proceso próximo de apertura, en más de 40 países, de los cuales 139 se encuentran en España. En Canarias, Meliá tiene 20 hoteles, mientras que en Baleares cuenta con 30. Aunque no dispongo del número exacto de plazas hoteleras, Meliá tiene un total de 9,697 habitaciones en España, de las cuales 1,395 están en Canarias y 2,084 en Baleares. La mayoría de los hoteles es de 4 estrellas, algunos son de 5 estrellas y una minoría son de 3

⁷⁰ Brands, elDiario. (n.d.). *UN turismo que cuida de todos: Las islas baleares Dan Un Paso al frente*. Un turismo que cuida de todos: las Islas Baleares dan un paso al frente. <https://branded.eldiario.es/baleares-turismo-cuida-de-su-destino/sostenibilidad-circularidad.html>

estrellas. Esto confirma la conclusión anterior de que la mayoría de los hoteles en España y ambos archipiélagos son de 4 estrellas. Ha sido la primera cadena hotelera española con presencia en mercados influyentes como China, Oriente Medio o Estados Unidos, además de mantener liderazgo en sus mercados tradicionales, siendo estos Europa, Latinoamérica y el Caribe, gracias a su excelente enfoque estratégico de expansión internacional.

Asimismo, cabe destacar que cuenta con un portfolio de diez marcas: Gran Meliá Hotels & Resorts, ME by Meliá, The Meliá Collection, Paradisus by Meliá, Meliá Hotels & Resorts, ZEL, INNSiDE by Meliá, Falcon's Resorts by Meliá, Sol by Meliá y Affiliated by Meliá. Meliá es el único de los grandes grupos hoteleros que nació del mercado vacacional y gracias a su gran experiencia a lo largo de los años, les ha permitido consolidarse en el sector. Asimismo, destacan que tienen un tamaño adecuado para combinar una gestión eficaz y cercana a sus stakeholders.

En 1996, la empresa familiar vivió un cambio significativo, tras ser la primera empresa española hotelera en salir a bolsa. Esto supuso un aumento de la necesidad de transparencia, control y responsabilidad social.

Por último, cabe destacar que Meliá demostró una recuperación sólida al cierre de 2023. La facturación fue de €1.932,2 millones, un aumento del 14,8% en comparación con 2022, y el EBITDA, sin incluir plusvalías, fue de €486,5 millones, un aumento del 16,2%. El beneficio neto asignado fue de €117,7. La deuda neta disminuyó a €2.613,1 millones, lo que representa una disminución de €59,9 millones. La empresa tiene una liquidez total de alrededor de €330 millones, lo que demuestra una gestión financiera eficaz y duradera, con un enfoque estratégico para mejorar su balance y asegurar la sostenibilidad a largo plazo. Finalmente, a finales de febrero, Gabriel Escarrer, vicepresidente ejecutivo y CEO de Meliá, enfatizó que, a pesar de los máximos históricos en ingresos y beneficios, la reducción de la deuda ha sido mínima, situándose en un ratio de 5,3 veces el EBITDA. Utilizando el aumento de caja y la rotación de activos, la empresa priorizará la reducción de deuda durante 2024. Su objetivo es alcanzar un ratio de deuda neta sobre EBITDA de 2,5 veces⁷¹.

⁷¹ Molina, C. (2024, February 29). *Meliá logra máximos históricos de ingresos y beneficio, Pero Apenas reduce La Deuda*. Cinco Días. <https://cincodias.elpais.com/companias/2024-02-29/melia-logra-maximos-historicos-de-ingresos-y-beneficio-pero-apenas-reduce-la-deuda.html>

Meliá se compromete constantemente a impulsar una industria turística más responsable y ética, en constante búsqueda del crecimiento socioeconómico. Esta determinación se refleja en su código ético y se basa en su misión: *“En Meliá Hotels International ofrecemos experiencias y servicios globales de alojamiento con criterios de excelencia, responsabilidad y sostenibilidad. Y como empresa familiar, queremos contribuir a conseguir un mundo mejor.”* Para lograr este objetivo, la empresa ha establecido cuatro pilares que sustentan todas sus acciones y la convierten en un referente en la industria turística a nivel mundial: calidez y amabilidad, cuidadosos y atentos, pequeños extras e innovación. Sus valores corporativos: proximidad, excelencia y coherencia, vocación de servicio e innovación, dan vida a estos pilares entre los empleados y contribuyen a dotarlos de significado de cara al mundo exterior. Por último, han dejado reflejado que se comprometen a ofrecer una propuesta de valor a todos sus grupos de interés que les permita construir relaciones de confianza y beneficio mutuo a largo plazo: clientes, accionistas, propietarios, equipo humano, colaboradores, la sociedad en su conjunto y, a través de la preservación del medio ambiente, también a las generaciones futuras ⁷².

Meliá ha sido nombrada la cadena hotelera más sostenible a nivel mundial en 2022 según Corporate Sustainability Assessment de S&P Global, además de ser una de las empresas más atractivas a nivel internacional para trabajar según Top Employer⁷³. Todo esto se debe a su eficaz política de sostenibilidad, desarrollada durante más de diez años para integrar la sostenibilidad en su cadena de valor, basándose en el Acuerdo de París y la Agenda 2030. Uno de los principales objetivos de la empresa es reducir sus emisiones en un 70% para 2025 en comparación con 2018. Para ello, ha comenzado a rediseñar y construir hoteles que sean lo más sostenibles y ecológicos. Tanto es así, que en el verano de 2022, abrió su primer hotel neutro en carbono en Menorca: el Villa Le Blanc, el cual cuenta con paneles solares y aislamientos térmicos para disminuir sus emisiones de alcance 1 y 2. Asimismo, otros hoteles que destacan por su compromiso con el medio ambiente son: el Palacio de Isora en Tenerife, empleando la geotermia para la calefacción

⁷² Meliahotelsinternational. (n.d.-b). [https://www.meliahotelsinternational.com/EthicalDocs/Código ético ES/mhi_codigo_etico_a5_jul18_es.pdf](https://www.meliahotelsinternational.com/EthicalDocs/Código%20ético%20ES/mhi_codigo_etico_a5_jul18_es.pdf)

⁷³ *Sobre Meliá*. Sobre Meliá - Web corporativa oficial de Meliá. (n.d.). <https://www.meliahotelsinternational.com/es/perfil-compania/sobre-nosotros/sobre-melia>

y sistemas avanzados de eficiencia energética e hídrica, el Paradisus Salinas en Lanzarote, fomentando la energía verde y la preservación de la flora autóctona, y por último, cabe destacar que el hotel Paradisus Gran Canaria recibió en Fitur 2022 un reconocimiento por su sistema de circularidad energética y eficiencia hídrica.

Por último, cabe mencionar las palabras del vicepresidente ejecutivo y CEO de Meliá, Gabriel Escarrer, sobre la importancia de la sostenibilidad en la compañía “en el complejo entorno actual, la sostenibilidad ha aflorado como uno de los valores más importantes de las compañías, y para nosotros de manera especial por nuestro carácter familiar. Es hoy un factor clave para impulsar nuestra transformación y responder a la exigencia y expectativas de nuestros clientes, colaboradores, inversores y de la sociedad en general. Por todos ellos, nos llena de orgullo revalidar un año más este reconocimiento como la compañía hotelera más sostenible del mundo”⁷⁴.

3.2 Lopesan (Canarias)

Lopesan Hotel Group, la cadena hotelera familiar canaria fundada en 1972 en Gran Canaria, comenzó especializándose en la construcción de obra pública, hasta que en 1991 expandió sus operaciones comprando apartamentos para su explotación en Fuerteventura. Con el transcurso de los años, han sido capaces de convertirse en una compañía multinacional, con sede en Gran Canaria y empleados que superan los 5.000. Lopesan ha conseguido diversificarse y expandirse internacionalmente, disponiendo empresas que se dedican no solo al turismo sino también a la construcción, promoción inmobiliaria, el ocio y los servicios. En la actualidad, el grupo Lopesan, que es el líder en Canarias y se encuentra entre las diez principales compañías del país, posee 22 hoteles en Gran Canaria, Fuerteventura, Alemania, Austria y República Dominicana. En Canarias, Lopesan tiene 13 hoteles, de los cuales 11 se encuentran en Gran Canaria y 2 en Fuerteventura, los cuales analizaré en detalle más adelante. En cuanto a la tipología de los hoteles, la mayoría son de 4 estrellas, aunque también cuenta con hoteles de 5 y 3 estrellas. Además, aunque no dispongo del dato exacto del número de plazas hoteleras, cabe destacar que Lopesan en Canarias tiene un total de 5.373 habitaciones. Por último, a pesar de no haber podido

⁷⁴ Fernández, S. (2023, February 14). *Meliá hotels repite Como la hotelera más sostenible del mundo, Según S&P Global*. *elconfidencial.com*. https://www.elconfidencial.com/empresas/2023-02-14/melia-hoteleras-mas-sostenible-bra_3568568/

conseguir los datos de 2023, cabe mencionar que Lopesan demostró una recuperación sólida al cierre de 2022. El EBITDA fue de €99 millones y los ingresos fueron de €314 millones. La empresa ha mantenido una posición fuerte en el mercado, lo que se puede ver en su gestión eficaz y en su estrategia para abordar los desafíos del sector turístico. Para seguir impulsando su crecimiento y rentabilidad, Lopesan sigue enfocándose en la satisfacción del cliente y la diversificación de su oferta.

