



**Jesús Gatell Pàmies**

**05-09-1945, La Secuita (Tarragona)**

#### **Responsabilidades actuales**

- Vicepresidente del **Instituto Tecnológico Hotelero (ITH)**.
- Vicepresidente primero del **Convention Bureau del Ayuntamiento de Madrid**.
- Miembro del Comité Ejecutivo y Junta Directiva de la **Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT)**.
- Presidente de las **Comisiones de Turismo, Ferias y Reuniones de la Cámara de Comercio e Industria de Madrid y de CEIM-CEOE**.
- Miembro del Consejo de Turismo de **CEOE**.
- Miembro de la Comisión Asesora Empresarial de Turismo de la **Universidad Antonio de Nebrija** de Madrid.
- Profesor y/o conferenciante en seminarios y cursos impartidos por la **Escuela Oficial de Turismo de Madrid, ESADE de Barcelona, Universidad de Gerona, Universidad de Santiago de Compostela, Escuela Superior de Hostelería y Gestión de Empresas Turísticas de Bilbao, Dirección General de Turismo de Extremadura, Asturias, Castilla y León, Castilla - La Mancha, etc.**

#### **Trayectoria previa**

- Presidente de la **Asociación Empresarial Hotelera de Madrid (AEHM)** entre 1997 y 2011.

- Consejero del **Patronato de Turismo de Madrid** desde su creación hasta su disolución, durante 30 años.
- Consejero de **Turismo Madrid**.
- Consejero de **la Empresa Municipal de Promoción Madrid**.
- Consejero de **Madrid Visitor's**.
- Coordinador del Área de Turismo de Ciudad de la Comisión de Turismo del **Consejo Superior de Cámaras de España**.
- Mediador de **Instituto Laboral de la Comunidad de Madrid**.
- Miembro de la **European Hotel Manager Association**.
- Coordinador y profesor del **Master en Gestión y Dirección Hotelera del Instituto de Ciencias de la Educación de la Universidad Politécnica de Madrid**, durante 30 años.
- Profesor del **Curso Superior sobre Gerencia y Dirección Hotelera. Instituto de la Calidad de Sevilla**.
- Experto Tecnológico del **Ministerio de Educación y Ciencia**, para la configuración de la LOGSE.
- Coordinador y profesor del **Master en Gestión Hotelera de la Escuela Oficial de Turismo de la Universidad de Gerona**.
- Colaborador y profesor de la **Escuela Oficial de Turismo de Madrid**.
- Colaborador y profesor de **ESADE, Barcelona**.
- Director general del **Hotel Husa Princesa** desde 1991 a 2013.
- Director general de los tres hoteles del Grupo Barajas (**Barajas, Alameda y Diana**) durante 22 años.
- Inicia su carrera profesional en 1960 en el Park Hotel Tossa de Mar.

## Formación

- Técnico en Empresas y Actividades Turísticas por la **Escuela Oficial de Turismo**
- Curso de Marketing impartido por la **Cornell University**.

## Distinciones

- **Medalla de Oro al Mérito Turístico** en el área de **Conocimiento Turístico** en 2010.
- **Medalla de Plata al Mérito Turístico** en 1990.
- **Medalla de la Comunidad de Madrid** en 2010.
- **Premio HERMESTUR 2007**, reconocimiento al esfuerzo asociativo/profesional y los valores humanos en el sector turístico.
- **Medalla al Mérito Policial** 2006.
- **Estrella de Oro HUSA** 1990 al Mejor Director de Hotel.
- **Medalla Paul Harris del Rotary Club**.
- Diploma de agradecimiento del Presidente USA, **Ronald Reagan**.
- Diploma de agradecimiento del Presidente USA, **Gerald Ford**.

## Publicaciones

- Autor de numerosos artículos en revistas del sector turístico (SPIC, EDITUR, I.H., Aviación y Turismo, etc.) y empresarial (Dirección y Progreso, Ejecutivos, etc.) y colaborador en el periódico que publica mensualmente **CEHAT**.
- Autor del libro **Hotel Hotel Marketing**. Editorial CDN. Madrid 1994.
- Autor del libro **Marketing del amor**. Madrid 2006.
- Autor del Manual de Gestión del Director para Hoteles Husa: **Manual del Director de Hotel**.

## “INNOVANDO CON PERSONAS”

### EL PARADIGMA

Algunos creen que el cambio es algo nuevo, cuando en realidad es consustancial a nuestras vidas. La única diferencia es que hoy el cambio se distingue por la velocidad, a un ritmo vertiginoso que hace muy difícil nuestro trabajo si no innovamos.

Hace ya bastante tiempo que el gran gurú **Peter Drücker** advertía: “Toda organización ha de prepararse para abandonar todo lo que hace”. Años después, **Tom Peters** decía: “Cambio, cambio, cambio. Debemos aprender a afrontarlo, a prosperar con él. Este es el estribillo que suena ahora sin cesar; pero está equivocado... Erradique la palabra “cambio” de su vocabulario, sustitúyala por abandono o revolución”.

Estamos instalados, definitivamente, en la **Nueva Economía**, concepto que recibe nuevas acepciones: “**Economía de la información**”, “**Economía Digital**”. En este contexto tenemos que tener en cuenta al profesor **Manuel Castells**, considerado como la persona mejor cualificada para hablarnos de la Nueva Economía; desde su cátedra en la Universidad de California nos advierte:

“La Nueva Economía no se funda sobre las **máquinas**, sino sobre **las personas** y su capacidad productiva. Y no es posible desarrollar Internet y la **capacidad productiva** de las sociedades, si existe un **subdesarrollo cultural y educativo**”.

La ponencia se basa en tres ejes fundamentales:

1º.- Innovación disruptiva, **Clayton Christensen** de Harvard.

2º.- Abandono o revolución, **Peter Drücker y Tom Peters**.

3º.- Nueva Economía y personas, **Manuel Castells**.

La economía de la información con las **TIC’S** (Tecnologías de la Información y Comunicación) y **Redes Sociales** que permiten innovar, aumentando y mejorando nuestra competitividad, gracias a la:

- Inmediatez
- Ubicuidad
- Virtualidad
- Globalización
- Reputación
- Reposicionamiento

Que nos facilitan estas nuevas tecnologías, haciéndonos más competitivos.

Sin las personas, sin la adecuada formación, no seremos capaces de hacer frente a los retos de una sociedad globalizada, tremendamente exigente que desea MAS por MENOS y lo quiere YA.

Algunos cometen el error, grave, de mirar hacia las máquinas, que son **simples herramientas**, olvidándose de las **personas , de sus deseos, necesidades y expectativas**.

Debemos avanzar en el conocimiento de nuestros clientes, evitando el riesgo del Turismo Ilustrado: **“Todo para el cliente, sin el cliente”**.

Debemos contar con dos clases de clientes; el externo, el que nos retribuye a todos, y el cliente interno, el profesional que nos acompaña en la hermosa aventura de hacer empresa, que cobra un sueldo. Juntos componen la base estratégica de cualquier negocio. En el sector turístico es crítico el saber cuidar de ambos.

En definitiva se trata de evitar que se nos olvide lo esencial: **el ser humano**, por encima de cualquier herramienta, por muy sofisticada que sea. Y para ello debemos esforzarnos, permanentemente, en la:

- Formación
- Comunicación
- Marketing del amor
- Innovación disruptiva
- Dispuestos a abandonarlo todo
- Escuchando, siempre, a Todos

Madrid, Junio 2016

Jesús Gatell Pàmies

Presidente Comisión de Turismo de la Cámara de Comercio e Industria de Madrid

Vicepresidente del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH)