

Los hoteles temáticos, en busca de la diferenciación

En España son todavía pocos los ejemplos de hoteles temáticos que se explotan, pero los resultados alcanzados por estas primeras iniciativas presagian la expansión de la fórmula. Sol Meliá, con los hoteles de los Picapiedra y los Hard Rock Hotel, Port Aventura y Marina D'Or son los pioneros en esta estrategia probada en Las Vegas.

En 2003 Sol Meliá firmó con la Warner Bros Consumer Products una alianza estratégica para desarrollar hoteles con áreas tematizadas protagonizadas por los dibujos animados de Los Picapiedra. Tras su paso por Eurodisney, Luis del Olmo, director de marketing de la cadena, se planteó el objetivo de atraer el turismo familiar.

“La inquietud de Sol Meliá por crear hoteles diferenciados y dirigidos a segmentos de mercado especializados fue el motor principal de esta idea, que comenzó con dos hoteles Sol en las Islas Baleares, y que hoy cuenta con nueve hoteles Sol, que llamamos The Flintstones Land”, explica Cristina Molina, directora de comunicación de Sol Meliá.

Por ahora la cadena hotelera dispone de los hoteles tematizados en España Sol Falcó y Sol Milanos Pingüinos en Menorca; Sol Pelícanos Ocas en Benidorm; Sol Antillas Barbados y Sol Mirlos Tordos en Mallorca; Sol Príncipe Principito en Torremolinos; Sol Timor en Málaga; Sol Lanzarote en las Islas Canarias y Sol Princesa Dácil en Tenerife; y ha extendido esta estrategia a varios hoteles de Centroamérica: Meliá Caribe Tropical, Meliá Puerto Vallarta y Meliá Cozumel, todos en México. Ante los buenos resultados obtenidos, el próximo año ampliará esta red de hoteles tematizados con la apertura de dos en Mallorca y uno en Ibiza.

“Los hoteles con áreas tematizadas con The Flintstones Land van dirigidos a las familias, ya que ofrecen clubs infantiles por edades, *check in* para niños, restaurantes con menús infantiles y actividades tematizadas”, añade Cristina Molina. Según la portavoz de Sol Meliá, acuden familias principalmen-



LA EDAD DE PIEDRA

Sol Meliá ha apostado por Los Picapiedra para atraer al turismo familiar a sus hoteles.

te en los meses de verano, con una estancia media de una semana. “No sólo clientes españoles, sino también familias británicas, alemanas y de otras nacionalidades que, cada vez más, seleccionan establecimientos que les ofrezcan un valor añadido a su estancia. La gran aceptación que está teniendo la idea nos permite pensar en ampliar el número de hoteles tanto en España como en el Caribe”, adelanta Molina.

Además, el grupo Sol Meliá va a poner en marcha otra serie de hoteles bajo la marca Hard Rock en la primavera del año próximo en España.

El antiguo Tryp Reina Victoria será el lugar donde se ubique el primer Hard Rock Hotel de la cadena en Madrid, aunque ya existen varios hoteles en Estados Unidos creados por la empresa en Chicago y Nueva York.

“Los hoteles Hard Rock son resultado de una *joint venture* con la marca Rank Group. En este caso, la imagen es de la compañía con base en Londres, mientras que la gestión hotelera corresponde a Sol Meliá. Los hoteles Hard Rock no son tematizados sino que recrean un ambiente musical para ofrecer al cliente una ex-

El primer Hard Rock Hotel español se abrirá en Madrid en la primavera de 2006

perencia sensorial y que cuenta, además, con unos equipos audiovisuales en cada habitación del hotel de la más alta calidad para que el cliente pueda adecuar esa experiencia a sus gustos personales”, puntualiza la directora de comunicación.

Hoteles en parques temáticos

La conversión del parque temático Port Aventura en un resort vacacional ha sido un largo proceso a lo largo de los diez años de vida del parque. Cuando en 1995 Port Aventura abrió sus puertas como parque temático especializado en civilizaciones estaba muy lejos de la realidad actual. Una década después es un complejo vacacional compuesto por el parque temático Port Aventura, el parque acuático Costa Caribe y tres hoteles temáticos de cuatro estrellas con 500 habitaciones cada uno: Port Aventura, El Paso y Caribe Resort.

Este cambio de parque de ocio a destino vacacional ha propiciado que Port Aventura sea el parque temático de España que alcanza los mejores resultados en cuanto a número de visitantes, pues superó los 3,5 millones por temporada, y 20,2 millones de ingresos durante la temporada anterior.

