

BARCELONA

17-18 Octubre 2012

HIWWC

**Hospitality Industry
World Congress**



BARCELONA

17-18 Octubre 2012

Hospitality Industry World Congress

HIWWC

HOSPITALITY INDUSTRY WORLD CONGRESS nace con la vocación de aglutinar el conocimiento e inteligencia de la Industria Hotelera y aportar soluciones globales.

HOSPITALITY INDUSTRY WORLD CONGRESS es el evento mundial de los líderes de la industria hotelera, donde se debaten las últimas tendencias, innovaciones y temas de actualidad del sector. Un conjunto de actividades que fomentan la interacción entre sus profesionales y facilitan el avance estratégico del sector.



HOSPITALITY INDUSTRY WORLD CONGRESS es un evento 100% internacional. Ponentes y asistentes procedentes de todo el mundo. EEUU, China, Singapur, EAU, Francia, UK, Alemania, Brasil, Argentina, México, Caribe, ...

HOSPITALITY INDUSTRY WORLD CONGRESS se dirige a los «decision makers» de la hotelería -y de los sectores vinculados a ésta-, Directores de compras, Directores generales, Revenue / Yield Managers, Directores de RRHH, CEOs, Propietarios, Administradores, Consultores, Inversores y Administraciones relacionadas con el Turismo.

Strategy areas

Las áreas estratégicas así como los side events entorno al HIWC serán:

Los nuevos caminos hacia la eficiencia y la rentabilidad hotelera

Expansión e internacionalización
¿Hacia dónde hay que ir?

Las personas y el cambio: la nueva inteligencia del éxito

La comercialización y el marketing, en cambio total

STRATEGY AREAS

**HOSPITALITY
INDUSTRY
WORLD
CONGRESS**

17 y 18 de Octubre

ENCUENTRO DE LÍDERES

**HOSTELCO
AWARDS**

**LINKEDIN
MEETINGS**

**HOTEL INFLUEN-
CERS MEETINGS**

**SPEAKERS
CORNER
Business Solutions**

SIDE EVENTS

WIC

ENCUENTRO DE LÍDERES

Encuentro exclusivo de los altos cargos de las empresas del sector hotelero con referentes mundiales, para acercarnos desde una perspectiva distinta y cualificada a la realidad.

HOSTELCO AWARDS

Buscan la excelencia en innovación, premiando a operadores y proveedores del sector hotelero.

LINKEDIN MEETINGS

Encuentro presencial de los grupos más activos en la red integrados por profesionales de la hotelería.

HOTEL INFLUENCERS MEETINGS

Encuentro de Bloggers y periodistas especializados en el mundo de la hotelería

SPEAKERS CORNER

será el espacio donde los partners del HIWC presentarán, en un formato dinámico y agrupados en tracks temáticos, soluciones y casos sobre los retos que ofrece el congreso.



Comunicación

La comunicación del HIWC sumará a las acciones tradicionales de prensa, publicidad en medios del sector, emailings,... una potente acción en redes sociales, acciones de “venta directa” a través de las delegaciones

internacionales y la participación en eventos y/o presentaciones a los agentes clave del sector en las principales ciudades.

WEB

PARTNERS Y COLABORADORES

PRENSA

MK DIRECTO

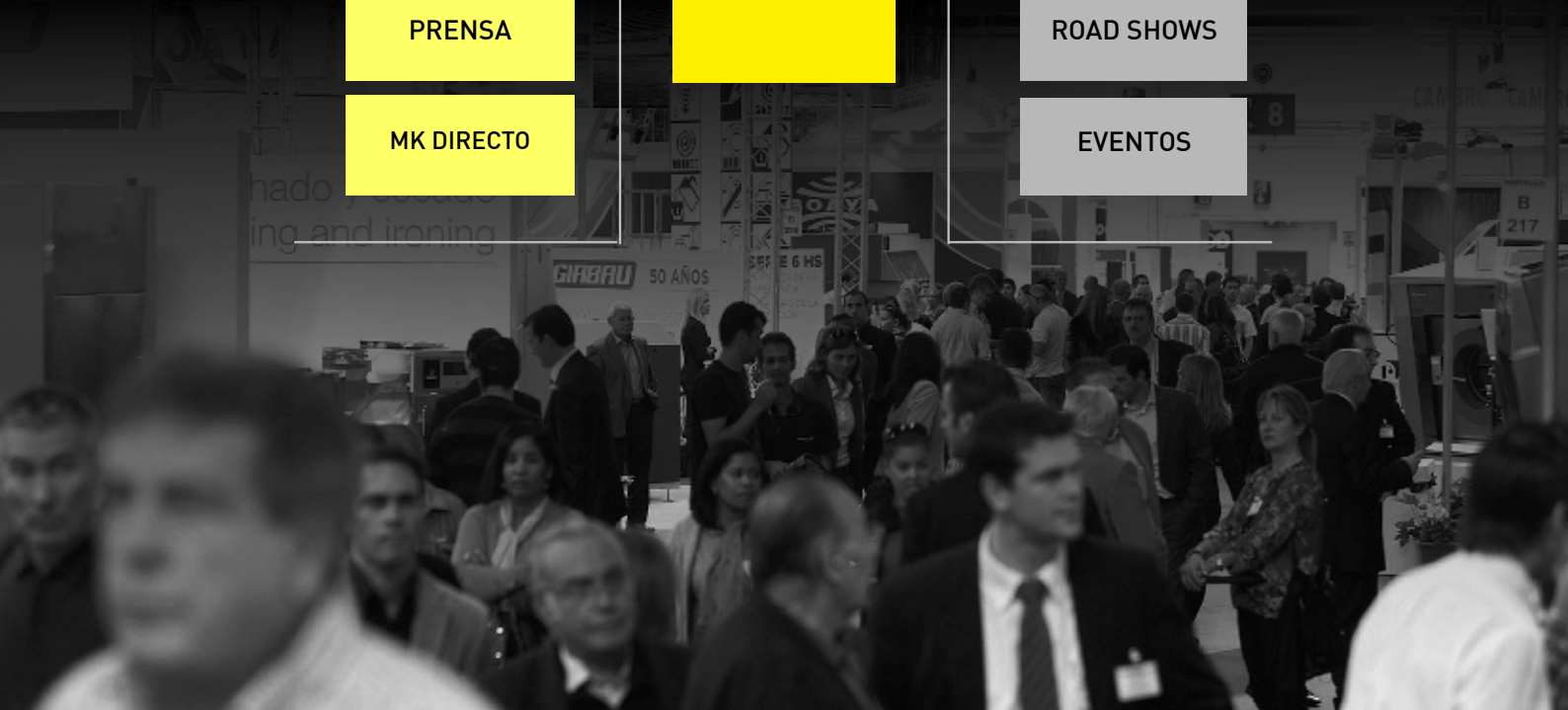
DIFUSIÓN DE HIWC

HOSTELCO COMMUNITY

PARTNERS INTERNACIONALES

ROAD SHOWS

EVENTOS



MC

PRENSA TÉCNICA

Hospitality Design Magazine
Hotel Business Magazine
Hotel News Now
Lodging Magazine
Restaurant Business Magazine
Restaurant Hospitality Magazine
E-Hotelier
Big Hospitality Magazine
Hotel and Cater Review
Chef Magazine
Food & Drink International
Hotel industry
Tophotel
Catering Management
Gastronomie Report
Neo Restauration
Cuisine Nouvelle
l'Hotellerie
Suite
Pianeta Hotel
Hotel Domani
Coffee Trend
Ristorazione
Collettiva
Ristorando
Publituris
Hoteleria
Intermagazine
Dirhotel AP
Revista AHRESP
IHA
Hosap.Com
99hotel.Com

LINKEDIN

(comunidades invitadas)

Luxury Hoteliers
Hotel Industry Professionals Worldwide
Hotels Development
Revenue Management Professionals, Hotels
The Real Estate Networking Group
Hotel Industry Professionals Worldwide
Travel & Tourism Industry Professionals Worldwide
High Powered Food, Beverage & Hospitality
Foodservice & Retail Executive Networking Jobs
Hospitality Group
Hotel Technologies & Software
Hotel General Managers
HOTEL & RESORT INVESTOR
American Hotel and Lodging Association
TOPHOTELPROJECTS.com
Hostelco Community

HOTEL INFLUENCERS

Patricia Castan
Juan Robles
Isabel Fernández
Pepa García
Marisa Santamaria
Rosario Santamaria
Rosa Girona
Annie Bennet
Barbara de Lollis
Melanie Nayer
Alvaro Castro
Michelle Chaplow
Fernando Gallardo
Christine Kirk
Annie Fitzsimmons
Sabine de Witte
Ben Abramson
WayAway Viajes
Matías Callone
Marta
Pilar Rubio Remiro
Laura Martinez
Eduardo Blanco
Dani García
Oberoi Hotels
Forbes Travel Guide
Trump Chicago Hotel
NY Times Travel
Joshua Pramis
Sarah Lee
Götz A. Primke
Sarah Foden
Ms Rebecca
Olivia Greenway
Frances Howorth
Scott Mitchem
Elina Fuhrman
Rose Sassarrao
J&T Starley-Grainger
Nicole Cotroneo
Sarah Staples
Savvy Traveller
SoniaTravelGuides
Emily Manson
Leigh Powell Hines
Bruno Gomes
Hiro Kishikawa)
Carsten Hennig
LORENA ATENCIO
Anne van Lent
Jorge Madrid
Jorge Díaz P
Cuca Bellido
Paula Pielfort
Casimiro Coello
Gabriela Tabarés
Ismael Fernández
Roberto C. Loeda
Paco Mota
Nicocazuela

El Periodico
Barcelona Divina
Viajeros
Telva
LA VANGUARDIA- Salud y Vida
The telegraph
USA TODAY
Boston.com
Marie Claire
Hotel Essence Photography
El Pais
Social Muse
Hotel Belle
BlancoTekst
Usa Today
WayAway Viajes
101lugares
La Maleta de Marta
El mundo, El pais
Trip Advisor
Different Spain
Calima
Oberoi Hotels
Forbes Travel Guide
Trump Chicago Hotel
New York Times Travel
Travel + Leisure
British guild of travel writers
Le Gourmand
Freelance
Jaunted & HotelChatter
Freelance
Superyacht World
Wallpaper Magazine.
Gilt Groupe & Modern Luxury
Vila Galé Fortaleza
Ecolux Hotels
GloboMaestro
CAE
Savvy Traveller
Marie Claire
Freelance journalist
freelance writer
Tour Hebdo
Producer/34 Hotel Design Book
Hotellerie-forum.com
Fairmont Royal York
Eigenaar Van Lent Media Productions
MSN
LaTerceraTV.
Arecoa
Hosteltur
Hostelmarket
Traci Comunicación
Fuerte Hoteles
Alimarket
Hostelmarket



EVENTOS 2012

Intergastra
Hotel & Gast
Hogatec
Hotelex
Beijing Hotel Supplies Exhibition
Hosfair
Europain
Europropre
Hotex
Ulam u Mloo
Venditalia
Ambiente
Horeca
Eurogastro
ExportHome
BTL
Salima
PIR
ExpoHoReCa
International Fast Food Fair
Moscow
Hotel&Restaurant Expo
ISSA
(NRA) Show
HD Expo, Las Vegas

PARTNERS INTERNACIONALES

Alemania
Argelia
Francia
Argentina
Austria
Bélgica
Bolivia
Brasil
Canadá
China
Chile
Ecuador
Estados Unidos
Francia
Hong Kong
India
Irlanda
Israel
Italia
Kazakhstan
Luxemburgo
Marruecos
Países Bajos
Reino Unido
Rusia
Suiza
Taiwán
Túnez
Turquía
Ucrania y la CEI (Comunidad de Estados Independientes)

ROAD SHOWS

Chicago
Las Vegas
New York
Casablanca
Paris
London
Lisboa
Rio De Janeiro
Sao Paulo
Buenos Aires
Santiago de Chile
México DF
Oporto
Túnez
Bogotá
Medellín



WC

Estructura de programa

Cada track tiene una estructura cuya dinámica facilita, a medida que avanza, la profundización y concreción de soluciones a los temas propuestos.

