vinetur

Los hoteles españoles transforman terrazas y azoteas para ganar ingresos durante todo el año

El 85% de la inversión hotelera va a la gama alta, con más peso de jardines y porches

martes 22 de septiembre de 2026



Los hoteles españoles están reordenando terrazas, azoteas, porches y zonas de restauración para obtener ingresos durante todo el año. El movimiento coincide con un nuevo ciclo de inversión en el sector y con una demanda que valora cada vez más los espacios al aire libre a la hora de elegir alojamiento.

España volvió a situarse por tercer año consecutivo como el mercado europeo más atractivo para la inversión hotelera, de acuerdo con CBRE. La consultora también coloca a Barcelona como la ciudad con mayor inversión hotelera y a Madrid entre las tres primeras. Al mismo tiempo, el primer semestre de 2026 cerró con más de 55 millones de viajeros, el mejor dato histórico para ese tramo del año, según las cifras citadas por Lumon.

La inversión se está concentrando, sobre todo, en los establecimientos de gama alta. Los hoteles de 4 y 5 estrellas reunieron la mayor parte del capital movilizado en 2025 y, en el primer semestre de 2026, llegaron al 85% del volumen invertido, siempre según CBRE. Lumon cifra en más de 4,2 millones de euros la inversión hotelera de 2025, con 194 operaciones y un alza del 30%, lo que, a juicio de la empresa, supuso el segundo mejor registro histórico.

Más allá del dinero invertido, las cadenas están ajustando su oferta a lo que pide el viajero. Un informe del Observatorio Nacional del Turismo Emisor, ObservaTUR, sitúa la ubicación como el aspecto más valorado al reservar vacaciones, con 4,2 puntos sobre 5. Después aparece la tecnología del hotel, con 3,4 sobre 5, y, a continuación, elementos ligados al exterior, como la piscina y las vistas.

Jesús Tirado, director de Proyectos de Lumon España, afirma que jardines, terrazas y azoteas están ganando peso en los nuevos proyectos hoteleros porque son prestaciones muy buscadas tanto en viviendas como en alojamientos turísticos. Javier Martínez, vicepresidente ejecutivo del grupo, añade que, tras la pandemia, muchos establecimientos trataron de recuperar ocupación invirtiendo en estos espacios, muy valorados por clientes nacionales e internacionales.

Una de las vías que está ganando terreno es el cerramiento acristalado de terrazas y azoteas. La idea, según Lumon, es mantener en uso áreas que dependen del clima y ampliar así la superficie útil para restauración y ocio. La empresa sostiene que esa fórmula permite aumentar el número de mesas, alargar la temporada de uso y reforzar el posicionamiento de parte de la planta hotelera en el segmento de alta gama.

Las cifras territoriales apuntan también a dónde se dirige ese capital. Madrid capta el 21% del volumen invertido en hoteles de lujo en España, por delante de Baleares, con el 20%; Canarias, con el 18%; y Málaga, con el 11%, de acuerdo con los datos de CBRE citados por Lumon. Martínez relaciona el peso de Madrid con su papel como capital y como uno de los destinos preferidos del turismo urbano, mientras que atribuye el avance de Málaga a su consolidación como plaza cada vez más elegida.

Lumon aporta dos ejemplos de esta estrategia. En el complejo Ona Marinas de Nerja, propiedad de Ona Hotels&Apartments, instaló alrededor de 80 m2 de acristalamiento para prolongar la terraza del restaurante. La cadena calcula que en invierno ha ganado unos 120 m2 de espacio disponible y que la nueva configuración permite atender hasta 70 comensales al ampliar el número de mesas y sillas.

El otro caso citado es el del Hotel Amàre Marbella. Allí se ejecutó una instalación de 286 m2 de acristalamiento en la primera, segunda y novena planta, además de cambios en el Beach Club. La actuación incluyó cristales de gran altura en zonas interiores y exteriores para dividir espacios y adaptarlos al número de clientes, de acuerdo con la empresa.

Martínez sitúa el mayor potencial de estas soluciones en las plantas bajas, las terrazas y las azoteas ligadas al ocio y la restauración. A su juicio, son las áreas que más ingresos adicionales pueden aportar si siguen operativas durante los doce meses del año.