Asimismo, cabe destacar que cuenta con un portfolio de seis marcas: The Lopesan Collection Hotels, Lopesan Hotels & Resorts, Corallium by Lopesan Hotels, Kumara by Lopesan Hotels, Abora by Lopesan Hotels e IFA by Lopesan Hotels.

Lopesan se compromete al máximo con la calidad y la satisfacción de sus clientes y con los grupos de interés relacionados con las diversas actividades. Como comentaré posteriormente mantienen el máximo respeto y protección del medioambiente, además de ser conscientes de la necesidad de que las condiciones de trabajo de sus empleados sean seguras, saludables, garantizando la igualdad de oportunidades, el respeto por los derechos humanos y laborales y el compromiso con el progreso tanto cultural como social de las Islas Canarias. Lopesan apuesta por favorecer una cultura de responsabilidad social de carácter global, basándose en su misión, visión y valores. Su misión : *“Conseguir la satisfacción del cliente, la rentabilidad de las unidades de producción y la sostenibilidad de las instalaciones”*. Por otro lado, su visión consiste en: aspirar a ser la empresa referente en gestión de actividades turísticas, diseñar sus estrategias de gestión con el fin de satisfacer al cliente, desear consolidarse como una organización de carácter innovador y espíritu participativo y por último aspirar a ser un referente por una cultura corporativa que mantiene el máximo respeto y protección del medioambiente, así como por el bienestar de sus empleados y el progreso social y cultural de las Islas Canarias y los destinos en los que opera. Para cumplir con estas premisas, sus acciones y creencias se basan en sus cinco valores corporativos: rigor profesional, honestidad, sinceridad y claridad, compromiso con la calidad, el respeto del medio ambiente y cultura preventiva y la promoción interna⁷⁵.

⁷⁵ Lopesan group: *We make your rest our raison d'être. discover our offers!* Lopesan Hotels - The holidays you dreamed of - Official Site. (n.d.). <https://www.lopesan.com/en/>

Lopesan se compromete firmemente con la sostenibilidad ambiental, así como con la responsabilidad social de carácter global, cuidando las condiciones de trabajo de sus profesionales, apostando por el respeto de los derechos humanos y laborales y la igualdad de oportunidades. Asimismo, en cuanto al cuidado del medio ambiente, cabe destacar que en los últimos 15 años han desarrollado numerosos programas de eficiencia energética a través de los cuales han conseguido reducir un 20% su huella de carbono⁷⁶. En cuanto a la estrategia de sostenibilidad, José Alba, director general de la cadena hotelera desde 2023, afirma la importancia que se le está dando al turismo sostenible y por ello disponen de un plan propio estratégico con PwC, a través del cual esperan poder alcanzar el 80% de compensación de la huella de carbono en los próximos tres años. Por último, cabe destacar que, tras la reforma realizada en el hotel Costa Meloneras, ha obtenido un premio en la octava edición de los Premios CaixaBank, siendo reconocido en la categoría de Mejor reforma / reposicionamiento de un hotel de más de 100 habitaciones. La reforma no solo recategorizó las habitaciones, sino que también implementó sistemas de gestión de energía para optimizar el consumo energético tanto en las habitaciones como en las zonas comunes, reduciendo así la huella hídrica y de carbono⁷⁷. Con todo esto podemos concluir que la importancia que la compañía asegura dar a la sostenibilidad se evidencia en sus recientes proyectos de expansión así como en la renovación de los hoteles, además tras el premio recibido podemos corroborar la efectividad y relevancia de sus iniciativas sostenibles.

Como podemos observar en la tabla resumen inferior, los enfoques estratégicos de Lopesan y Meliá son complementarios. Mientras que Meliá ofrece alojamiento con excelencia, responsabilidad y sostenibilidad, contribuyendo a un mundo mejor, Lopesan se enfoca en la satisfacción del cliente, la rentabilidad y la sostenibilidad. Lopesan tiene la intención de convertirse en un líder en la gestión turística, utilizando estrategias novedosas y con respeto por el medio ambiente. Meliá se destaca por su amabilidad, atención, pequeños extras y creatividad. Mientras que Meliá valora la proximidad al

⁷⁶ Lopesan Hotel Group. Conoce nuestra historia - Lopesan Hotel Group. (n.d). <https://www.lopesan.com/es/corporativa/historia-lopesan/>

⁷⁷ Ahora, C. (2024, January 24). *Lopesan anuncia en fitur sus proyectos de expansión en gran canaria y en la República Dominicana*. elDiario.es. https://www.eldiario.es/canariasahora/turismo/fitur/lopesan-anuncia-fitur-proyectos-expansion-gran-canaria-republica-dominicana_1_10864470.html

cliente, la excelencia y la vocación de servicio, Lopesan destaca el rigor profesional y la honestidad. Lopesan y Meliá priorizan la satisfacción del cliente y la sostenibilidad, mientras que Lopesan se centra en la profesionalidad y Meliá en la responsabilidad social global. En resumen, tienen objetivos similares, pero tienen enfoques y filosofías diferentes que reflejan los valores y las metas de su empresa.

Tabla N° 5: Resumen estrategias de las compañías

	LOPESAN	MELIÁ
MISIÓN	Conseguir la satisfacción del cliente, la rentabilidad de las unidades de producción y la sostenibilidad de las instalaciones	Ofrecer experiencias y servicios globales de alojamiento con criterios de excelencia, responsabilidad y sostenibilidad y contribuir a conseguir un mundo mejor
VISIÓN	liderazgo turístico	calidez y amabilidad
	satisfacción del cliente	cuidadosos y atentos
	innovación participativa	pequeños extras
	sostenibilidad ambiental	innovación
VALORES	rigor profesional	proximidad
	honestidad,	excelencia y coherencia
	sinceridad y claridad	
	compromiso con la calidad,	vocación de servicio e innovación,

Fuente: Elaboración propia

Finalmente, la siguiente gráfica muestra una comparación entre los resultados financieros de Lopesan en 2022 y Meliá en 2023. Los ingresos de Lopesan fueron de €314 millones y un EBITDA de €99 millones, mientras que los de Meliá fueron de €1.932,2 millones y un EBITDA de €489,8 millones. El margen EBITDA, que es el porcentaje de EBITDA sobre los ingresos, fue del 31,5% para Lopesan y del 25,3% para Meliá, respectivamente. Esto demuestra que Lopesan tiene un margen EBITDA más alto, lo que indica una mayor eficiencia operativa al convertir los ingresos en EBITDA. Los datos sobre el beneficio neto, el resultado financiero y la deuda neta de Lopesan para 2022 no están disponibles. Por otro lado, Meliá reportó un beneficio neto de €117,7 millones, un resultado financiero de €94,6 millones y una deuda financiera neta de €2.613,1 millones, lo que supone un ratio deuda/EBITD de 5,3 veces, lo que significa que su deuda financiera neta es 5,3 veces mayor que su EBITDA.

Tabla N° 6: Resumen comparativa financiera

	LOPESAN 2022	MELIÁ 2023
INGRESOS	314M €	1.932,2M €
EBITDA	99M €	489,8M €
MARGEN EBITDA (5)	31,5%	25,3%
RESULTADO NETO	Datos no disponibles	117,7M €
RESULTADO FINANCIERO		(94,6)M €
DEUDA FINANCIERA NETA		2613,1M€
RATIO DEUDA/EBITDA		5,3x

Fuente: Elaboración propia

3.3 Análisis comparativo

La siguiente tabla muestra un análisis del número de hoteles de Meliá y Lopesan en cada archipiélagos. Se examina la presencia, el número de hoteles, la tipología y los precios en las diferentes islas, haciendo una comparativa entre agosto y octubre, ya que son diferentes temporadas turísticas. Aunque me gustaría hacer una comparación de precios en enero debido a la alta temporada en Canarias, en la mayoría de los hoteles los precios para esas fechas aún no estaban disponibles.

Primero, en Canarias, se puede observar una variedad de hoteles en las distintas islas, con la presencia de empresas como Lopesan y Meliá. Lopesan tiene una influencia significativa de casi el 7% en el mercado de Gran Canaria, mientras que Meliá solo alcanza el 2%. Meliá ha optado por reforzar su presencia en Tenerife, una isla en la que Lopesan no tiene presencia, lo que ha reducido la competencia. Un 2,2% de los 89 hoteles en Fuerteventura pertenecen a Lopesan, mientras que un 3,4% pertenecen a Meliá. Solo Meliá está presente en Lanzarote y La Palma, ya que Lopesan solo tiene hoteles en Fuerteventura y Gran Canaria en España. De los 552 hoteles en Canarias, Lopesan (13 hoteles) representa un 2,4%, mientras que Meliá (20 hoteles) representa un 3,6%.

Sin embargo, en Baleares solo tenemos la presencia de Meliá, con 30 hoteles, que representan el 21,5% de los 139 hoteles de Meliá en España, mientras que Lopesan opera exclusivamente en el archipiélagos canario. 23 hoteles de Meliá en Mallorca representan el 3,4% de los 676 hoteles de la isla. Meliá tiene cuatro hoteles en Menorca, lo que representa el 7,3% del total, mientras que en Ibiza tiene tres hoteles, lo que representa

solo el 2,3% del total, debido a la gran cantidad de hoteles en esta isla. De los 879 hoteles existentes en Baleares, Meliá ocupa el 3,4%.