HIWC PROGRAMA

TRACK 1	TRACK 3	09:30	PLENARY KEYNOTE			
		10:00	ROUND TABLE			
		11:00	Side Sessions	Side Sessions	Side Sessions	Side Sessions
		14:00	LUNCH - INTERNATIONAL VIP AREA			
TRACK 2	TRACK 4	15:00	PLENARY KEYNOTE			
		16:00	ROUND TABLE			
		17:00	Side Sessions	Side Sessions	Side Sessions	Side Sessions



HAWC

TRACK 1

Los nuevos caminos hacia la eficiencia y la rentabilidad hotelera

El objetivo de este bloque es incrementar las cuotas de eficiencia, ergo de la rentabilidad, en el sector hotelero, a través del análisis de cuatro líneas de actuación consideradas estratégicas en el desarrollo y gestión de un proyecto hotelero.



Sesión paralela I y II

Cómo mejorar la rentabilidad de mis edificios y locales

Las inversiones en el sector hotelero en la coyuntura actual vienen dadas más por el reposicionamiento de productos existentes que por el desarrollo de nuevos proyectos. La gestión de este reposicionamiento implica actuaciones tanto a nivel de marca (como ha sido el caso de Grupo Accor con la marca Sofitel y el desarrollo de la marca Pullman) como de estructura y diseño de los proyectos. La gestión de estas actuaciones de reposicionamiento tanto estructural como de marca redundarán directamente en la eficiencia y rentabilidad futura del activo.

Sesión paralela III

Las nuevas formas de comprar

La gestión de las compras ha sido siempre un aspecto estratégico en la gestión hotelera, pero en la situación económica actual, los ajustes en los costes están siendo fundamentales. Ello ha dado lugar al nacimiento de nuevas estructuras o conceptos para optimizar y ganar en eficiencia en las compras. Las centrales de compra son un claro ejemplo así como las estrategias de gestión de proveedores.

Sesión paralela IV

Financia la sostenibilidad con el ahorro

La sostenibilidad está teniendo dos lecturas en el panorama hotelero actual, por un lado, el ahorro energético que puede generarse, y por otro lado, el posicionamiento que otorga a quienes los implantan ante una sociedad cada vez más sensibilizada con el respeto y la protección del medio ambiente. Ambas lecturas, positivas, suman a la rentabilidad del proyecto.

PERFIL DEL ASISTENTE

Operaciones: Directores de operaciones; Directores generales de grupos hoteleros; Directores generales de grupos de restauración; Directores de Hotel.

Compras: Directores de Compras; Responsables de compras de HORECA; Directores de Hotel.

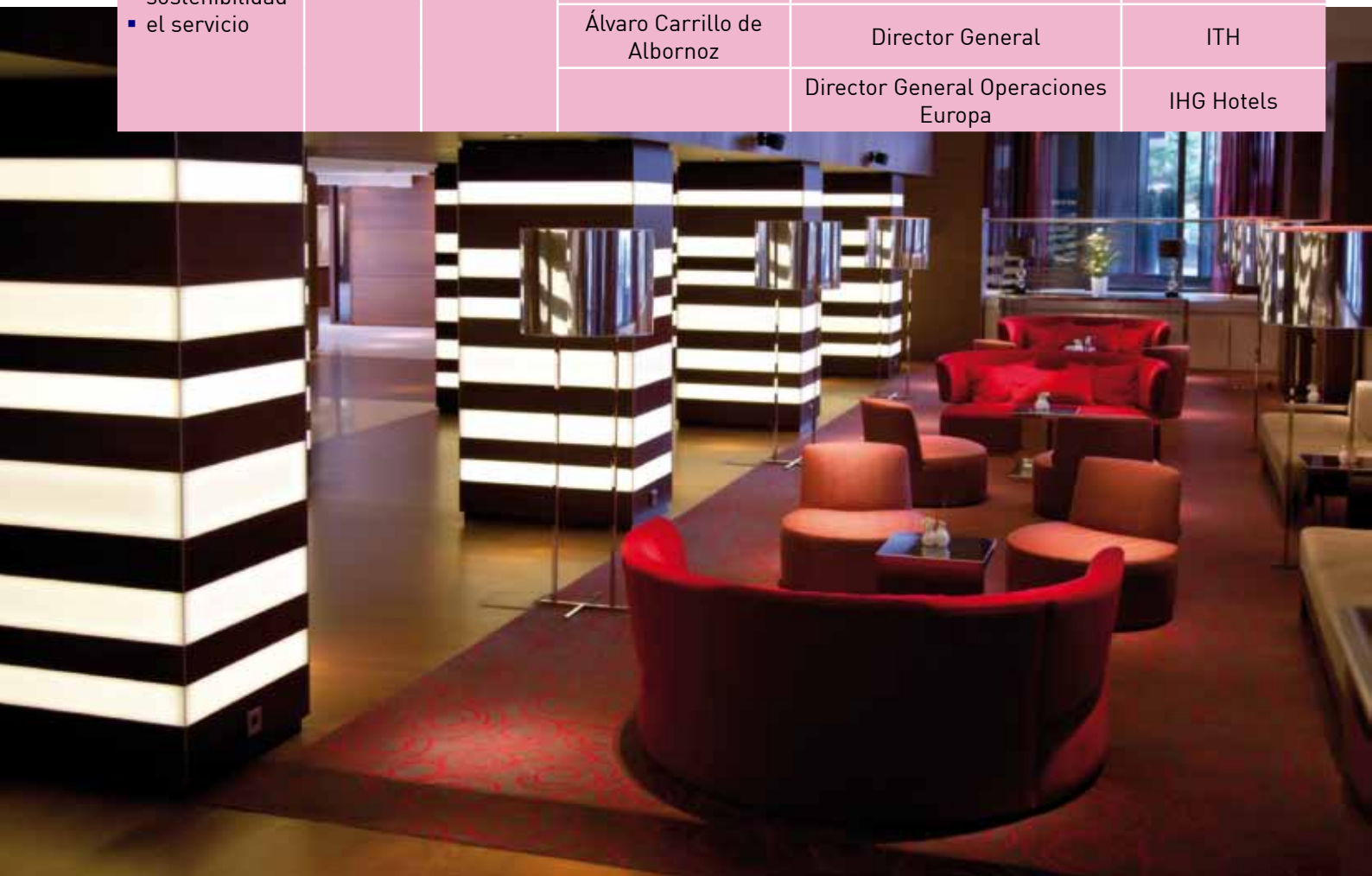
Sostenibilidad: Directores financieros; Directores generales; Directores de explotación; Directores de calidad; Directores de Hotel

Proyectos: arquitectos, interioristas y decoradores.

