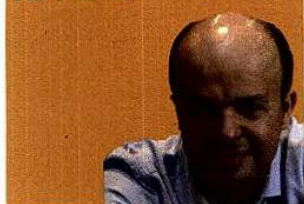


HOSTELERÍA
**EDITADO POR
AGUSTÍN
RIVERA**


Luis Marcó fue director del hotel Arts de Barcelona. Luego se fue al Ritz Carlton de Cancún. Y ya lleva un tiempo, de vuelta en Barcelona, en Paseo de Gracia. Su misión es abrir el Mandarin Oriental, el primer hotel de la cadena en España. Marcó lleva 40 años en el sector y seguro que su experiencia permitirá situar al hotel barcelonés de la cadena de lujo en uno de los establecimientos de referencia de la ciudad.

No será muy difícil que en los salones del hotel o en las habitaciones se encuentre la guía Condé Nast Johansens, que presenta una completa relación de los hoteles de lujo europeos para este año, la 'Condé Nast Johansens Europe & The Mediterranean Recommended Hotels & Spas'. En esta guía hay 104 establecimientos españoles, un 25% del total, de los cuales 20 son nuevas incorporaciones.

Así, España se sitúa como el segundo país europeo con mayor número de hoteles en la guía de Europa, superado sólo por Italia, que cuenta con 114 establecimientos.

El tercer puesto lo ocupa Francia, con 94 hoteles de los 410 establecimientos europeos. En la totalidad de las guías Condé Nast Johansens, se incluyen 1.300 hoteles de países de todo el mundo.

Excelencia. La editora de Europa y el Mediterráneo de la compañía, Charlottes Evans, no oculta la decisiva importancia de España en el segmento de hoteles de lujo. Este año fue-

ron galardonados con los premios a la excelencia 2008 Condé Nast Johansens cuatro establecimientos españoles: el hotel Relais & Chateaux Orfila (Madrid) -a quien Condé Nast otorgó el premio 'Mejor Hotel Con Encanto de Europa 2008'; Casa Palacio Conde de la Corte (Extremadura); Hotel Palacio de los Patos (Andalucía) y Derby Hotels Luxury Collection (Cataluña) y otro fue reconocido como el mejor hotel europeo: Gran Hotel Atlantis Bahía Real (que está situado en Canarias).

No solo España, como se refleja en el reportaje sobre la presencia de las cadenas de lujo internacionales, ha captado el interés de las grandes marcas mundiales. India es uno de los países con más futuro turístico, como ya se demostró en la WTTC (World Travel & Tourism Council) celebrada en 2005, en Nueva Delhi, y con la presencia activa del vicepresidente ejecutivo de Exceltur y el actual presidente (entonces vicepresidente) del lobby turístico, Sebastián Escarrer.

Así, una gran cadena, InterContinental Hotel Group, acaba de anunciar el 'fichaje' de 14 nuevos hoteles de la marca Holiday Inn en India. Y un competidor directo, el grupo Hilton Hotels & Resorts, ha rubricado un alianza con la promotora DLF para el desarrollo de siete establecimientos de las marcas Hilton Garden Inn y Homewood Suites by Hilton en el país.

La joint venture DLF-Hilton Joint plantea desarrollar 75 hoteles en India. ¿Plazo? Entre cinco y siete años. Hasta ahora, incluyendo los siete recién firmados, ya hay concretados 16 que suman 3.500 habitaciones.

Tres de los hoteles estarán situados en Nueva Delhi (un Hilton, un Hilton Garden Inn y Homewood Suites by Hilton), dos en Chennai (un Hilton Garden Inn y Homewood Suites by Hilton), un Hilton

Residences en Calcuta y un Hilton Garden Inn en Trivandrum.

Asia. El turismo seguirá creciendo en Asia y mucho más, en general, en toda la zona de Asia-Pacífico, donde tendrá un notable crecimiento hasta finales de 2010, el número de turistas aumentará en 500 millones más y generará unos beneficios de 4,6 billones de dólares, unos 3.200 millones de euros, según un estudio realizado por la Asociación de Viajes Asia Pacífico (PATA).

El director del Centro de Inteligencia Estratégica de PATA, John Koldowski, vaticinó en esa parte del mundo 'un crecimiento económico anual en torno al 8%, a pesar de la volatilidad y la incertidumbre en los mercados por el impacto que tendrá una recesión en Estados Unidos', además considera que la mayor parte de los visitantes 'saldrán de la región misma'.

Los hoteles siete estrellas también están proliferando como si fueran setas. Empezaron en Dubai, luego llegaron a la Isla Mediterránea que atrae más turistas (Mallorca) y ahora a Milán, uno de los centros mundiales de la moda, también se apunta al número 7. El hotel Town House Gallerie ha logrado un nuevo certificado de calidad mediante el cual la SGS, compañía líder en inspección, verificación, ensayo y certificación, le otorga 7 estrellas.

¿Cómo lo ha conseguido? El servicio personal y los lujos, bajo la inspección de un denominado 'cliente misterioso', visitante de incógnito del hotel, son los factores del éxito.

El establecimiento turístico pertenece al Planhotel Resorts & Hotels y el perfil de clientes está focalizado en huéspedes elitistas y hombres y mujeres de negocios. Lo más lejos posible del clásico concepto de hospitalidad del hotel, dulce hotel.

Direccionando el GPS de nuevo a España y al Sur, a la

Costa del Sol, los problemas crecen en cadenas como Park Hyatt. Evemarina, una promotora con graves problemas de liquidez, no ha tenido más remedio que vender, por 70 millones, el proyecto de Park Hyatt Casares. El dinero 'se ha marchado' a un fondo de inversiones de Oriente Medio. Era uno de los proyectos más sobresalientes (esta vez de 5 estrellas, aunque con vocación de 6, sin llegar a las 7 estrellas de Dubai, Sóller o Milán).

El hotel tenía que haberse inaugurado en 2007, pero no lo hará hasta el primer semestre de 2009. Tendrá 169 habitaciones y un SPA de 4.500 metros cuadrados.

Casting en Mallorca. Quienes se lo han pasado bien divertido son los 300 aspirantes que participaron a primeros de abril en el casting de selección de personal que el hotel Hilton Sa Torre Mallorca organizó para cubrir las casi cien vacantes de su establecimiento balear.

Los candidatos superaron distintas pruebas de actitud como juegos de rol dirigidos por un director teatral experto en la materia. Los aspirantes se dividieron en grupos de 13 a 15 personas.

'Nuestro principal objetivo con estas pruebas es evaluar la actitud de los candidatos ante los clientes' ha asegurado Babette Ganz, directora del Hilton Sa Torre Mallorca. 'Nuestro personal va a tener cinco minutos clave de relación con los clientes en los que podrán transmitirle nuestros valores y de ahí el cariz de las fases de este proceso'.

El casting de selección de personal se presenta como un 'recorrido novedoso' en la hostelería mallorquina, a través del cual la cadena Hilton ha llevado a cabo recientemente -con excelentes resultados, según la cadena- la selección de trabajadores para el hotel Hilton Buenavista Toledo. ●