En conclusión, tanto en Canarias como en Baleares, ambas cadenas exhiben estrategias distintas. Meliá se destaca por su mayor tamaño y distribución, mientras que Lopesan, aunque es muy conocido en Gran Canaria, tiene una menor variedad en otras islas. Debido a la falta de Lopesan en Baleares y algunas islas canarias, se puede inferir que Lopesan podría expandirse en estas zonas. Por otro lado, Meliá necesita fortalecer su presencia en ambos archipiélagos para consolidar su posición en el mercado. Meliá debería intentar incrementar su nivel de ocupación en el archipiélago canario, ya que, como se verá más adelante, este es inferior al de Lopesan en Canarias y no particularmente alto en Baleares. Para lograrlo, Meliá podría evaluar la rentabilidad de operar en cada isla o considerar concentrarse en algunas en particular. Creo que sería recomendable dejar de operar en Gran Canaria, donde Lopesan tiene una gran influencia, y concentrarse en Tenerife o incluso Fuerteventura. Aunque Lopesan tiene su presencia en estas islas, no es tan destacada como en el sur de Gran Canaria. Como ya mencioné, estas islas, junto con Gran Canaria, son las que más visitantes reciben. Además de mejorar la eficiencia operativa, este método permitirá una mejor asignación de recursos, lo que podría resultar en una mayor ocupación y una mayor presencia en el mercado canario.

Finalmente, Lopesan tiene la posibilidad de expandirse a otras islas o incluso a Baleares. La demanda turística como he analizado previamente tanto en Canarias como en Baleares es significativa. Canarias tiene una demanda constante durante todo el año gracias a su clima subtropical, mientras que Baleares tiene una demanda más específica durante las temporadas. Como he analizado previamente, las islas de Tenerife y Gran Canaria tienen una estructura hotelera bien desarrollada que puede albergar a una gran cantidad de turistas en Canarias. Sin embargo, esto también implica que en algunos casos la demanda puede superar la capacidad disponible, lo que aumenta la presión sobre la infraestructura actual. Esto sugiere que en Canarias hay un mercado sólido que podría permitir una expansión adicional, especialmente en islas como Tenerife, donde Lopesan aún no cuenta con representación. Baleares cuenta con una infraestructura turística bien desarrollada y una alta capacidad hotelera, especialmente en Mallorca, con casi 700 hoteles, a pesar de la alta demanda durante el verano. La expansión de Lopesan en Baleares y otras islas Canarias, en particular en lugares donde la demanda turística a menudo supera la oferta, como Gran Canaria y Tenerife (como se indicó anteriormente en la Tabla N° 4 Resumen oferta y demanda Islas Canarias & Islas Baleares), contribuiría a equilibrar la demanda y

la oferta. Esto ofrecería más opciones de alojamiento a los turistas y reduciría la presión sobre la infraestructura hotelera actual.

Tabla N° 7: Análisis n° hoteles Meliá & Lopesan en cada archipiélago

ISLAS CANARIAS					
Isla	Total Hoteles	Hoteles Lopesan	%	Hoteles Meliá	%
Gran Canaria	159	11	6,9%	2	1,3%
Fuerteventura	89	2	2,2%	3	3,4%
Tenerife	194	-	-	11	5,7%
Lanzarote	73	-	-	2	2,7%
La Palma	15	-	-	2	13,3%
El Hierro	10	-	-	-	-
La Gomera	12	-	-	-	-
Total	552	13	2,4%	20	3,6%

ISLAS BALEARES					
Isla	Total Hoteles	Hoteles Lopesan	%	Hoteles Meliá	%
Mallorca	676	-	-	23	3,4%
Menorca	55	-	-	4	7,3%
Ibiza	129	-	-	3	2,3%
Formentera	19	-	-	-	-
Total	879	-	-	30	3,4%

Fuente: Elaboración propia

Después de analizar minuciosamente la presencia y la cantidad de hoteles de ambas compañías en ambos archipiélagos, a continuación realizaré una comparativa de precios entre agosto y octubre.

Resaltaré las variaciones en los precios y las temporadas altas entre ambos archipiélagos, tomando en cuenta factores como la alta demanda en Baleares en agosto y el aumento del turismo en Canarias durante los meses de verano. Este cambio muestra una transformación en la temporada de turismo en Canarias, que históricamente se centraba en el invierno. Sin embargo, los meses de julio y agosto también han sido cruciales para el sector turístico canario después de la pandemia de COVID-19.

La variación de precios en las Islas Baleares entre agosto y octubre es significativa, con agosto como el mes más caro debido a la alta temporada. Un ejemplo notable es el Hotel Mar Gran Meliá en Mallorca, que en agosto cuesta 808,29 € y en octubre cuesta 422,86 €, lo que indica una disminución significativa en el precio.

Como mencioné anteriormente, aunque históricamente el invierno es la temporada más alta en Canarias, la demanda y los precios han aumentado significativamente en agosto debido a factores como el COVID-19 y el aumento de turistas nacionales. Un buen ejemplo es el Lopesan Baobab Resort en Gran Canaria, que en agosto cuesta 320,86 € y

en octubre cuesta 277,00 €, lo que demuestra que hay mucha gente allí durante ambas temporadas.

En agosto, los hoteles Meliá en Baleares ofrecen precios más altos que los de Lopesan en Canarias. Esto se debe a la gran demanda turística durante el verano en Baleares. En octubre, los precios presentan una disminución en ambos grupos, con una disminución más notable en Baleares debido a la disminución del turismo fuera de la temporada alta de verano. Esta comparativa demuestra cómo las fluctuaciones de precios varían según la temporada y la ubicación, con ambos archipiélagos experimentando aumentos significativos durante las temporadas altas.

En Canarias (Lopesan), los precios promedio en agosto son de 280,45 € y en octubre son de 267,48 €, según los promedios de precios. En Meliá, Canarias, el valor medio en agosto es de 273,38 €, mientras que en octubre es de 235,42 €. En Meliá, la media en agosto es de 384,08 €, mientras que en octubre es de 197,34 €. Según estas estadísticas, aunque los precios disminuyeron en ambos archipiélagos entre agosto y octubre, Baleares experimentó una disminución más marcada. Los precios en Canarias permanecen estables entre ambas fechas, lo que indica una mayor demanda turística a lo largo del año.

Tabla N° 8: Hoteles Lopesan & Meliá en Canarias y Baleares

LOPESAN				
Isla	Hoteles	Tipología	Precio 8-15 agosto 2024	Precio 11-18 octubre 2024
Gran Canaria	Hotel Faro, a Lopesan Collection Hotel	5	272,00 €	362,00 €
Gran Canaria	Lopesan Baobab Resort	5	320,86 €	277,00 €
Gran Canaria	Lopesan Costa Meloneras Resort & Spa	5	313,00 €	327,00 €
Gran Canaria	Lopesan Villa del Conde Resort & Thalasso	5	281,00 €	347,00 €
Gran Canaria	Kumara Serenoa by Lopesan Hotels	4	153,71 €	207,00 €
Gran Canaria	Corallium Dunamar by Lopesan Hotels	4	320,29 €	283,86 €
Gran Canaria	Abora Catarina by Lopesan Hotels	4	304,57 €	264,29 €
Gran Canaria	Abora Interclub Atlantic by Lopesan Hotels	4	292,29 €	215,00 €
Gran Canaria	Abora Buenaventura by Lopesan Hotels	4	220,14 €	168,00 €
Gran Canaria	Corallium Beach by Lopesan Hotels	3+	380,57 €	308,57 €
Gran Canaria	Abora Continental by Lopesan Hotels	3+	268,00 €	235,00 €
Fuerteventura	IFA Altamarena Hotel	4	239,00 €	215,00 €
Fuerteventura	Villas Altamarena	4	REFORMAS	
			280,45 €	267,48 €

MELIÁ				
Isla	Hoteles	Tipología	Precio 8-15 agosto 2024	Precio 11-18 octubre 2024
Tenerife	Gran Meliá Palacio de Isora	5	288,00 €	230,00 €
Tenerife	Meliá Jardines del Teide	5	275,00 €	192,14 €
Tenerife	Hacienda Del Conde Meliá Collection	5	271,14 €	239,00 €
Tenerife	RedLevel at Gran Meliá Palacio de Isora	5	555,14 €	230,00 €
Tenerife	Sol Costa Atlantis Tenerife	4	158,00 €	134,14 €
Tenerife	Hotel Las Águilas Tenerife Affiliated by Meliá	4	196,86 €	164,57 €
Tenerife	Sol Tenerife	4	173,57 €	135,00 €
Tenerife	Sol Puerto de la Cruz Tenerife	4	107,00 €	63,86 €
Tenerife	INNSiDE Tenerife Santa Cruz	4	146,43 €	135,00 €
Tenerife	Sol Arona Tenerife	3	161,86 €	113,00 €
Tenerife	Sol Sun Beach Apartamentos	3	169,86 €	146,00 €
Fuerteventura	Sol Fuerteventura Jandia - All Suites	4	172,86 €	167,00 €
Fuerteventura	Meliá Fuerteventura	4		REFORMAS
Fuerteventura	INNSiDE Fuerteventura	4	243,00 €	252,00 €
Gran Canaria	Paradissus by Meliá Gran Canaria	5	492,43 €	446,00 €
Gran Canaria	Sol Barbacan	4	201,00 €	210,86 €
Lanzarote	Paradissus by Meliá Salinas Lanzarote	5	459,00 €	428,00 €
Lanzarote	Sol Lanzarote All Inclusive	4	338,00 €	243,00 €
La Palma	Sol La Palma	4	209,29 €	214,00 €
La Palma	Sol La Palma Apartamentos	3		REFORMAS
			273,38 €	235,42 €

