

Los hoteles más rentables del país están en Marbella y Estepona

El destino de la Costa del Sol recibe una mención destacada en el barómetro de la rentabilidad de las zonas turísticas que ha dado a conocer la gran patronal del sector, Exceltur, que señala que los hoteles más rentables del país están en Marbella y Estepona.

PILAR MARTÍNEZ P11



Turistas disfrutaban en la piscina y en los jardines del hotel de lujo Marbella Club. :: SUR

Marbella y Estepona encabezan los ingresos hoteleros en España



PILAR MARTÍNEZ

✉ pmartinez@diariosur.es

El barómetro del verano de la gran patronal turística Exceltur destaca la evolución de la Costa del Sol por su oferta diferenciada

MÁLAGA. Los ingresos hoteleros de la Costa del Sol han recibido una inyección de oxígeno este verano. Este destino tiene una mención destacada en el barómetro de la rentabilidad de las zonas turísticas que ayer dio a conocer la gran patronal del sector, Exceltur. Esta alianza señala en dicho informe que Marbella y Estepona lideran los ingresos hoteleros más altos de España en el acumulado de junio hasta agosto, con 119 y 96,9 euros por habitación, jun-

to a Tarifa, Chiclana y Conil de la Frontera. Además, los municipios malagueños experimentan aumentos de un 13 y un 31,8%, respectivamente, en cuanto a la rentabilidad de las camas de los establecimientos de tres, cuatro y cinco estrellas, tras un 2009 en que cerraron con un registro muy negativo.

El barómetro también apunta que en el caso del sector de lujo en destinos vacacionales es la localidad marbellí la que marca la pauta y a gran distancia del siguiente destino, que es Palma. El estudio de Exceltur cifra en casi 166 euros los ingresos que les ha reportado a los hoteleros de Marbella cada habitación de cinco estrellas, lo que supone un aumento de unos once puntos en relación al verano de 2009.

Recuperación

En este segmento de turismo de alta gama la rentabilidad por camas en España se sitúa en 102,5 euros, lejos de los 55,9 que marca la media nacional del sector hotelero, incluidos todos los negocios urbanos y los vacacionales. La alianza turística confirma que esta cifra refleja una recuperación, con un incremento a nivel

Turespaña incluye el Nikki-Beach en su campaña internacional

El Nikki Beach Marbella, el club de playa del hotel de lujo Don Carlos, ha sido elegido por la agencia de publicidad McCann Erickson como uno de los lugares estrella de la nueva campaña internacional de Turespaña, según informan desde esta empresa. La acción promocional, que se está proyectando en más de 40 países, con un público objetivo de 400 millones de ciudadanos en el mundo, quiere poner en valor el estilo de vida español. En base a este espíritu, la imagen de Nikki Beach muestra como tres chicos extranjeros están disfrutando del ambiente único del conocido club de playa de Marbella. «El anuncio capta perfectamente el ambiente estilizado de este espacio», comenta Marian Román, director general de este club de playa de Marbella.

global del 5,4% sobre la pasada temporada alta, pero que aún queda recorrido hasta alcanzar los 60,8 euros que ingresaron los empresarios hoteleros españoles en el verano de 2008, aún sin impacto de la crisis.

Exceltur, que advierte que existe una gran asimetría en la rentabilidad de los diversos destinos y en su evolución, señala: «Los establecimientos de cinco estrellas son los que han elevado el promedio del conjunto de los hoteles, mostrando un mejor comportamiento este verano, con una subida media del 12,2%».

La Costa del Sol aparece entre los destinos vacacionales que experimentan una mejor evolución. «Los buenos resultados se obtienen en aquellas zonas con un producto diferenciado y que han optado por la cualificación de sus espacios turísticos, frente a la baja rentabilidad que se logra en los destinos con problemas de madurez y obsolescencia de su oferta turística», señala Exceltur.

En el segmento urbano, Málaga está entre las ciudades en las que los hoteleros de cuatro estrellas han obtenido unos ingresos por habitación superior a los 65 euros, ocho euros más que la media nacional.