



Vicente Romero Jiménez
Presidente de la Asociación Española de Directores de Hotel (AEDH)

«No está reñida la externalización de servicios con la calidad, si sabemos equilibrar ambos objetivos el resultado será la satisfacción del cliente y de la empresa»

La Asociación Española de Directores de Hotel (AEDH), es una organización que desde 1972 representa a un reconocido colectivo de profesionales de las actividades turísticas, apoyando, promocionando y gestionando los intereses tanto profesionales como sociales. Desde Hostelpro entrevistamos a Vicente Romero, Presidente de la Asociación, que a lo largo de su trayectoria profesional ha estado al frente de diversos establecimientos, y cuenta con una gran experiencia en el desarrollo de centros de talasoterapia, hoteles ecológicos, campos de golf, además de transmitir sus enseñanzas como colaborador docente en Escuelas de Hostelería.

¿Cuáles son las principales magnitudes que tiene la Asociación? (números de asociados, ámbitos, porcentajes de representación...)

¿Por qué piensa que es necesario, para un director de hotel, pertenecer a la Asociación?, ¿qué principales ventajas aporta ser socio?

La AEDH, en la actualidad, cuenta con 2.600 asociados aprox., un 65% son profesionales en activo, 25% son jubilados y un 10% son Juveniles (estudiantes de Turismo y recién licenciados). Nuestros asociados abarcan todos los segmentos turísticos (interior, urbano, costa, etc.) y tenemos desde Directores Generales de cadenas y propietarios a directivos intermedios (Jefes de Recepción, Directores comerciales....) representamos el 40/45% de los Directores de hotel existentes.

La AEDH es una asociación profesional, y como tal defiende la figura del Director ante algunos movimientos excluyentes, le facilita asesoría laboral y jurídica (disponemos del mejor experto en derecho turístico), facilitamos formación continua y actualizada, disponemos de una Bolsa de trabajo muy activa con ofertas nacionales e internacionales y sobre todo un foro de encuentro con otros profesionales para intercambiar ideas y acciones. Además de acuerdos con numerosas empresas con importantes descuentos.

¿Qué principales cometidos tiene actualmente AEDH entre manos y hacia dónde va dirigida su actividad actual?

Lo más inmediato Fitur, estuvimos presentes con un Stand donde los asociados dispusieron de su punto de encuentro con sus contactos. A continuación desarrollar las II Jornadas de TourisFilm (desarrollo del turismo audiovisual a través de las series y películas rodadas en España). La próxima Asamblea nacional, y desarrollar los cursos de formación anuales.

En un momento como en el que nos encontramos, ¿qué estrategia se está siguiendo desde la Asociación para aumentar la productividad del sector?

Como asociación profesional solo podemos aportar ideas. Las nuevas tendencias o indicar qué herramientas son las mejores para aumentar la productividad, es una tarea individual de cada asociado en su Hotel, pero podemos ayudar,

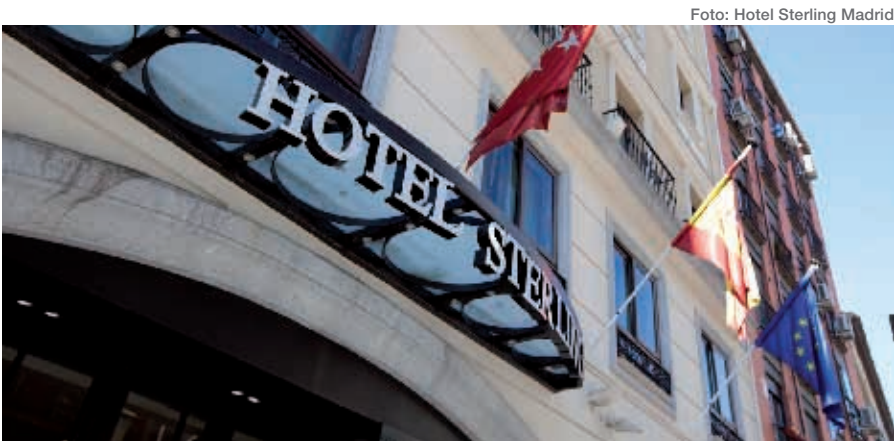


Foto: Hotel Sterling Madrid

TourisFilm es un ejemplo, damos a conocer a los asociados que hay un nuevo segmento por explotar y que tiene mucho interés para el turismo, como aprovechar el tirón de algunas series y las localizaciones de algunos rodajes de películas. Hay que explotar a nuestro favor ese interés (dónde se rodó, dónde se alojaron los actores principales, visitar los exteriores, etc.). Y el caso de rodajes futuros, llegar a las productoras para ofrecer los Hoteles tanto para el uso de alojamiento como incluso de plató, y para ello tenemos contactos con productoras y estamos preparando las II Jornadas TourisFilm.