MELIÁ				
Isla	Hoteles	Tipología	Precio 8-15 agosto 2024	Precio 11-18 octubre 2024
Ibiza	ME Ibiza	5	646,71 €	315,57 €
Ibiza	Meliá Ibiza	4	414,57 €	278,00 €
Ibiza	INNSiDE Ibiza Beach	4	434,71 €	189,00 €
Menorca	Meliá Cala Galdana	5	666,29 €	206,43 €
Menorca	Villa Le Blanc Gran Meliá	5	1.118,57 €	383,57 €
Menorca	Sol Falcó All Inclusive	4	393,43 €	107,71 €
Menorca	Sol Milanos Pingüinos	3	319,14 €	63,14 €
Mallorca	Hotel de Mar Gran Meliá	5	808,29 €	422,86 €
Mallorca	Summum Boutique Hotel Meliá Collection	5	422,43 €	336,00 €
Mallorca	Ratxó Retreat Hotel Meliá Collection	5	517,14 €	281,14 €
Mallorca	Hotel Victoria Gran Meliá	5	320,43 €	261,14 €
Mallorca	Meliá Cala D'Or Boutique Hotel	5	353,43 €	182,43 €
Mallorca	INNSiDE Wave Calviá	4	329,00 €	237,14 €
Mallorca	Playa Esperanza Resort Affiliated by Meliá	4	460,14 €	275,43 €
Mallorca	Sol Barbados	4	395,57 €	96,57 €
Mallorca	INNSiDE Palma Center	4	226,00 €	186,00 €
Mallorca	Sol Katmandú Park & Resort	4	349,86 €	111,14 €
Mallorca	Sol House The Studio - Calvia Beach	4	205,29 €	100,29 €
Mallorca	Hotel Palma Bellver Affiliated by Meliá	4	214,86 €	185,43 €
Mallorca	Meliá Palma Marina	4	253,71 €	215,86 €
Mallorca	Meliá Calviá Beach	4	316,29 €	209,14 €
Mallorca	INNSiDE Palma Bosque	4	251,29 €	183,57 €
Mallorca	INNSiDE Calviá Beach	4	266,57 €	140,57 €
Mallorca	Meliá Palma Bay	4	240,14 €	187,43 €
Mallorca	Sol Guadalupe	4	213,57 €	92,57 €
Mallorca	Meliá South Beach	4	314,86 €	176,14 €
Mallorca	Sol Palmanova - Mallorca	4	315,00 €	227,57 €
Mallorca	INNSiDE Alcudia	4	345,00 €	123,43 €
Mallorca	Sol Lunamar Palmanova Apartamentos	3	206,00 €	77,29 €
Mallorca	Sol Cala d'Or Apartamentos	3	264,00 €	67,57 €
			386,08 €	197,34 €

Fuente: Elaboración propia

A continuación, he creado una hipótesis y una serie de cálculos para determinar cuáles podrían ser los datos para cada uno de los archipiélagos porque los datos de Meliá solo proporcionan datos genéricos para España.

Basándome en las tablas anteriores y las características de las temporadas turísticas en Canarias y Baleares, he analizado varios factores para formular una hipótesis sobre qué

diferentes horquillas utilizar para calcular el grado de ocupación, ADR (Average Daily Rate) y RevPAR (Revenue per Available Room).

Para empezar, Meliá tiene 30 hoteles en Baleares, lo que representa el 21.58% del total, mientras que en Canarias tiene 20 hoteles, lo que representa el 14.39% del total. Para determinar la cantidad de habitaciones que posee Meliá en España, he dividido la cantidad total de habitaciones por el porcentaje de hoteles que posee en cada archipiélago.

En ambos casos, he utilizado una horquilla mínima del 5% debido a que tanto Baleares como Canarias tienen altas tasas de ocupación, es poco probable que disminuyan más de este porcentaje. No obstante, existen diferencias en las horquillas máximas, que oscilan entre un 10% en Baleares y un 15% en Canarias. Estos rangos son el resultado de las variaciones en la demanda turística y la estacionalidad en cada región. La temporada alta de verano, de junio a agosto, es cuando la demanda es más alta en Baleares, gracias a su clima cálido y sus hermosas playas. El otoño e invierno son los momentos de la temporada baja. La alta variabilidad en la demanda justifica una horquilla del 5 al 10%. Aunque la ocupación y los precios son altos durante la temporada alta, disminuyen drásticamente durante la temporada baja, lo que limita la amplitud de la horquilla. Por otro lado, debido a su clima cálido constante, en Canarias, la variación del 5% al 15% muestra una demanda turística más estable durante todo el año. La habilidad de Canarias para mantener precios elevados a lo largo del año, podría justificar una gama más amplia para aprovechar las variaciones menores en la demanda.

Las estrategias de precios y la competencia también son importantes. Durante la temporada alta, la alta demanda estacional hace que los precios en Baleares sean elevados. En temporada baja, los hoteles reducen significativamente los precios para atraer turistas, lo que hace que la horquilla sea más estrecha. La demanda constante en Canarias permite mantener precios estables durante todo el año, lo que justifica una horquilla más amplia. Por último, las diferencias en las horquillas de ocupación ADR y RevPAR entre Canarias y Baleares son principalmente el resultado de las estrategias de precios y la demanda turística de cada región. La horquilla más estrecha se justifica en Baleares debido a su alta estacionalidad en la demanda, mientras que en Canarias se justifica una horquilla más amplia debido a su demanda más constante. Este análisis crea una base para comprender cómo las dinámicas del mercado turístico y las estrategias de precios pueden afectar las métricas clave de rendimiento hotelero.

A continuación, analizaré detenidamente, teniendo en cuenta el análisis previo, las cadenas hoteleras Meliá y Lopesan en Canarias y Baleares, basándome en los datos de 2022 y 2023. A través de esta comparación, se busca entender no solo las cifras, sino también los elementos fundamentales, como las temporadas turísticas y las estrategias empresariales que influyen en estos resultados.

En el archipiélago canario, Lopesan tiene 13 hoteles con un total de 5.373 habitaciones, pero no tiene presencia en el archipiélago balear. En Canarias, Meliá cuenta con 20 establecimientos hoteleros con un total de 1.395 habitaciones, mientras que en Baleares, cuenta con 30 establecimientos hoteleros con un total de 2.085 habitaciones. La distribución muestra una mayor presencia de Lopesan en Canarias, mientras que Meliá demuestra una estrategia más diversa con una presencia sólida en ambos archipiélagos.

En las Islas Canarias, Lopesan tiene una tasa de ocupación del 76.93% en 2022, significativamente superior a la de Meliá, que es del 65.27% en el mismo archipiélago y del 62.2% en Baleares. La temporada turística es uno de los muchos factores que pueden causar esta diferencia. Con su clima cálido durante todo el año, Canarias atrae a visitantes en todas las estaciones, lo que explica la alta ocupación de Lopesan. Por otro lado, durante los meses de verano, Baleares tiene una temporada alta más marcada, lo que podría tener un impacto en la ocupación anual promedio de Meliá.

En Canarias, el ADR de Lopesan es de 165.03 euros en 2022, mientras que en el mismo archipiélago es de 134.82 euros para Meliá y 131.61 euros para Baleares. En ambos archipiélagos, Lopesan está cobrando precios más altos por habitación en comparación con Meliá, según estas estadísticas.

Lopesan parece posicionarse en un segmento de mercado más alto y por ello debido a la percepción de mayor valor y oferta, Lopesan puede cobrar tarifas más altas debido a este posicionamiento. Por otro lado, Meliá, a pesar de pertenecer al segmento alto, podría tener una combinación de propiedades que incluya una mayor proporción de hoteles de categorías inferiores, lo que podría tener un impacto en su ADR promedio.

En función de la demanda, Lopesan podría estar empleando estrategias de precios más agresivas y segmentadas, ajustando sus tarifas dinámicamente para maximizar los ingresos. La capacidad de mantener un ADR más alto indica una gestión de ingresos eficiente y una fidelidad de clientes sólida que están dispuestos a pagar más por la experiencia proporcionada. Por el contrario, Meliá podría estar utilizando descuentos y promociones con más frecuencia para mantener sus tasas de ocupación, lo que disminuye su ADR promedio.

Como se mencionó anteriormente, las Islas Canarias tienen una temporada turística más estable a lo largo del año debido a su clima favorable, lo que permite a Lopesan mantener tarifas elevadas con frecuencia. Sin embargo, la temporada alta en Baleares es más breve y se limita a los meses de verano. Esto sugiere que Meliá en Baleares podría reducir significativamente sus tarifas durante la temporada baja para atraer turistas, lo que podría afectar su ADR anual. En Canarias, Meliá se enfrenta a una competencia intensa con Lopesan, lo que podría llevar a la empresa a disminuir sus tarifas para mantenerse competitiva y disminuir su ADR.

En conclusión, Lopesan destaca en Canarias, aprovechando una demanda constante y una estrategia de precios efectiva. Meliá, que cuenta con una mayor variedad de habitantes, enfrenta mayores retos debido a la competencia intensa en Canarias y la estacionalidad más marcada en Baleares.

Tabla N° 9: Análisis comparativo Lopesan & Meliá

		LOPESAN	MELIÁ	
		Canarias	Canarias	Baleares
2023	Nº Hoteles	13 = 100%	20 = 14,39%	30 = 21,50%
	Nº Habitaciones	5.373	1395	2085
2022	Grado ocupación	76,93%	65,27%	62,20%
	ADR	165,03 €	134,82 €	131,61 €
	RevPar	126,96 €	86,52 €	84,46 €

Fuente: Elaboración propia

Capítulo 4: Conclusiones

Después de un análisis exhaustivo, podemos concluir que el turismo es una de las principales fuentes de ingresos económicos en España y desempeña un papel importante en la contribución del PIB del país. España ofrece una amplia gama de opciones de turismo, incluido el sol y la playa, cultural, gastronómico y rural, lo que atrae a visitantes nacionales e internacionales. Gracias a sus condiciones climáticas favorables y atractivas playas, el turismo de sol y playa es el más demandado, especialmente en Canarias y Baleares. El turismo cultural se destaca por su extensa historia de monumentos, museos, festivales y tradiciones, y ha mostrado una recuperación notable después de la pandemia. Con actividades como rutas de vino y restaurantes con estrellas Michelin, la gastronomía española impulsa el turismo gastronómico y por último el turismo rural fomenta la

sostenibilidad y el ecoturismo al centrarse en experiencias en la naturaleza y las zonas rurales.

Más concretamente, sector hotelero juega un papel fundamental en el turismo y la economía, y su contribución al PIB y al empleo es significativa. Ha demostrado una notable capacidad de recuperación, mejorando las tasas de ocupación e ingresos a pesar de los efectos de la pandemia de COVID-19. En resumen, el sector hotelero en España ha demostrado su capacidad de resiliencia y adaptabilidad, lo que le permite garantizar un crecimiento sostenible a largo plazo y seguir siendo un componente clave del turismo y la economía española.

Finalmente, el análisis comparativo del sector turístico en los archipiélagos de Canarias y Baleares, que se ha enfocado en las cadenas hoteleras Lopesan y Meliá, nos ha brindado detalles sobre sus estrategias, oferta y demanda. Gracias a este estudio exhaustivo, he podido identificar las áreas de mejora más importantes para cada grupo hotelero.

Tanto Canarias como Baleares son destinos turísticos destacados en términos de oferta y demanda, aunque comparten características y dificultades. El clima subtropical de Canarias permite una demanda turística estable durante todo el año. Las altas tasas de ocupación y las altas tarifas promedio se mantienen debido a las condiciones climáticas favorables y la infraestructura hotelera bien desarrollada, especialmente en islas como Tenerife y Gran Canaria. Con su amplia presencia en Canarias, Lopesan aprovecha la demanda constante para llevar a cabo una estrategia de precios agresiva y segmentada, lo que conduce a un ADR (Average Daily Rate) más alto. Por otro lado, Baleares se encuentra en una situación estacional más marcada, con una alta demanda concentrada en los meses de verano y una notable disminución durante el invierno.

Meliá, con una gran influencia en Baleares, necesita modificar sus tarifas para mantener la ocupación durante la temporada baja, lo que podría llevar a un ADR más diverso. No obstante, Baleares cuenta con una sólida infraestructura turística y una amplia variedad de productos que atraen tanto a visitantes nacionales como extranjeros. Aprovechando el clima favorable y la demanda estable, Lopesan mantiene una posición dominante en Canarias. No obstante, su presencia en las Islas Baleares es insignificante. Lopesan ha creado una amplia gama de hoteles en Canarias y una estrategia de precios que busca maximizar sus ganancias, ya que debido a la demanda constante durante todo el año puede mantener tarifas altas. Sin embargo, Meliá cuenta con una presencia más equitativa entre ambos archipiélagos, aunque se encuentra en dificultades debido a la

estacionalidad en Baleares. Meliá compite directamente con Lopesan en Canarias, pero gracias a su estrategia diversificada y su compromiso con la sostenibilidad, también puede atraer a muchos turistas. En Baleares, Meliá se enfrenta a una mayor competencia y necesita adaptarse a la variabilidad estacional, lo que implica ajustes constantes en sus tarifas y promociones.

Para consolidar su posición en el mercado, Lopesan debería considerar la expansión en Baleares y otras islas Canarias. En la actualidad, Lopesan cuenta con una amplia representación en las Islas Canarias, en particular en Gran Canaria y Fuerteventura, con 13 hoteles y 5,373 habitaciones. Sin embargo, en Baleares, Meliá tiene una sólida presencia con 30 hoteles. Durante todo el año, el clima subtropical de Canarias mantiene una alta demanda turística, lo que permite a Lopesan mantener altas tasas de ocupación y tarifas promedio diarias (ADR) elevadas. En Canarias, el ADR de Lopesan es de 165.03 euros, más alto que el de Meliá. Esto indica que existe un mercado sólido que puede soportar una mayor expansión, especialmente en Tenerife, donde Lopesan aún no tiene representación. Sin embargo, la demanda en Baleares varía según la temporada, alcanzando su punto máximo durante el verano. Meliá ha modificado sus tarifas para mantener la ocupación durante la temporada baja. Sin embargo, Baleares cuenta con una amplia infraestructura turística y una gran demanda durante la temporada alta, especialmente en Mallorca.

Esto le permitiría ampliar su gama de productos y disminuir la competencia directa con Meliá en Canarias. Lopesan podría reducir los peligros de depender demasiado de una sola zona, especialmente en cuanto a las variaciones estacionales y económicas, al diversificar sus ubicaciones. Desarrollando más iniciativas ecológicas que atraigan a turistas conscientes del medio ambiente, Lopesan puede fortalecer su enfoque en la sostenibilidad. La mejora de la experiencia del cliente a través de servicios personalizados y programas de fidelización tiene el potencial de aumentar la lealtad del cliente y atraer a un mayor número de turistas.

Lopesan puede considerar expandirse a Baleares y otras islas Canarias, especialmente en áreas donde la demanda turística con frecuencia supera la oferta disponible. Esta expansión reduciría la presión sobre la infraestructura actual y proporcionaría más opciones de alojamiento a los turistas, ayudando a equilibrar la demanda y la oferta. Sin embargo, es esencial que esta expansión se lleve a cabo de manera sostenible, teniendo

en cuenta los efectos en el medio ambiente y garantizando que las islas puedan soportar una mayor cantidad de turistas sin dañar su biodiversidad y el medio ambiente.

En conclusión, es factible que Lopesan se expanda a Baleares y otras islas Canarias desde la perspectiva de la oferta y la demanda. Sin embargo, la expansión debe llevarse a cabo de manera sostenible, teniendo en cuenta los efectos ambientales y la capacidad de las islas para soportar una mayor cantidad de turistas sin afectar su biodiversidad y calidad ambiental.

Meliá debería concentrarse en aumentar su presencia en ambos archipiélagos y fortalecer su posición en el mercado. Una mayor concentración en algunas islas, como Tenerife, podría aumentar la eficiencia operativa y mejorar el grado de ocupación. Como mencioné anteriormente, el grado de ocupación es menor que el de Lopesan. Continuar creando y destacando iniciativas de sostenibilidad no solo mejora la imagen corporativa de Meliá, sino que también puede atraer a un segmento creciente de turistas preocupados por el medio ambiente. Meliá debería ampliar su atractivo en un mercado competitivo al diversificar aún más sus ofertas para atraer a diferentes tipos de turistas, desde el turismo de lujo hasta el ecoturismo.

En conclusión, la evaluación comparativa muestra que tanto Lopesan como Meliá poseen fortalezas y dificultades distintas en Canarias y Baleares. Lopesan se beneficia de una demanda estable y estrategias de precios eficientes en Canarias, mientras que Meliá enfrenta una estacionalidad más pronunciada en Baleares. Para mejorar su posición en el mercado y asegurar un crecimiento sostenible a largo plazo, ambos grupos hoteleros pueden beneficiarse de estrategias de expansión, diversificación y un mayor enfoque en la sostenibilidad. Personalmente considero que las sugerencias de mejora para Lopesan podrían incluir la expansión en Baleares, la innovación en sostenibilidad y la mejora de la experiencia del cliente, mientras que para Meliá, la optimización de su presencia, el enfoque en la sostenibilidad y la diversificación de sus ofertas son fundamentales para el éxito a largo plazo. Estas tácticas ayudarán a ambos grupos a maximizar su desempeño y expandirse a nuevos mercados, garantizando un crecimiento a largo plazo y sostenible.

Declaración de Uso de Herramientas de Inteligencia Artificial Generativa en Trabajos Fin de Grado

ADVERTENCIA: Desde la Universidad consideramos que ChatGPT u otras herramientas similares son herramientas muy útiles en la vida académica, aunque su uso queda siempre bajo la responsabilidad del alumno, puesto que las respuestas que proporciona pueden no ser veraces. En este sentido, NO está permitido su uso en la elaboración del Trabajo fin de Grado para generar código porque estas herramientas no son fiables en esa tarea. Aunque el código funcione, no hay garantías de que metodológicamente sea correcto, y es altamente probable que no lo sea.

Por la presente, yo, [Carlota Betancor Ojeda], estudiante de [E-2 Bilingüe] de la Universidad Pontificia Comillas al presentar mi Trabajo Fin de Grado titulado "[TURISMO EN LAS ISLAS: UN ANÁLISIS COMPARATIVO ENTRE BALEARES Y CANARIAS]", declaro que he utilizado la herramienta de Inteligencia Artificial Generativa ChatGPT u otras similares de IAG de código sólo en el contexto de las actividades descritas a continuación [el alumno debe mantener solo aquellas en las que se ha usado ChatGPT o similares y borrar el resto. Si no se ha usado ninguna, borrar todas y escribir "no he usado ninguna"]:

1. **Interpretador de código:** Para realizar análisis de datos preliminares.
2. **Corrector de estilo literario y de lenguaje:** Para mejorar la calidad lingüística y estilística del texto.
3. **Sintetizador y divulgador de libros complicados:** Para resumir y comprender literatura compleja.