Fue en la temporada 2002, cuando el parque pertenecía a Universal Studios, cuando se abrieron los primeros hoteles en el recinto. En ese año se produjo su relanzamiento internacional y comenzó a promocionarse como destino turístico en Estados Unidos. En 2004, Universal salió del accionariado del parque, que pasó a ser propiedad mayoritaria de La Caixa.

El grueso del turismo que llega hasta Port Aventura lo forman familias tanto en las vacaciones de verano como en viajes de fin de semana, pues el parque permanece abierto desde marzo hasta después de Navidad, ofreciendo actividades todos los fines de semana. Esta ampliación de la temporada ha favorecido además su promoción como destino de grupos de empresas para la celebración de convenciones y viajes de incentivo, según los responsables del parque. El 30% de los visitantes son extranjeros, principalmente familias británicas y francesas, lo que lo convierte en un serio competidor de Disneyland París.

La oferta hotelera del parque se ha creado siguiendo la temática de sus diferentes áreas. El Hotel Port Aventura, construido junto al área temática de la Mediterránea, recrea el encanto de un pueblo mediterráneo. Además, dispone de infraestructura para acoger actividades de empresa como ejemplo de la diversificación de sus instalaciones.

El Hotel El Paso está diseñado especialmente para las familias, aun-



que ofrece actividades y animación para todas las edades. De estilo mexicano colonial, el hotel recrea tanto las culturas precolombinas como el México colonial. El restaurante ofrece cocina mexicana y actuaciones musicales de mariachis.

La originalidad del Hotel Caribe Resort es ser reflejo de los complejos turísticos del Caribe, en línea con el parque acuático Costa Caribe. Tiene la mayor piscina de arena blanca del mundo, además de palmerales y extensos jardines que reproducen el paisaje típico estas playas.

Marina d'Or se tematiza

La oferta de hoteles temáticos en España crecerá cuando el proyecto de Marina d'Or Golf, que se construirá en Cabanes y Oropesa del Mar, en Castellón, sea una realidad. La parti-

cularidad es que los 7 hoteles de lujo previstos, con 7.500 plazas en total, reproducirán diferentes ambientes del mundo, desde los Alpes a Venecia, París, el Caribe y Hollywood. Se trata de una iniciativa nueva en el complejo turístico de Marina d'Or, que implicará una inversión de 6.000 millones de euros.

En los 18.800.000 m² que ocupará este complejo residencial turístico habrá espacio para el hotel Balneario Científico de Agua Marina y Centro Médico, con 600 habitaciones y 300 boxes para tratamientos de belleza. La oferta de este balneario se completa con 12 piscinas tematizadas situadas escalonadamente donde estarán también integrados cien jacuzzis. Todo para atender a 7.000 personas al día.

El hotel Acuario, situado en el centro de un gran arrecife de roca volcánica y agua cristalina, albergará más de 12.000 peces de distintas formas, colores y tamaños, rayas y pequeños tiburones inofensivos, con los que el público podrá realizar distintas actividades acuáticas. Además, en el interior del hotel se ubicará un acuario con el mayor tanque oceánico de Europa, que se podrá ver directamente desde las habitaciones y en donde nadarán grandes tiburones.

El hotel Los Alpes reproducirá una pista artificial de esquí de más de un kilómetro de recorrido. Arquitectónicamente imitará los refugios de alta montaña. El hotel Venecia, con 600 habitaciones, dispondrá de un casino, sala de fiestas y un centro comercial con 50 establecimientos. Todo ello en el escenario de la Plaza de San Marcos, los palacios y los canales venecianos.

El Hotel París reproducirá la Torre Eiffel, con una altura de siete pisos, el Arco de Triunfo, de tres plantas de altura, y los jardines de Versalles. Los huéspedes podrán disfrutar de una cena con baile en un barco fluvial. El hotel Caribe dispondrá de un lago artificial de 30.000 m² de lámina de agua y dos kilómetros de playas caribeñas de ambiente tropical, con actividades náuticas y servicios de playa. Por último, el Hollywood Hotel será tematizado por Warner Bros. Esta amplia oferta trae a España un estilo de hotel que triunfa en Las Vegas desde hace años. ■

LAS VEGAS, EL MODELO

Al igual que sucede en Las Vegas, Marina d'Or contará con hoteles que recrean lugares de Europa.