

Contacto para la Prensa :

Pedro Castro

Celular durante el ITB (5 hasta 10 de Marzo): +49 176 28316381

Celular: + 41 78 915 00 76

pedro.castro@attitudehotels.com

Presentación de la primera marca de hoteles para gays y lesbianas

Berlín, 6 de Marzo 2008. La feria internacional del turismo de Berlín-ITB permite a Pedro Castro, creador del concepto 'Attitude Hotels' hacer su presentación oficial. Attitude Hotels se ve a sí mismo como el 'lugar donde quedarse' para las personas gays y lesbianas que persiguen la calidad más exigente cuando viajan. Todos los hoteles que operan bajo la marca de Attitude Hotels garantizan una cálida bienvenida y un alto nivel de servicios a la medida de las necesidades de la comunidad de gays y lesbianas. www.attitudehotels.com permite a los viajeros hacer su reserva y elegir el tipo de estancia en tres diferentes categorías: Attitude Premium, Attitude Comfort y Attitude Value.

'Community Marketing', una compañía especializada en estudios de marketing sobre la comunidad de turistas gays y lesbianas estima que el valor del mercado estadounidense de este grupo en 2007 ascendió a 65 mil millones de dólares¹. El informe británico "Outright 2006"² señala que el salario medio del grupo gay es mayor que el del grupo heterosexual. Analistas de mercado denominan al mercado de los gays y lesbianas con las siglas DINK (Double Income No Kids), para expresar que es un grupo con el "doble de ingresos sin descendencia" y por tanto, cuentan con más tiempo y dinero para viajar. Un 77% de este grupo de viajeros encuestados afirman que contratan la reserva de un hotel – estimada en una media de 14 noches/año – vía internet³. Pedro Castro toma la decisión de crear Attitude Hotels tras haber pasado él mismo por diversas experiencias decepcionantes en la trayectoria de sus viajes para encontrar un buen lugar gay donde descansar. Teniendo en cuenta que una aproximación puramente "cordial" hacia la comunidad gay no es suficiente, Pedro Castro, un ambicioso profesional, ha desarrollado un concepto mucho más auténtico y "natural" para los gays y lesbianas.

Attitude Hotels es una selección excepcional de hoteles, posadas y hostales, creada, diseñada y desarrollada para satisfacer, en particular, a los turistas gays y lesbianas. El conjunto de hoteles bajo la marca Attitude Hotels garantiza excelentes estándares de calidad y de servicio que están claramente definidos y que integran el concepto de experiencia "gay natural". El objetivo es proporcionar a esta comunidad una marca de calidad que satisfaga y supere sus expectativas. Para ayudar a los usuarios a encontrar aquella solución más próxima a su interés particular, Attitude Hotels ha definido tres categorías:

- Attitude Premium: alojamiento de lujo; ambiente extraordinario y servicios incomparables.
 - o p.e. Royal Palms, Berns hotel, Masia Casanova

1 | « 12th Annual Gay and Lesbian Tourism Study, 2007 » by Community Marketing, Inc. at www.communitymarketinginc.com

2 | « Outright 2006 survey » commissioned by Channel 4, MOD Insight and Gaydar Radio at www.outrightresearch.co.uk

3 | « 12th Annual Gay and Lesbian Tourism Study, 2007 » by Community Marketing, Inc. at www.communitymarketinginc.com

- Attitude Comfort : alojamiento de calidad superior; ambiente sofisticado y servicio con clase
 - p.e. Legends Hotel, Haus Romeo, Hotel Königshof
- Attitude Value : precios atractivos, ambiente desenfadado y un servicio práctico
 - p.e. Stars Guesthouse, Liberty Hotel, Connection Guesthouse

Attitude Hotels también hace una distinción sobre el tipo de clientela: “gay”, “lesbiana”, “gay y lesbiana” y “straight-friendly” (“heterosexual-cordial”). Toda esta filosofía encuentra su reflejo en la elección de la marca Attitude Hotels. La palabra “attitude” está asociada con la idea de “savoir-vivre”, que manifiesta una postura de “educación” y de tener unas formas de comportamiento genuino y natural con los demás.

Pedro Castro, fundador de este concepto, analiza de esta manera el mercado: *“Hoy en día sabemos que propietarios independientes y pequeñas cadenas de hoteles administran establecimientos para lesbianas y gays. Esta área del mercado sufre una falta de reconocimiento, promoción y certificación a escala internacional. La fragmentación del mercado implica que sus principales representantes no cuentan con medios suficientes para crecer de forma rentable. A partir de este momento, la marca Attitude Hotels facilita a estos propietarios medios tecnológicos y oportunidades comerciales y de publicidad para promocionar sus establecimientos con una aproximación específica”.*

Desde el principio, Attitude Hotels ofrecerá una selección de más de veinticinco establecimientos en Alemania, Austria, Bélgica, España, Francia, Hungría, Malta, Países Bajos, Portugal, Reino Unido, la República Checa, Suecia, Suiza y los EE.UU. El objetivo del próximo año consiste en acrecentar este número de hoteles propuestos a más de 100 repartidos por el mundo entero. En el momento de su lanzamiento la página web sólo estará disponible en Ingles. www.attitudehotels.com permite a todos sus usuarios hacer sus reservas directamente online gracias a un mecanismo de reservas online desarrollado por la compañía alemana de servicios informáticos, TourOnline. Este sitio web consiste en una gran oportunidad para aquellos hoteles de menor tamaño que no cuentan con los medios necesarios para administrar un sistema de reservas online por sí mismos.

Pedro Castro agrega: *“Existen enormes oportunidades de desarrollo. A corto plazo, Attitude Hotels espera incrementar la selección de los hoteles en las regiones de Francia, Italia, Grecia y España. A continuación, nos concentraremos en proporcionar una variedad más amplia que cubra los establecimientos de Norteamérica. Desde un punto de vista tecnológico, nuestra intención es clara: innovación online para los propietarios de los hoteles y los usuarios. A partir de mayo, se añadirá una función completamente original...así que hay que prestar atención a las actualizaciones de este espacio. Finalmente, respecto a los socios, Attitude Hotels persigue ser LA plataforma original y profesional que establezca relaciones de comunicación entre el destino y la comunidad de turistas gays y lesbianas. El primer ejemplo de lo expuesto anteriormente apunta a una ciudad escandinava y será anunciado tan pronto como mañana.”*

John Tanzella, director de la Asociación Internacional de Turistas Gays y Lesbianas (IGLTA, por sus siglas en inglés) afirma: *“Soy consciente de la creciente demanda de hoteles de calidad que se ajusten a los estilos de vida de la comunidad de gays y lesbianas. Hoy en día, los clientes de este grupo específico encuentran dificultades para encontrar un lugar a su medida. Pienso que Attitude Hotels es el concepto y la solución a este problema”.*

#####

Attitude Hotels pertenece totalmente a Attitude Hotels GmbH, una compañía gay cuya sede central se localiza en Zurich, Suiza. Su fundador y director de la compañía, Pedro Castro, es un hombre gay que lleva cerca de 10 años trabajando en la industria de marketing, distribución y turismo con un particular interés en la industria hotelera y compañías aéreas. Pedro Castro es un auténtico ciudadano global de su tiempo que se comunica perfectamente en cinco idiomas. Para más información consulte la página www.attitudehotels.com