Afirmo que toda la información y contenido presentados en este trabajo son producto de mi investigación y esfuerzo individual, excepto donde se ha indicado lo contrario y se han dado los créditos correspondientes (he incluido las referencias adecuadas en el TFG y he explicitado para que se ha usado ChatGPT u otras herramientas similares). Soy consciente de las implicaciones académicas y éticas de presentar un trabajo no original y acepto las consecuencias de cualquier violación a esta declaración.

Fecha: [03.JUNIO.2024]

Firma:  _____

BIBLIOGRAFÍA

- Abigail Orús, & 2024, 22 mar. (2024b, March 22). *Turistas extranjeros por comunidad autónoma en España*. Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/475146/numero-de-turistas-internacionales-en-espana-por-comunidad-autonoma/>
- Abigail Orús, & 2024, 2 abr. (n.d.). *Media Anual de Hoteles Abiertos en España 2008-2023*. Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/489035/establecimientos-hoteleros-abiertos-en-espana/#:~:text=En%202023%2C%20abrieron%20sus%20puertas,cercana%20las%20cifras%20pre%2Dpandémicas>
- Abigail Orús, & 2024, 13 mar. (2024, March 13). *Número de Turistas por isla en canarias en 2023*. Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/526731/numero-de-turistas-que-visitaron-canarias-por-isla-de-destino/>
- Amigot, B. (2024, January 30). *La econom*. EXPANSION. <https://www.expansion.com/economia/2024/01/30/65b8ac3ae5fdea55698b45dd.html>
- Análisis y proyecciones del sector hotelero español. (n.d.-a). <https://www.cbre.es/insights/viewpoints/analisis-y-proyecciones-del-sector-hotelero-espanol>
- Beatriz Villafranca Serrano 9 de abril de 2024, Serrano, B. V., Pedro Álvarez Ondina Alberto Graziano 8 de abril de 2024, Pedro Álvarez Ondina Alberto Graziano, Ondina, P. Á., Graziano, A., Javier García Arenas 5 de abril de 2024, Arenas, J. G., Heymann, D. C., Judit Montoriol Garriga Sergio Díaz, Garriga, J. M., & Díaz, S. (2023a, October 26). *El Auge del Turismo Rural en España: Una Oportunidad para el Desarrollo Rural*. CaixaBank Research. <https://www.caixabankresearch.com/es/analisis-sectorial/agroalimentario/auge-del-turismo-rural-espana-opportunidad-desarrollo-rural#:~:text=Seg%C3%BAn%20datos%20internos%20de%20CaixaBank,salido%20reforzada%20tras%20la%20pandemia>
- Beatriz Villafranca Serrano 9 de abril de 2024, Serrano, B. V., Pedro Álvarez Ondina Alberto Graziano 8 de abril de 2024, Pedro Álvarez Ondina Alberto Graziano, Ondina, P. Á., Graziano, A., Javier García Arenas 5 de abril de 2024, & Arenas, J. G. (2024, February 1). *Islas baleares*. CaixaBank Research. <https://www.caixabankresearch.com/es/publicaciones/fichas-comunidades-autonomas/islas-baleares>
- Brands, elDiario. (n.d.). *UN turismo que cuida de todos: Las islas baleares Dan Un Paso al frente*. Un turismo que cuida de todos: las Islas Baleares dan un paso al frente. <https://branded.eldiario.es/baleares-turismo-cuida-de-su-destino/sostenibilidad-circularidad.html>
- Canarias Lideró La recuperación turística nacional en 202... Portal de Noticias del Gobierno de Canarias. (n.d.). <https://www3.gobiernodecanarias.org/noticias/canarias-lidero-la-recuperacion-turistica-nacional-en-2022-con-16-961-millones-de-euros-un-355-del-pib-regional/>
- Colliers | the hotel investment in Spain soars in 2023, with 4,248 million €. (n.d.). <https://www.colliers.com/en-es/news/la-inversion-hotelera-en-espanha-en-2023>
- Delgado, R. (2024, February 12). *Canarias lidera el crecimiento económico en Toda España Gracias Al Empujón turístico récord de 2023*. elDiario.es. [https://www.eldiario.es/canariasahora/economia/canarias-lidera-crecimiento-economico-espana-gracias-empujon-turistico-record-2023_1_10918006.html#:~:text=Tanto%20Canarias%20como%20Baleares%2C%20y,a%202022\)%2C%20y%20con%20Baleares](https://www.eldiario.es/canariasahora/economia/canarias-lidera-crecimiento-economico-espana-gracias-empujon-turistico-record-2023_1_10918006.html#:~:text=Tanto%20Canarias%20como%20Baleares%2C%20y,a%202022)%2C%20y%20con%20Baleares)
- EcoBrands. (2023, September 15). *El Gasto Medio de los españoles en las Vacaciones de Verano Aumenta un 24% respecto a 2022, según El Observatorio Cetelem*. elEconomista.es. <https://www.economista.es/branded-content/noticias/12445267/09/23/el-gasto-medio-de-los-espanoles-en-las-vacaciones-de-verano-aumenta-un-24-respecto-a-2022-segun-el-observatorio-cetelem.html#:~:text=Ofrecido%20por,.El%20gasto%20medio%20de%20los%20espa%C3%B1oles%20en%20las%20vacaciones%20de,2022%2C%20seg%C3%BAn%20el%20Observatorio%20Cetelem&text=El%20gasto%20medio%20aumenta%20un,de%20media%20del%20a%C3%B1o%20pasado.>
- Economía de Mallorca. (2024, February 2). *Balance Turístico de 2023 en baleares; 14,4 millones de visitantes extranjeros y 17,22m€ de gasto*. <https://www.economiademallorca.com/articulo/turismo-y-hosteleria/balance-turistico-baleares-144-millones-visitantes-extranjeros-1722mE-gasto/2024020124153090796.html>

Ecoturismo en España. (n.d.-a). https://www.miteco.gob.es/content/dam/miteco/es/ceneam/grupos-de-trabajo-y-seminarios/club-ecoturismo-en-espana/Iecoturismo-espana-rblanco_tcm30-168871.pdf

elDiario.es. (2024, February 22). *El Pib de Canarias Creció un 3,9% en 2023, por encima de lo esperado*. https://www.eldiario.es/canariasahora/economia/pib-canarias-crecio-3-9-2023-esperado_1_10948295.html#:~:text=Calle%20Mayor%20de%20Triana%20de%20Las%20Palmas%20de%20Gran%20Canaria.&text=La%20econom%C3%ADa%20canaria%20ha%20experimentando,de%20lo%20que%20estaba%20previsto.

El Perfil del Turista en datos " el blog De Ashotel. EL BLOG DE ASHOTEL. (n.d.). <https://blog.ashotel.es/2023/05/29/el-perfil-del-turista-en-datos/>

El Sector Hotelero Seguirá Al Alza en 2024. (n.d.-c). <https://www.cbre.es/insights/articles/el-sector-hotelero-seguira-al-alza-en-2024>

El Turismo cultural en España Recupera Cifras Prepandémicas: Casi Uno de Cada Cinco Viajes realizados en 2022 fue por motivos culturales. La Moncloa. 09/10/2023. El turismo cultural en España recupera cifras prepandémicas: casi uno de cada cinco viajes realizados en 2022 fue por motivos culturales [Prensa/Actualidad]. (n.d.-b). <https://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/notasprensa/industria/Paginas/2023/091023-datos-turismo-cultural.aspx>

El Turismo cultural en España Recupera Cifras Prepandémicas: Casi Uno de Cada Cinco Viajes realizados en 2022 fue por motivos culturales. La Moncloa. 09/10/2023. El turismo cultural en España recupera cifras prepandémicas: casi uno de cada cinco viajes realizados en 2022 fue por motivos culturales [Prensa/Actualidad]. (n.d.). <https://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/notasprensa/industria/Paginas/2023/091023-datos-turismo-cultural.aspx>

Empleo Turístico. INE. (n.d.-c). <https://www.ine.es/jaxi/Tabla.htm?path=%2Ft35%2Fp011%2Frev19%2Fserie%2F10%2F&file=03002.px&L=0>

España - Turismo Internacional 2023. Datosmacro.com. (2024, February 2). <https://datosmacro.expansion.com/comercio/turismo-internacional/espana?anio=2023#geo0>

Estancia Media Por Zonas Turísticas. INE. (n.d.). <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=2040>

Fernández, S. (2023, February 14). *Meliá hotels repite Como la hotelera más sostenible del mundo*, Según S&P Global. https://www.elconfidencial.com/empresas/2023-02-14/melia-hotelera-mas-sostenible-bra_3568568/

Gasto de los Turistas internacionales según Comunidad Autónoma de Destino principal. INE. (n.d.-b). <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=10839>

Gasto de los turistas internacionales según motivo principal del viaje. INE. (n.d.-b). <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=23995>

Hoteles: Encuesta de ocupación, índice de Precios e indicadores de rentabilidad. Últimos Datos. INE. (n.d.-c). https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736177015&menu=ultiDatos&idp=1254735576863

Hosteltur. (n.d.-b). *El Turismo representa ya el 12,8% del pib con casi 187.000 m de Actividad*. Exceltur hace balance del turismo de 2023 en España. <https://www.hosteltur.com/161263-el-turismo-representa-ya-el-128-del-pib-con-casi-187000-m-de-actividad.html#:~:text=As%C3%AD%20se%20desprende%20de%20la,%20un%2018%20C6%25>

Hosteltur. (n.d.-a). *El Gasto en Turismo Gastronómico supera Los 22.700 m € en España*. El gasto en turismo gastronómico alcanza los 22.704 M € en España. <https://www.hosteltur.com/160607-el-gasto-en-turismo-gastronomico-alcanza-los-22704-m-en-espana.html#:~:text=El%20gasto%20en%20turismo%20gastron%C3%B3mico%20supera%20los%2022.700%20M%20%E2%82%AC%20en%20Espa%C3%B1a&text=datos%20de%20Turismo%20en%20Espa%C3%B1a>

En%20los%20primeros%20nueve%20meses%20de%202023%2C%2016%2C5%20millones.ei%20mismo%20perio
do%20de%202022.