MIÉRCOLES 17 OCTUBRE

TRACK I – Miércoles 17 de Octubre de 2012 Los nuevos caminos hacia la eficiencia y la rentabilidad hotelera

Evento	Horario	Función	Nombre	Cargo	Empresa
Key Note Speaker	09-30 / 10.00	Key Note Speaker	Michael Nowlis	Executive Programme director	London Business School
Mesa Redonda Eficiencia en: <ul style="list-style-type: none"> ▪ obras, contract y facilities ▪ compras, sostenibilidad ▪ el servicio 	10.00 / 11.00	Moderador	Michael Nowlis	Executive Programme director	London Business School
		Ponentes	Grégoire Champetier	Global Chief Marketing Officer (Brand Strategy) Director de estrategia de marcas	Accor
			Francisco Espert	Dtor. Gral. Compras derivadas petróleo e int.	Mercadona
			Álvaro Carrillo de Albornoz	Director General	ITH
				Director General Operaciones Europa	IHG Hotels



TRACK I – Miércoles 17 de Octubre de 2012
Los nuevos caminos hacia la eficiencia y la rentabilidad hotelera

Evento	Horario	Función	Nombre	Cargo	Empresa
Sesión paralela I Cómo mejorar la rentabilidad de mis edificios y locales 1	11.00 / 12.00	Moderador	Gregoire Champetier	Global Chief Marketing Officer Director de estrategia de marcas	Accor
		Ponentes	Josep Juanpere	Director General	GCA
			Antonio M ^a Rodriguez	Architect EMEA	Wyndham
Sesión paralela II Cómo mejorar la rentabilidad de mis edificios y locales 2	11.00 / 12.00	Moderador		Director General Operaciones Europa	IHG Hotels
		Ponentes		Socio	Alonso Balaguer
			Antoine Corinthios	President Hotel Operations Europe / Middle East / Africa	Four Seasons
Sesión paralela III Nuevas formas de comprar	11.00 / 12.00	Moderador	Francisco Espert	Dtor. Gral. compras derivadas petróleo int.	Mercadona
		Ponentes	Antoni Castelló	Dtor. General	Coperama
			Pedro García Carro	Director	Neinver Asset Management
Sesión paralela IV Financia la sostenibilidad con el ahorro	11.00 / 11.45	Moderador	Álvaro Carrillo de Albornoz	Director General	ITH
		Ponentes	Patricia Griffin	President and founder	Green Hotels Association

* Ponentes por confirmar
 * Actualización 15 de Junio de 2012

HAWC

TRACK 2

Expansión e internacionalización. Hacia dónde hay que ir?

La internacionalización y expansión de las empresas es una de las alternativas básicas y fundamentales para seguir creciendo en una coyuntura como la actual, por lo que, en el planteamiento estratégico que ello supone es fundamental valorar cómo y dónde crecer. En este sentido presentamos dos grandes bloques geográficos representado por la mayor parte de los países BRIC, Asia y América Latina.



Sesión paralela I **Cómo desarrollar estrategias de crecimiento**

La estructuración del negocio hotelero ha evolucionado pasando del modelo propietario-gestor a distinguir entre el perfil inversor y el perfil gestor, especializándose cada una de las partes cada vez más en su negocio. Por ello, durante los últimos años han surgido diversos modelos de crecimiento basados en distintos vehículos de inversión y desarrollo.

Sesión paralela II **Oportunidades en el mercado asiático**

El mercado asiático es sin lugar a dudas uno de los de mayor crecimiento y con mayor potencial para el desarrollo turístico, sin embargo, la barrera cultural es muy importante y puede influir negativamente en el momento de dirigir nuestros esfuerzos hacia este mercado. Las experiencias de grupos que han salvado esta barrera son muy ilustrativos.

Sesión paralela III **Productos y destinos en los que crecer**

La expansión cabe plantearla desde una perspectiva geográfica o de producto. Ambas opciones son válidas para el crecimiento futuro de una compañía y en la diversificación del riesgo. Producto y destino pueden ir de la mano como estrategia de desarrollo o de un modo independiente.

Sesión paralela IV **Oportunidades en el mercado de América Latina**

Junto con el mercado asiático, se perfila como uno de los mercados más interesantes para el crecimiento del sector hotelero. Un mercado que además podemos calificar como “friendly” para los operadores españoles al no existir la barrera idiomática.

PERFIL DEL ASISTENTE

Directores generales; Responsables de expansión ; Presidentes de cadenas hoteleras; Grupos inversores (family offices, fondos de inversión, capital riesgo...); Banca y entidades financieras; Promotoras, constructoras; Arquitectos, interioristas, directores de obras; Asesores jurídicos

MIÉRCOLES 17 OCTUBRE

TRACK 2 – Miércoles 17 de Octubre de 2012 Expansión e internacionalización - Hacia dónde hay que ir?

Evento	Horario	Función	Nombre	Cargo	Empresa
Key Note Speaker	15.00 / 15.30	Key Note Speaker	Bruno Hallé	Socio Director	MagmaTRI Hospitality Consulting
Mesa Redonda <ul style="list-style-type: none"> ▪ Modelos de crecimiento ▪ Mercado Asiático ▪ Hoteles y destinos ▪ Mercado América Latina 	15.30 / 16.30	Moderador	Jonathan Langston	Senior Partner	TRI Hospitality Consulting
		Ponentes	Simon Turner	Presidente Global Development	Starwood Hotels & Resorts
			Manu Sánchez Monasterio	Director de Estrategias de Marketing	China Consultants
			G. Narasimhan (Narsi)	Executive director Corporate Finance & Business Development	Six Senses Resorts & Spa
			Carlos Vogeler	Regional representative for the Americas	World Tourism Organization
Sesión paralela I Cómo desarrollar estrategias de crecimiento	16.30 / 17.30	Moderador	Simon Turner	Presidente Global Development	Starwood Hotels & Resorts
		Ponentes	Antonio Catalán	Presidente	AC by Marriott
			Brett White	CEO	CBRE
			Javier Faus	CEO	Meridia Capital





TRACK 2 – Miércoles 17 de Octubre de 2012

Expansión e internacionalización - Hacia dónde hay que ir?