Desde su punto de vista, ¿qué principales pasos debe dar el director de un hotel para optimizar el crecimiento de su hotel?

Redes sociales, sobre todo posicionamiento, conocimiento del manejo y buen uso de las mismas, tenemos acuerdo con una de las empresas que con más dominio de las RRSS hay ahora en el sector. A continuación optimización de costes energéticos, adaptación del hotel a los nuevos hábitos medioambientales, convertinos en hoteles sostenibles, y sobre todo liderar equipos humanos, factor esencial para conseguir la productividad y otros objetivos.

¿Qué estructuras físicas y organizativas precisa un hotel para garantizar una calidad y un servicio adecuado?

Instalaciones adecuadas a las nuevas demandas y personal cualificado y motivado, para ello disponemos de un amplio abanico de expertos que colaboran con la formación del Hotel del asociado y financiados por las bonificaciones a la formación de la Tripartita.

¿Qué papel juega la externalización de servicios y que repercusión tiene en la calidad de los mismos? (lavandería, limpieza, catering...)

Si se usa correctamente, un papel muy importante en el ahorro de costes del Hotel, sin rebajar prestaciones y servicios de calidad. No está reñida la externalización con la calidad, si sabemos equilibrar ambos objetivos



Foto: Hotel Gran Meliá Fénix Madrid

“Tenemos confianza en un futuro próximo y en nuestros asociados...”

el resultado será la satisfacción del cliente y de la empresa.

En la actualidad, ¿cuál es el mercado emergente?, ¿sigue estando el hotel español, por su calidad y servicio, por encima de los de la mayoría de países?

Ahora mismo el chino y el ruso, seguidos por los brasileños. Y por supuesto que mantenemos el listón bien alto de nuestros servicios. Seguimos siendo referentes para otros países y la prueba es la cantidad de Directores españoles (muchos asociados) que hay por el mundo, como por ejemplo la petición en la Bolsa de trabajo de un Director

para Bali, hace un mes otra petición fue para Dubai, quieren Directores españoles por su profesionalidad y formación.

Para terminar, ¿cuáles son las perspectivas del sector para el futuro?

Primero salir de la crisis y recuperar los porcentajes de ocupación y precios que hemos perdido, crecer en calidad y servicios, actualizarlos a las nuevas demandas y promocionar nuevos puestos directivos en los hoteles como Ecommerce, Revenue.

Expertos en Google Analytics, expertos en segmento MICE, ya que es muy importante que con la recuperación las empresas vuelvan a los hoteles a organizar eventos... Tenemos confianza en un futuro próximo y en nuestros asociados.

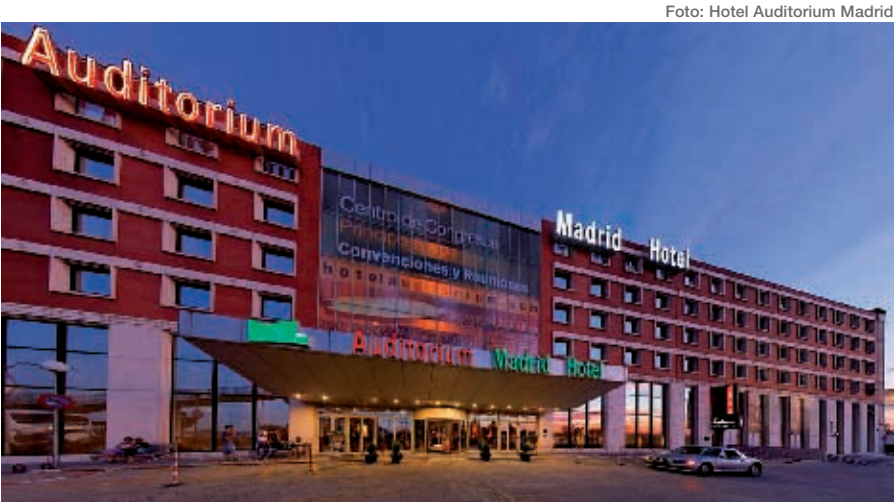


Foto: Hotel Auditorium Madrid