Hosteltur. (n.d.-b). *Las Comunidades Autónomas Más Viajeras. ¿Qué comunidades autónomas son las más viajeras en España?* https://www.hosteltur.com/157210_las-comunidades-autonomas-mas-viajeras.html#:~:text=La%20Comunidad%20de%20Madrid%2C%20Cataluña,turistas%20más%20importantes%20de%20España.

Impacto de la Actividad Turística en ... (n.d.-b). <https://www.camara.es/sites/default/files/publicaciones/impacto-del-turismo-ccc-abril-2021.pdf>

Índices de precios de alojamientos turísticos. Datos Ine. DATAESTUR. (2024, March 25).
<https://www.dataestur.es/alojamientos/precios/>

Lamoncloa.gob.es. (n.d.).
<https://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/notasprensa/industria/Paginas/2023/090823-nuevos-empleos-vinculados-turismo.aspx>

Lopesan group: We make your rest our raison d'être. discover our offers! Lopesan Hotels - The holidays you dreamed of - Official Site. (n.d.). <https://www.lopesan.com/en>

Meliahotelsinternational. (n.d.-b). https://www.meliahotelsinternational.com/EthicalDocs/Código ético ES/mhi_codigo_etico_a5_jul18_es.pdf

Mejor época para visitar Mallorca según El Tiempo. Posada Terra Santa. (n.d.).
<https://www.posadaterrasanta.com/mejor-epoca-para-visitar-mallorca-segun-el-tiempo/#:~:text=La%20temporada%20alta%20coincide%20con,frecuentes%20y%20los%20precios%20suba>
n.

Mingo, B. M. (2024, February 2). *España Marca Un Nuevo Récord en Turismo en 2023: Se supera en número de personas y en gasto.* Diario ABC. <https://www.abc.es/economia/espana-marca-nuevo-record-turismo-2023-supera-20240202103454-nt.html>

Ministerio de Industria y turismo - hereu avanza que el Empleo turístico crece en febrero casi un 5% Hasta Rozar Los 2,6 millones de trabajadores. Abre en ventana nueva. (n.d.). <https://www.mintur.gob.es/es-es/GabinetePrensa/NotasPrensa/2024/Paginas/jordi-hereu-empleo-turistico-crecimiento-febrero.aspx>

Molina, C. (2024, February 29). *Meliá logra máximos históricos de ingresos y beneficio, Pero Apenas reduce La Deuda.* Cinco Días. <https://cincodias.elpais.com/companias/2024-02-29/melia-logra-maximos-historicos-de-ingresos-y-beneficio-pero-apenas-reduce-la-deuda.html>

Observatorio Turístico de canarias. (n.d.-b).
https://turismodeislascanarias.com/sites/default/files/observatorio_turistico_de_canarias_informe_2022.pdf

Oferta Alojativa en Canarias Serie Histórica (2015 - 2022). (n.d.-a).
https://turismodeislascanarias.com/sites/default/files/promotur_oferta_categorias_2015-2022_istac.pdf

Perfil de los turistas por mercado. Estadísticas del turismo-Perfil de los turistas por mercado. (n.d.).
https://www.caib.es/sites/estadisticasdelturisme/es/perfil_de_los_turistas_por_mercado/

Pib Turístico Español. Exceltur. (n.d.). <https://www.exceltur.org/pib-turistico-espanol/>

Ruta del Vino de España. (2022). Informe de visitas a bodegas y museos RVE 2022.
<https://wineroutesofspain.com/wp-content/uploads/2023/06/informe-visitas-a-bodegas-y-museos-rve-2022.pdf>

Serna, R. (2023, August 26). *¡mejor época para viajar a Canarias! Precio, Clima Y Afluencia.* Viajeros 3.0 - Blog de viajes por libre en español . <https://viajeros30.com/2022/07/10/mejor-epoca-para-viajar-a-canarias/>

Sobre Meliá. Sobre Meliá - Web corporativa oficial de Meliá. (n.d.).
<https://www.meliahotelsinternational.com/es/perfil-compania/sobre-nosotros/sobre-melia>

Spanish tourism satellite account. Latest Data. INE. (n.d.-c).
https://ine.es/dyngs/INEbase/en/operacion.htm?c=estadistica_C&cid=1254736169169&menu=ultiDatos&idp=1254735576863

Statista Research Department, & 2023, 4 jul. (2023a, July 4). *Número de Hoteles por isla en canarias en 2022.* Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/527337/numero-total-de-establecimientos-hoteleros-en-canarias-por-isla/>

Statista Research Department, & 2023, 5 dic. (n.d.-a). *Número de Hoteles en España según categoría.* Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/501143/establecimientos-hoteleros-segun-categoria-en-espana/>

Statista Research Department, & 2023, 12 sept. (2023, September 12). *Gasto Medio Diario por Isla de los turistas en baleares.* Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/538822/gasto-medio-diario-segun-isla-y-origen-de-los-turistas-que-visitaron-baleares/>

Statista Research Department, & 2023, 12 sept. (2023, September 12). *Turistas por país de origen en las Islas baleares.* Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/536516/turistas-en-las-islas-baleares-por-pais-de-residencia/>

Statista Research Department, & 2023, 12 sept. (2023c, September 12). *Número de plazas de hotel según categoría en Mallorca.* Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/539696/plazas-de-hotel-en-la-isla-de-mallorca-por-categoria/>

Statista Research Department, & 2023, 12 sept. (2023c, September 12). *Número de plazas de hotel por categoría en Menorca.* Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/539761/plazas-de-hotel-en-la-isla-de-menorca-por-categoria/>

Statista Research Department, & 2023, 12 sept. (2023c, September 12). *Número de plazas de hotel según categoría en Ibiza.* Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/539768/plazas-de-hotel-en-la-isla-de-ibiza-por-categoria/>

Statista Research Department, & 2023, 12 sept. (2023e, September 12). *Número de Hoteles por isla en las Islas baleares.* Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/539708/hoteles-en-las-islas-baleares-por-isla/>

Statista Research Department, & 2023, 8 sept. (2023c, September 8). *Canarias: Plazas hoteleras por categoría en gran canaria.* Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/526620/numero-de-plazas-hoteleras-en-la-isla-de-gran-canaria-por-categoria/>

Statista Research Department, & 2023, 15 jun. (2023a, June 15). *Índice precios hoteleros por comunidad autónoma en España 2023.* Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/502260/indice-de-precios-hoteleros-iph-por-comunidad-autonoma-espana/>

Statista Research Department, & 2024, 2 abr. (n.d.). *Hoteles por comunidad autónoma en España en 2023.* Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/501884/media-de-establecimientos-hoteleros-por-cc-aa-espana/>

Statista Research Department, & 2024, 2 abr. (n.d.-b). *Cadenas de Hoteles españolas con más habitaciones en España.* Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/502471/cadenas-hoteleras-espanolas-con-mayor-numero-de-habitaciones-en-espana/>

Statista Research Department, & 2024, 13 mar. (2024a, March 13). *Turistas en canarias: Principales Países de Origen.* Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/521911/numero-de-turistas-internacionales-en-canarias-por-pais-de-residencia/>

Statista Research Department, & 2024, 22 may. (2024b, May 22). *Baleares: Turistas Nacionales y extranjeros Según isla.* Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/538738/llegada-de-turistas-nacionales-e-internacionales-a-las-islas-baleares-por-isla/>

Statista Research Department, & 2024, 22 may. (2024, May 22). *Grado de Ocupación Hotelera en baleares según isla.* Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/539650/ocupacion-media-por-plazas-en-los-hoteles-de-las-islas-baleares/>

Statista Research Department, & 2024, 25 mar. (2024a, March 25). *Hoteles de España: Cifra Anual de Empleados*. Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/501292/promedio-del-personal-ocupado-en-establecimientos-hoteleros-en-espana/>

Statista Research Department, & 2024, 25 mar. (2024a, March 25). *Ocupación Hotelera por habitaciones en Canarias 2020-2023*. Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/526578/evolucion-mensual-del-grado-de-ocupacion-por-habitaciones-en-los-alojamientos-hoteleros-de-canarias/>

Statista Research Department, & 2022, 14 jun. (2022b, June 14). *Hoteles en tenerife: Número de plazas según Categoría*. Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/526696/numero-de-plazas-hoteleras-en-la-isla-de-tenerife-por-categoria/>

(n.d.). *Tema: El Turismo de Costa en España*. Statista. <https://es.statista.com/temas/3621/el-turismo-de-costa-en-espana/#topicOverview>

n.d.-b). *Tema: Sector hotelero en España*. Statista. <https://es.statista.com/temas/3875/sector-hoteleros-en-espana/#topicOverview>

(n.d.-b). *Tema: Turismo rural en España*. Statista. <https://es.statista.com/temas/3718/turismo-rural-en-espana/#topicOverview>