Evento	Horario	Función	Nombre	Cargo	Empresa
Sesión paralela II Oportunidades en el mercado asiático	16.30 / 17.00	Moderador	Manu Sánchez Monasterio	Director de Estrategias de Marketing	China Consultants
		Ponentes	Bernardo Cabot	Senior Vice President Asia Pacific	Meliá Hotels
			Xu Zurong	Presidente	Jin Jiang Inn Co (partner chino de Meliá Hotels)
Sesión paralela III Productos y destinos en los que crecer	16.30 / 17.00	Moderador	G. Narashimhan (Narsi)	Executive Director corporate Finance & Business Development	Six Senses Resorts & Spa
		Ponentes	Santiago Cabré	General Manager	TAIS Hotels & Resorts
			Mike Lentz	Vice President Development	Las Vegas Sands Corporation
Sesión paralela IV Oportunidades en el mercado de América Latina	16.30 / 17.00	Moderador	Carlos Vogeler	Regional Representative for the Americas	World Tourism Organization
		Ponentes	Michael Montant	Vice President	Grupo Posadas Mexico
			Francisco Zinser	Chief Officer Operations	nH Hotels

* Ponentes por confirmar

* Actualización 15 de Junio de 2012

H H W W C

TRACK 3

Las personas y el cambio: La nueva inteligencia del éxito

Las personas o recursos humanos son consideradas el principal activo en la industria turística en general, y en especial en el sector hotelero, por ello su adecuada gestión y adaptación a las nuevas tendencias y situaciones coyunturales es clave para que las empresas puedan seguir hablando de éxito. La venta y la satisfacción final de los clientes, en la empresa de servicios, depende de las personas.



Sesión paralela I

El liderazgo

La cohesión y eficiencia de los equipos de trabajo inciden directamente en la satisfacción final del cliente, y en la capacidad para que este compre/consuma nuestro producto, por ello la inteligencia emocional y la función del líder es estratégica en esta industria.

Sesión paralela II

La excelencia

El sector turístico puede ser considerado como el sector de servicios en su máxima expresión, y por ello, la excelencia en el servicio, literalmente hablando, es un factor estratégico para alcanzar el éxito de cualquier proyecto de este sector. El servicio debe ser inteligente y adaptado a las expectativas del cliente final.

Sesión paralela III

Cómo convertir el servicio en ventas

En muchas de las industrias que aglutina el sector turístico, el cliente se encuentra semi-cautivo (un cliente que entra en un restaurante o un hotel está dispuesto a comprar varios de los servicios/productos que podamos ofrecer), por lo tanto, la capacidad de venta interna puede declinar la balanza entre el éxito y el fracaso de un negocio del sector turístico.

Sesión paralela IV

El lujo

En la actual situación económica muchas de las empresas que se posicionan en el segmento de lujo ha tenido un comportamiento mucho más positivo que otras de otros segmentos de mercado. Sin embargo, cuándo una empresa puede considerarse como tal, cuáles son las bases estratégicas y que permiten a una empresa de este segmento hablar de éxito??

PERFIL DEL ASISTENTE

Directores de Recursos Humanos; Responsables de Calidad ; Directores Generales ; Directores de IT ; Directores de Operaciones; Directores de Hotel

JUEVES 18 OCTUBRE

TRACK 3 – Jueves 18 de Octubre de 2012 Las personas y el cambio: La nueva inteligencia del éxito

Evento	Horario	Función	Nombre	Cargo	Empresa
Key Note Speaker	09-30 / 10.00	Key Note Speaker	Pendiente		IESE
Mesa Redonda <ul style="list-style-type: none">El liderazgoLa excelenciaLa venta Interna/ UpsellingLas marcas de lujo y las personas	10.00 / 11.00	Moderador	Tom Carroll	Presidente CEO	TBWA
		Ponentes	Ana M ^a Llopis	Presidenta	Dia
			Carmen Moreno	Dtora. RR.HH.	El Corte Inglés
			Ben Bengougam	Vice President Human Resources Europe	Hitlon Worldwide
			Chantal Gaemperle	Vicepresidente, human resources and synergies.	LVMH Group Louis Vuitton



TRACK 3 – Jueves 18 de Octubre de 2012
Las personas y el cambio: La nueva inteligencia del éxito

Evento	Horario	Función	Nombre	Cargo	Empresa
Sesión paralela I El liderazgo	11.00 / 11.30	Moderador	Ana M ^a Llopis	Presidenta	Dia
		Ponentes	José Ángel Preciados	Director General	Confortel Hoteles
			Gonzalo Antoñanzas	Director RRHH	Ikea
Sesión paralela II La excelencia	11.00 / 11.30	Moderador	Ben Bengougam	Vice President Human Resources Europe	Hitlon Worldwide
		Ponentes	Ng Chin Hwee	Vicepresident Human Resources and Operations	Singapore Airlines
			Mary R. Falvey	Chief Human Resources	Wyndham Worldwide
Sesión paralela III Cómo convertir el servicio en ventas	11.00 / 11.45	Moderador	Domènech Biosca	CEO	Educatur
		Ponentes	Daniel Dreux	VP. RR.HH.	Disneyland Paris
			Oriol Montalt	Director General	Hotel Ritz Carlton Osaka (Japón)
Sesión paralela IV El lujo	11.00 / 11.30	Moderador	Luis Marcó Vilar	Dtor. Gral.	Marco & Asociados
		Ponente	Chantal Gaemperle	Vicepresidente, RRHH and Synergies Executive	LVMH Louis Vuitton
			Alexandra Sargent	Manager Human Resources	Molton Brown

* Ponentes por confirmar

* Actualización 15 de Junio de 2012

HAWC

TRACK 4

La comercialización y el marketing, en cambio total

La evolución de la tecnología ha entrado de lleno en el sector turístico, y uno de los campos en los que ha tenido mayor impacto, y sigue evolucionando a un ritmo vertiginoso, es en los canales de comercialización y distribución del producto turístico... La obsolescencia tecnológica en la coyuntura actual, y en el sector turístico en concreto, puede ser sinónimo de pérdida de competitividad y condenar al fracaso cualquier proyecto empresarial



Sesión paralela I **Social Media and Customer Service**

Los clientes son los que determinan si un producto es correcto, bueno, caro... el cliente es quien decide, por lo tanto, saber escuchar al cliente y gestionar sus opiniones en los canales on line es fundamental en cualquier industria, y en concreto, en la industria turística basada en el servicio y el trato directo de personas a personas.

