



RESUMEN DEL PLAN ESTRATÉGICO 2009-2012

Innovación y modernización de la Red

Situación actual.

Paradores es una empresa pública productiva y competitiva. Durante 2008 los ratios de resultados están siendo algo inferiores a los obtenidos en 2007 como consecuencia de la ralentización económica. Sin embargo la hostelería está afrontando esta situación de manera más sostenida, dada la fortaleza de todo el sector turístico del país.

Los clientes mantienen su confianza en nuestros servicios como marca de alto prestigio, sinónimo de confort, trato amable y hospitalidad, pero debemos defender la marca y mejorar su posición en el mercado. Ello requiere un proceso de puesta en valor de la Red, que se extienda por las diferentes áreas de la compañía. Paradores formula su hoja de ruta para esta nueva etapa con una prioridad: la modernización e innovación de la red, como palancas de creación de valor par incrementar la rentabilidad de la empresa.

Este impulso a la modernización e innovación alcanza a Paradores en su integridad, tanto a sus activos inmobiliarios, como a las personas, procesos, productos, líneas de negocio, relación con los clientes, sostenibilidad y gobierno corporativo, incorporando la tecnología y la sostenibilidad en todas las fases del negocio hotelero, comportándose como ejes horizontales del plan, que formulan estrategias e iniciativas para el resto de los ejes.

Los edificios e Instalaciones

El Plan 2009-2012 prima la modernización e innovación de los establecimientos sobre la expansión de la red. Los edificios e instalaciones que componen la planta hotelera tienen un alto valor y constituyen un gran activo. Pero, en algunos supuestos, necesitan ser objeto de remodelación y rehabilitación, incluso integral, para asegurar su correcta preservación, con tecnología y nuevos productos que permitan desarrollar su potencial de negocio.

En este sentido la inversión prevista por Paradores para el periodo indicado, de acuerdo con las disponibilidades financieras de la sociedad, será de un total de 168,9 millones de euros.



INVERSIONES PLAN ESTRATÉGICO 2009-2012			
Ejercicio 2009		Ejercicio 2011	
PARADOR	IMPORTE	PARADOR	IMPORTE
Cádiz	17.000.000	Arcos de la Frontera	5.500.000
León	30.000.000	Benavente	5.000.000
Segovia (zonas comunes y SPA)	4.000.000	Mérida	7.500.000
Tortosa	7.000.000	Santillana	6.000.000
Villafranca	8.000.000	Zamora	2.000.000
Inversiones PAI (Equipamiento, maquinaria industrial y menor)	4.500.000	Inversiones PAI (Equipamiento, maquinaria industrial y menor)	5.500.000
Total	70.500.000	Total	31.500.000
Ejercicio 2010		Ejercicio 2012	
PARADOR	IMPORTE	PARADOR	IMPORTE
Cervera de Pisuerga	6.000.000	Aiguablava	7.000.000
Ceuta	3.500.000	Alcalá (Hostería)	900.000
Málaga Gibralfaro	3.000.000	Hondarribia	4.500.000
Jaén	9.000.000	Puerto Lumbreras	6.000.000
Segovia (Habitaciones)	4.000.000	Santiago	5.000.000
Sigüenza	8.000.000		
Inversiones PAI (Equipamiento, maquinaria industrial y menor)	5.000.000	Inversiones PAI (Equipamiento, maquinaria industrial y menor)	5.000.000
Total	38.500.000	Total	28.400.000
INVERSIÓN TOTAL 2009- 2012		168.900.000	

Las obras que se desarrollen en cada Parador incluirán previsiones de eficiencia energética, utilización de energías limpias, preservación medioambiental del entorno y del paisaje, ahorro de consumo y accesibilidad. Asimismo se tendrán en cuenta los análisis de mercado para detectar oportunidades de negocio en segmentos de wellness, congresos o eventos, que incrementen la rentabilidad del Parador.

Asimismo todos los proyectos de inversión contendrán las previsiones necesarias para la mejora de la accesibilidad (Plan de Accesibilidad Universal de Paradores, Fase 3), en los que la configuración y tipología del inmueble lo hagan posible.

Para ampliar información o solicitar material gráfico,
 contactar con la Dirección de Comunicación de Paradores,
Tlfno: 91-516 67 10 / 25, **Fax:** 91-516 67 02, **E-mail:** prensa@parador.es



El Capital Humano. Más empleos y de más calidad

Se trata del principal activo de la compañía, su especialización y profesionalidad son únicas en el sector, Paradores debe conservar y velar por la adaptación a los cambios empresariales de los mercados y los clientes, gestionando adecuadamente el talento de la organización a través de dos aspectos: formación y Carrera Profesional.

Ofrecer a los más de 4.000 profesionales el mejor lugar para trabajar, que potencie sus necesidades y asegure el desarrollo de su carrera profesional, gestionando el capital humano desde el reconocimiento del mérito, creando un plan de formación interna, potenciando el papel de Paradores Escuela como centro de formación interna de empleados y directivos, así como el desarrollo de un programa para mandos intermedios.