20m. (2023, September 15). *La Mayoría de Españoles Se van de Vacaciones Una o dos Semanas, prefieren la playa Y gastan de 15 a 30 euros en restaurantes*. *www.20minutos.es - Últimas Noticias*. <https://www.20minutos.es/noticia/5172960/0/mayoria-espanoles-se-van-vacaciones-una-dos-semanas-prefieren-playa-gastan-15-30-euros-restaurantes/>

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N.º 1: LLEGADA DE TURISTAS A ESPAÑA SEGÚN PAÍS DE RESIDENCIA (2022) ...	10
GRÁFICO N.º 2: LLEGADA TURISTAS INTERNACIONALES ANUALES	11
GRÁFICO N.º 3: LLEGADA TURISTAS INTERNACIONALES MENSUALES	11
GRÁFICO N.º 4: TURISTAS EXTRANJEROS POR COMUNIDAD AUTÓNOMA EN ESPAÑA EN 2023 (EN MILES)	12
GRÁFICO N.º 5: EL PIB TURÍSTICO SUPERA EN UN 18,6% LOS VALORES DE 2019	13
GRÁFICO N.º 6: RANKING DE ZONAS TURÍSTICAS POR NÚMERO DE TURISTAS NACIONALES EN HOTELES ESPAÑA 2023	15
GRÁFICO N.º 7: GASTO TOTAL, GASTO MEDIO POR PERSONA, GASTO MEDIO DIARIO POR PERSONA Y DURACIÓN MEDIA DE LOS TURISTAS INTERNACIONALES SEGÚN MOTIVO PRINCIPAL DEL VIAJE.....	17
GRÁFICO N.º 8: GASTO TOTAL, GASTO MEDIO POR PERSONA, GASTO MEDIO DIARIO POR PERSONA Y DURACIÓN MEDIA DE LOS TURISTAS INTERNACIONALES SEGÚN MOTIVO PRINCIPAL DEL VIAJE.....	20
GRÁFICO N.º 9: PRECIO & GASTO MEDIO POR TIPO DE ESTABLECIMIENTO	22
GRÁFICO N.º 10: EVOLUCIÓN ANUAL VISITANTES EN MUSEOS Y BODEGAS.....	22
GRÁFICO N.º 11: TURISTAS EXTRANJEROS POR TIPO DE ALOJAMIENTO EN ESPAÑA EN 2023 (EN MILLONES).....	25
GRÁFICO N.º 12: EVOLUCIÓN DE LA MEDIA ANUAL DE ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS EN ESPAÑA DE 2013 A 2023	26
GRÁFICO N.º 13: ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS POR COMUNIDAD AUTÓNOMA ESPAÑA 2023	27
GRÁFICO N.º 14: MEDIA ANUAL DE ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS EN ESPAÑA EN 2022, POR CATEGORÍA	28
GRÁFICO N.º 15: GRADO DE OCUPACIÓN POR HABITACIONES Y CATEGORÍA DE HOTELES & HOSTALES ESPAÑA 2022	28
GRÁFICO N.º 16: PERSONAL OCUPADO DE MEDIA AL AÑO EN ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS EN ESPAÑA 2010-2023	29
GRÁFICO N.º 17: NÚMERO MENSUAL DE VIAJEROS Y PERNOCTACIONES PARA LOS AÑOS 2019, 2022 Y 2023	31
GRÁFICO N.º 18: VALORES DE ADR Y REVPAR CORRESPONDIENTE AL PRIMER TRIMESTRE.....	32
GRÁFICO N.º 19: RANKING DE CADENAS HOTELERAS ESPAÑOLAS CON MÁS HABITACIONES EN ESPAÑA 2023	32
GRÁFICO N.º 20: DESGLOSE DE LA INVERSIÓN POR ZONAS (M€)	33
GRÁFICO N.º 21: PRINCIPALES PAÍSES DE ORIGEN DE LOS TURISTAS QUE VISITARON CANARIAS EN 2023 (EN MILES DE PERSONAS)	37
GRÁFICO N.º 22: NÚMERO DE TURISTAS QUE LLEGARON A LAS ISLAS BALEARES EN 2022, POR PAÍS DE RESIDENCIA (EN MILES DE PERSONAS)	37
GRÁFICO N.º 23: NÚMERO DE TURISTAS QUE VISITARON CANARIAS EN 2023, POR ISLA PRINCIPAL DE DESTINO (EN MILES)	38
GRÁFICO N.º 24: NÚMERO DE TURISTAS QUE VISITARON BALEARES EN 2022, POR ISLA PRINCIPAL DE DESTINO (EN MILES)	38
GRÁFICO N.º 25: ESTANCIA MEDIA ISLAS BALEARES	40

GRÁFICO N.º 26: ESTANCIA MEDIA ISLAS CANARIAS (PROVINCIA DE LAS PALMAS).....	41
GRÁFICO N.º 27: ESTANCIA MEDIA ISLAS CANARIAS (PROVINCIA DE SANTA CRUZ DE TENERIFE).....	41
GRÁFICO N.º 28: GASTO MEDIO DIARIO POR ISLA DE TURISTAS QUE VISITARON BALEARES 2022	42
GRÁFICO N.º 29: GASTO MEDIO DIARIO TURISTAS INTERNACIONALES EN CANARIAS POR PERSONA.....	42
GRÁFICO N.º 30: HOTELES DISTRIBUIDOS POR ISLA EN CANARIAS EN 2022	43
GRÁFICO N.º 31: HOTELES DISTRIBUIDOS POR ISLA EN BALEARES EN 2022	43
GRÁFICO N.º 32: NÚMERO DE PLAZAS HOTELERAS DISPONIBLES EN LA ISLA DE MALLORCA EN 2022, POR CATEGORÍA	44
GRÁFICO N.º 33: NÚMERO DE PLAZAS HOTELERAS DISPONIBLES EN LA ISLA DE MENORCA EN 2022, POR CATEGORÍA	45
GRÁFICO N.º 34: NÚMERO DE PLAZAS HOTELERAS DISPONIBLES EN LA ISLA DE IBIZA EN 2022, POR CATEGORÍA	45
GRÁFICO N.º 35: NÚMERO DE PLAZAS HOTELERAS DISPONIBLES EN LA ISLA DE GRAN CANARIA EN 2020, POR CATEGORÍA	46
GRÁFICO N.º 36: NÚMERO DE PLAZAS HOTELERAS DISPONIBLES EN LA ISLA DE TENERIFE EN 2021, POR CATEGORÍA	46
GRÁFICO N.º 37: NÚMERO DE PLAZAS HOTELERAS DISPONIBLES EN CANARIAS 2022	47
GRÁFICO N.º 38: GRADO DE OCUPACIÓN POR PLAZAS EN ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS EN LAS ISLAS BALEARES EN 2022, POR ISLA	47
GRÁFICO N.º 39: GRADO DE OCUPACIÓN POR HABITACIONES AL MES EN HOTELES EN CANARIAS 2022 & 2023.....	48
GRÁFICO N.º 40: ÍNDICE DE PRECIOS HOTELEROS (IPH) EN ESPAÑA EN ENERO 2023, POR COMUNIDAD AUTÓNOMA	49
GRÁFICO N.º 41: TARIFA MEDIA DIARIA (ADR) ISLAS BALEARES & CANARIAS	50
GRÁFICO N.º 42: PERCEPCIÓN DE LAS MEDIDAS DE SOSTENIBILIDAD.....	53

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N.º 1: GASTO DE LOS TURISTAS INTERNACIONALES SEGÚN MOTIVO PRINCIPAL DEL VIAJE.....	16
TABLA N.º 2: GASTO DE LOS TURISTAS INTERNACIONALES SEGÚN MOTIVO PRINCIPAL DEL VIAJE.....	19
TABLA N.º 3: RESUMEN TURISMO DE PLAYA Y TURISMO CULTURAL	24
TABLA N.º 4: RESUMEN OFERTA Y DEMANDA ISLAS CANARIAS & ISLAS BALEARES	52
TABLA N.º 5: RESUMEN ESTRATEGIAS DE LAS COMPAÑÍAS	60
TABLA N.º 6: RESUMEN COMPARATIVA FINANCIERA	61
TABLA N.º 8: HOTELES LOPESAN & MELIÁ EN CANARIAS Y BALEARES	64
TABLA N.º 9: ANÁLISIS COMPARATIVO LOPESAN & MELIÁ.....	68
TABLA N.º 10: HIPÓTESIS N.º HABITACIONES, GRADO OCUPACIÓN, ADR Y REVPAR MELIÁ	80

ANEXO

Tabla N.º 10: Hipótesis N.º habitaciones, grado ocupación, ADR y RevPar Meliá

		MELIÁ					
		General		Canarias		Baleares	
2023	Nº Habitaciones	9.697,10		1395,41		2084,88	
	Nº Hoteles	139		20 = 14,39%		30 = 21,5%	
			Mínimo (-5%)	Máximo (+15%)	Mínimo (-5%)	Máximo (+10%)	
2022	Grado ocupación	62,20%		59%		71,53%	
	Grado ocupación medio			65,27%		62,20%	
	ADR	128,40 €		121,98 €		147,66 €	
	ADR medio			134,82 €		131,61 €	
	RevPar	82,40 €		78,28 €		94,76 €	
		RevPar medio		86,52 €		84,46 €	
Datos Nacionales	Grado ocupación media			77,04%		74,10%	
	ADR			115,02 €		108,65 €	

Fuente: Elaboración propia