Sesión paralela II **Mobile Strategies for travel**

Cómo se organizan y sobre todo cómo se organizarán en el futuro los viajes y el consumo turístico es clave en el momento de apostar por una tecnología u otra. Las estrategias móviles, aplicaciones, tecnología y tendencias son hoy en día clave para las empresas del sector turístico y su relación con sus nuevos clientes.

Sesión paralela III y IV **New Distribution Channels**

El hecho de conocer cómo van a hacer las compras nuestros consumidores potenciales, nos va a permitir conocer los intermediarios y sus estrategias con lo que tendremos ventajas competitivas relevantes lo que marcará nuestra estrategia comercial a futuro. Cómo se están posicionando los canales tradicionales en el nuevo enfoque tecnológico y cómo deberá ser nuestra estrategia frente a ellos para tener mejores condiciones.

PERFIL DEL ASISTENTE

Revenue Managers ; Directores de IT ; Social media Managers ; Directores de operaciones ; Directores de marketing y ventas ; Directores de Hotel

JUEVES 18 OCTUBRE

TRACK 4 – Jueves 18 de Octubre de 2012 La comercialización y el marketing, en cambio total

Evento	Horario	Función	Nombre	Cargo	Empresa
Key Note Speaker	15.00 / 15.30	Key Note	Bill Carroll	Professor	Cornell University
Mesa Redonda <ul style="list-style-type: none">▪ Social media▪ Local and Mobile▪ Distribution Channels	15.30 / 16.30	Moderador	Bill Carroll	Professor	Cornell University
		Ponentes	Peter O'Connor	Director Ejecutivo	IMHI
			Kevin May	CEO / Founder	Tnooz.com
			Ronald J Friedlander	CEO / Founder	ReviewPro
			Fernando Vives	Corporate Director of Revenue Management	Meliá Hotels International





TRACK 4 – Jueves 18 de Octubre de 2012

La comercialización y el marketing, en cambio total

Evento	Horario	Función	Nombre	Cargo	Empresa
Sesión paralela I Social Media and Customer	16.30 / 17.30	Moderador	Peter O'Connor	Director Ejecutivo	IMHI
		Ponentes	Leonard Brody	President	Examiner.com
			Ronald J Friedlander	CEO / Founder	ReviewPro
			Tirso Maldonado	CEO	Socialtec
			Travis Katz	CEO	Gogobot
Sesión paralela II Mobile Strategies for Travel	16.30 / 17.30	Moderador	Kevin May	CEO / Founder	Tnooz.com
		Ponentes	Adam Goldstein	CEO	Hipmunk
				Revenue Manager	nH Hotels
			Ben Kazez	Founder	Mobiata
			Gregg Brockway	EVP & General Manager	Triplt
Sesión paralela III New Distribution Channels 1	16.30 / 17.30	Moderador	Fernando Vives	Corporate Director of Revenue Management	Melia Hotels International
		Ponentes	Sam Shank	CEO	Hoteltonight
			Eric Balchford	CEO	Hoteltonight
			Stephen Kaufer	Dtor. General	Tripadvisor
Sesión paralela IV New Distribution Channels 2	16.30 / 17.30	Moderador	Barbara Pezzi	Analytics & Search Optimization	Raffles Hotels International
		Ponentes	Michael Frenzel	CEO	TUI
			Javier Rodriguez Zapatero	Director General España	Google
			Patrick Landman	CEO	Xotels

* Ponentes por confirmar

* Actualización 15 de Junio de 2012



BARCELONA

Capital del Mediterráneo y de la Innovación

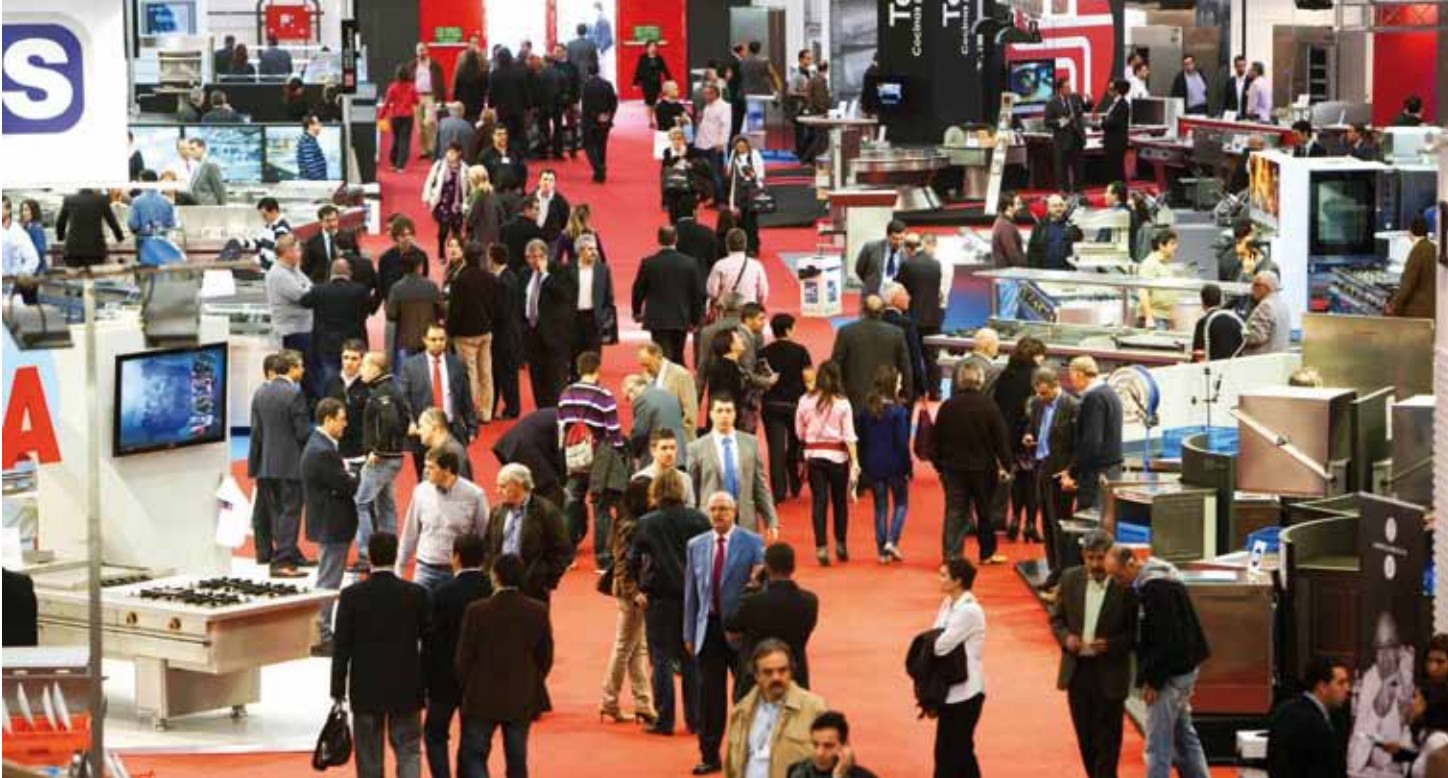
Barcelona es la quinta ciudad europea preferida por los altos ejecutivos para hacer negocios por detrás de Londres, París, Frankfurt y Bruselas.

Barcelona, cuenta con una larga tradición industrial y comercial. Es una ciudad dinámica y acogedora y uno de los grandes centros económicos y de negocios de la Europa Mediterránea, activamente relacionado con el mercado comunitario y con América Latina.

Tanto por su privilegiada situación, a la orilla del mar Mediterráneo, como por su dinamismo económico, social, cultural, y turístico, la influencia de Barcelona se extiende a nivel mundial.

En noviembre de 2008 fue elegida sede de la Secretaría de la Unión por el Mediterráneo. La capital catalana ha convertido la innovación, el desarrollo tecnológico y científico, el diseño y los servicios de calidad en elementos básicos de su identidad.

Barcelona dispone de una moderna infraestructura hotelera y brinda una oferta comercial, lúdica, cultural y turística de primer orden.



HOSTELCO

Una plataforma de negocio internacional

Fira de Barcelona, uno de los principales organizadores feriales de Europa, organiza **HOSTELCO, el Salón Internacional del equipamiento para la restauración, hotelería y colectividades.**

Más de 700 empresas nacionales e internacionales confirman la función de HOSTELCO como plataforma dinamizadora de los sectores de equipamiento y maquinaria para la hostelería.

HOSTELCO ofrece conocimiento e innovación a través sus jornadas técnicas y empresas presentes en el sector:

- Jornadas técnicas y conferencias con las últimas tendencias del sector.
- Presencia de los productos y servicios más innovadores.

Hostelco es un punto de networking en el que contactar con los profesionales y empresas más relevantes del sector:

- Encuentros sectoriales
- Presencia de las principales cadenas mundiales de hotelería, restauración y colectividades. Contacto con expertos y especialistas.
- Business Match

Posicionamiento del salón: **oferta de soluciones para la Hostelería:**

- Productos y Servicios
- HOSTELCO cubre los 360° en las necesidades del hostelero y el sector HORECA

HIWC PARTNER: la mejor opción para llegar a su cliente.

HIWC CONGRESS PARTNER

15.000 € con Stand Corporativo* / 12.000 € si ya tiene stand en Hostelco (IVA no incluido)

ACCIONES PRE-CONGRESO

PUBLICIDAD ON LINE

Logo bottom home web HIWC	✓	
Banner en página acreditaciones HIWC	✓	
Baner en Newsletter HIWC	✓	Emailing enviado a toda la BBDD acreditados y potenciales (60.000 registros aprox) Mínimo 5 envíos
Entrevista Publicada en E-News HIWC	✓	4.500 caracteres

ACCIONES DURANTE CONGRESO

PUBLICIDAD ON LINE

Logo y link pie pagina en Newsletter diario durante celebración	✓	E-mailing enviado a toda la BBDD acreditados y potenciales (60,000 registros aprox)
Noticia de empresa en Newsletter diario durante celebración	✓	E-mailing enviado a toda la BBDD acreditados y potenciales (60,000 registros aprox)

PUBLICIDAD IMPRESA

Folleto en Welcome Pack congresista	✓	La primera página / pagina par (1 empresa)
Logo en el Programa Congreso	✓	Al lado de su empresa

PUBLICIDAD ESTÁTICA

Portafolletos Publicidad en zona descanso del congreso	✓	
Logo en elementos señalización interior recinto congreso	✓	A ubicar lo más cercano posible a la ubicación del stand del sponsor o en zona a consensuar
Logo en Congress Lunch area	✓	A decidir entre pack corner pabellón 1 o pabellón 2

PUBLICIDAD DINÁMICA

Logo en Página Patrocinadores en pantallas proyectores Pasarela	✓	Presencia según categoría sponsoring
Logo en Página Patrocinadores en pantallas informativas (tótem)	✓	Presencia según categoría sponsoring
Logo en Pantalla de inicio y fin de las sesiones plenarias	✓	

SIDE EVENTS

Presentación comercial de 10' en espacio designado	✓	Duración presentación: 10 min
Invitaciones gratuitas para Cena de Gala Premios Hostelco	4	
Encuentro de Líderes: 1 pase para alta dirección, CEO o Presidente	✓	

* STAND CORPORATIVO (Opcional si ya tiene stand en Hostelco)

Stand de 12 m ² (3 x 4) totalmente equipado	Opcional	Incluye espacio, cuota, seguro, mobiliario (1 mesa, 3 sillas, almacén 1 x 1 m, mostrador, taburete, papelería, perchero, portafolletos y rotulación), cuadro eléctrico, consumo, iluminación a razón de 50 W/m ²
--	----------	---

OTRAS VENTAJAS

Invitación Congreso HIWC para clientes	30	
Plaza Parking para clientes VIP	4	
Sala de reuniones	✓	2 opciones: despacho de 4 pax o sala con capacidad máxima de 8 pax,. (Según disponibilidad)

ACCIONES POST-CONGRESO

PUBLICIDAD ON LINE

Banner en Newsletter HIWC post celebración Congreso	✓	Emailing enviado a toda la BBDD acreditados y potenciales (60.000 registros aprox) Mínimo 2 envíos
---	---	--

MEMORIA SALÓN

Inclusión Logo en la memoria del Congreso (versiones impresa y on line)	✓	Envío on line a 60.000 registros y 3000 ejemplares impresos. Ubicación y tamaño según categoría sponsoring
---	---	--

UPGRADE HIWC CONGRESS PARTNER

Coffee Breaks	3000 €	Logo en servilletas, paneles indicativos y posibilidad de ofrecer producto (maquinaria, café, etc) máximo un sponsor por categoría de producto.
Aguas Personalizadas Congreso	2000 €	Posibilidad descuento a expositores
Lanyard del Congreso	5000 €	Posibilidad descuento a expositores
Mobiliario zona chill out indoor y outdoor	3000 €	Solo Empresas Mobiliario
Encuentro Influencers (bloggers y periodistas)	6000 €	
Inclusión de un gadget (facilitado por el sponsor) en el "Welcome Pack"	2000 €	
Networking lunch en VIP area.	3000 €	Logo en servilletas, cartel indicativo y postre "mini sacher" con logo patrocinador

[HOSTELCO GOLD \(ver página siguiente\)](#)

[HOSTELCO PLATINUM \(ver página siguiente\)](#)

HOSTELCO

GOLD & PLATINUM

Sea sponsor de Hostelco y benefíciese también de todas las ventajas de ser sponsor del Congreso HIWC

	HOSTELCO GOLD PARTNER	HOSTELCO PLATINUM PARTNER	OBSERVACIONES
Número máximo de Sponsors por Categoría	5	2	Incluye todas las prestaciones del HIWC
Si YA es expositor	18.000 €	24.000 €	Iva No incluido
Si NO es expositor	21.000 €	27.000 €	Incluye Stand Corporativo de 12m ² Iva No incluido

ACCIONES PRE-SALÓN

PUBLICIDAD ON LINE			
Logo Banner home web HOSTELCO	✓ (on bottom)	✓ (lateral)	
Logo página acreditación HOSTELCO	✓ (on bottom)	✓ (lateral)	
Banner en E-News HOSTELCO	✓ (on bottom)	✓ (on top)	Emailing enviado a toda la BBDD acreditados y potenciales (60.000 registros aprox) Mínimo 5 envíos
Entrevista Publicada en E-News Hostelco		✓	

ACCIONES DURANTE SALÓN

PUBLICIDAD ON LINE			
Banner en Newsletter diario durante celebración salón	✓ (lateral)	✓ (central)	Emailing enviado a toda la BBDD acreditados y potenciales (60,000 registros aprox)
Noticia de empresa en Newsletter diario durante celebración salón	✓	✓	Emailing enviado a toda la BBDD acreditados y potenciales (60,000 registros aprox)
1 Página publicidad en el Catálogo Oficial salón		✓	Página preferente
1 Página publicidad en el Catálogo Oficial salón	✓		Al lado de su empresa
1 logo señalizador en Guía del Visitante (40.000 ejemplares)	✓	✓	

PUBLICIDAD ESTÁTICA

Logo en elementos señalización salón interiores Halls (banderolas 2 x 6) 10 uds aprox	✓	✓	A determinar espacios
Logo Señalizador en caballetes plano ubicación entrada palacios	✓	✓	
Distribución de publicidad en el Salón		✓	
Lona publicidad personalizada interior palacio (2 x 6)		✓	A ubicar lo más cercano posible a la ubicación del stand del sponsor o en zona a consensuar
Logo en International VIP area	✓	✓	

	HOSTELCO GOLD PARTNER	HOSTELCO PLATINUM PARTNER	OBSERVACIONES
PUBLICIDAD DINÁMICA			
Publicidad Aro leds Hall Europa Acreditación principal		✓	1 por empresa
Anuncio secuencial en pantallas proyectores pasarela		✓	
Página Patrocinadores en pantallas proyectores Pasarela	✓	✓	Presencia según categoría sponsoring
Anuncio secuencial en pantallas informativas (tótem)		✓	
Página Patrocinadores en pantallas informativas (tótems)	✓	✓	Presencia según categoría sponsoring
PROGRAMA DE ACTIVIDADES			
Exposición de 1 Producto en Área de novedades	✓	✓	1 peana y solo en un área
Invitaciones gratuitas para Premios Hostelco	✓	✓	
Visibilidad logos en Ceremonia de entrega Premios H.	✓	✓	Tamaño y posición del logo según categoría sponsoring
RESTAURACIÓN			
Publicidad en mantelinos Locales restauración recinto Gran Vía	✓	✓	15.000 mantelinos. Ubicación y tamaño según categoría sponsoring
Logo y ubicación stand en Displays sobremesa en Restaurantes recinto Gran Vía		✓	450 unidades
1 mesa reservada para 4 pax en Restaurante Gastronómico Nucló (x 5 días)		✓	Incluye menú ejecutivo
Tickets Buffet	20		Incluye menú buffet
OTRAS VENTAJAS			
Invitaciones electrónicas para clientes	500	1000	
Pases Vip para clientes	20	50	
Plaza Parking para clientes VIP	6	10	
Descuento 75% precio alquiler Salas de reuniones	✓	✓	Según disponibilidad
ACCIONES POST-SALÓN			
PUBLICIDAD ON LINE			
Banner central en Newsletter Hostelco post celebración salón		✓	Emailing enviado a toda la BBDD acreditados y potenciales (60.000 registros aprox) Mínimo 2 envíos
Logo y link pie pagina Newsletter Hostelco post celebración salón	✓		Emailing enviado a toda la BBDD acreditados y potenciales (60.000 registros aprox) Mínimo 2 envíos
MEMORIA SALÓN			
Inclusión según categoría Logo en la memoria del salón (versiones impresa y on line)	✓	✓	Envío on-line a 60.000 registros y 3000 ejemplares impresos. Ubicación y tamaño según categoría sponsoring



Hospitality Industry World Congress



Fira Barcelona

Av. M^a Cristina, s/n - 08004 Barcelona - España
Tel.: 902 233 200 - (+34) 93 233 20 00

Secretaría del Congreso: Tel (+34) 93 409 74 82. E-mail: congresos@firabcn.es

HOSTELCO

tri
HOSPITALITY CONSULTING

 **Educatur**
Educación e
Asesoría Turística

iTH
Instituto Tecnológico Hotelero

MAGMA
HOSPITALITY CONSULTING