En cuanto al empleo, el plan de calidad laboral pretende atraer y retener el mejor talento, con un modelo de creación de empleo de calidad y estable, el correcto dimensionamiento de las plantillas en función del volumen de actividad. Ello supondrá la creación de 250 nuevos puestos fijos antes de que acabe 2008 y, al menos, otros 300 nuevos empleos durante los próximos cuatro años. En total, por tanto, más de 550 puestos de trabajo directos a los que habría que unir los centenares de empleos indirectos que se generarán con las obras de modernización y con la reactivación turística de las comarcas en que se abran los nuevos paradores. Además contempla un plan de carreras profesional y un plan de igualdad en la promoción profesional.

El Cliente

Paradores sitúa al cliente en el centro de su estrategia empresarial, garantizando su satisfacción, respondiendo a sus expectativas, innovando los productos hacia experiencias emocionales que le atraigan y que prolongue su relación con Paradores más allá de su estancia, atendiendo sus sugerencias y procurando su fidelización a la marca.

El Plan también busca atraer al segmento de clientes más jóvenes para que tengan la oportunidad de disfrutar de experiencias de turismo cultural, turismo activo y de naturaleza, deportivo, de belleza y salud de ocio, que la red de Paradores les ofrece en edificios únicos, de valor histórico y en parajes naturales de singular belleza.

Asimismo se contempla la reorientación del Marketing para atraer más clientes extranjeros a la Red, para lo que se diseñarán estrategias de comercialización acordes con los canales actuales de distribución de la oferta turística y su peso en relación con las transacciones que llevan a cabo.



Entre otras, las iniciativas estratégicas contemplan la innovación en la cartera de productos de empresa, el impulso de una atención personalizada y la mejora de la calidad en el servicio. Con estos objetivos se creará un modelo de atención común que partirá de una nueva segmentación de los establecimientos con base a unos parámetros de alojamiento y restauración, adaptándolos y clasificándolos en categorías. Respecto al alojamiento se segmentarán en: establecimientos de paso, establecimientos de estancias cortas (2 a 5 días) y establecimientos de estancia continuada (más de 5 días)- Respecto a la restauración se dividirán en: Gastronómicos, de paso, de conveniencia, de modelo clásico y de eventos.

Proyecto 'Parador Verde'

El Plan impulsa decididamente la sostenibilidad, la eficiencia energética, el consumo responsable, la accesibilidad en la planta hotelera, y la responsabilidad social empresarial.

Entre los objetivos marcados se encuentran: el ahorro energético, la reducción de emisión de gases, la utilización de energías limpias y recursos renovables, la eliminación del Fuel-Oil para calefacción y agua caliente, la implantación de dispositivos para ahorrar agua, la potenciación de medidas de gestión de residuos y el uso exclusivamente de papel reciclado. Junto a estas medidas se elaborará un "protocolo verde" de estándares de sostenibilidad. Un protocolo que nace con el objetivo de ser exportable al resto del sector.

El 'Parador Verde' incluirá como es obvio al personal que trabaja en él. De esta manera, se ofrecerá formación para empleados y responsables de mantenimiento en eficiencia energética, consumo responsable de recursos y gestión de residuos (cursos integrados en el Plan de Formación de Paradores).

Buen Gobierno

El Plan Estratégico contempla el compromiso de establecer pautas y normas precisas para la eficaz toma de decisiones en todos los niveles de la empresa, la eficiente utilización de los recursos y fomentar un comportamiento empresarial ético que incremente la reputación corporativa

Con el fin de impulsar medidas que incrementen la efectividad y la eficiencia de la operación del negocio hotelero, para incrementar el valor que se ofrece al cliente, la calidad percibida y una mayor eficiencia en la asignación de recursos y dotaciones para obtener una rentabilidad óptima de cada establecimiento.



Entre otros, los objetivos marcados a priori son profundizar en el conocimiento y la orientación al cliente, la recuperación mercado internacional, para alcanzar el 35% de clientes internacionales en 2012 e impulsar la comercialización "online", para crecer hasta el 30% de habitaciones ocupadas contratadas por Internet en 2012

eParadores

Por último el plan establece la creación de un nuevo espacio de comunicación con los clientes bautizado como "*eParadores*". Una apuesta decidida por la implantación de las nuevas tecnologías y que conllevará diversos proyectos. En primer lugar se realizará un cambio sustancial en la página web para llegar a un diseño más moderno y audiovisual. Se creará 'Paradores TV', una televisión en Internet que permitirá ver vídeos de cada uno de los Paradores, conocer las rutas y las novedades de la red etc. Se crearán asimismo canales específicos de Paradores en portales como YouTube o Google Vídeo. Se pondrá en marcha de la revista de clientes 'on line' que ofrecerá en Internet, con un formato interactivo, todos los contenidos de la publicación en papel. Y, por último, se pondrán en marcha nuevas plataformas tecnológicas para mejorar la comunicación con el cliente y facilitar su participación.