



Schindler renueva su contrato de colaboración con CEHAT

Schindler y CEHAT han renovado el acuerdo por el que la multinacional de ascensores y escaleras mecánicas sigue siendo socio de la Confederación.



Schindler

pág. 13

Tinsa seguirá como Socio Colaborador de CEHAT

Tinsa se convirtió en Socio de CEHAT en 2017. Desde entonces, ha realizado más de 4.300 valoraciones de activos turísticos en España.



pág. 13

CEHAT

CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOTELES Y ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

Jorge Marichal, nuevo presidente de CEHAT

Jorge Marichal, presidente de la Asociación Hotelera y Extrahotelera de Tenerife, La Palma, La Gomera y El Hierro, Ashotel, fue elegido el pasado 11 de diciembre en Madrid presidente de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos

(CEHAT) durante la reunión del Pleno electoral celebrado en Madrid. Marichal sustituye en el cargo a Juan Molas, quien anunció en noviembre que no concurriría a su reelección, tras una trayectoria de 12 años al frente de la Confederación.

La candidatura de Marichal fue la única presentada en este proceso electoral y trabajada durante los últimos meses, un tiempo en el que ha recabado los apoyos mayoritarios para dar el paso y ponerse en primera línea de la patronal hotelera nacional. Tras su elección, afirmó que asume este reto personal y profesional "con gran ilusión", sabedor de que está rodeado de un gran equipo de empresarios que lo va a acompañar en esta importante tarea.

"No los voy a defraudar; quienes me conocen saben que soy una persona cercana, honesta, con coraje, apasionada y así defenderé al Sector", dijo tras su elección. "Creo que somos un Sector que no termina de creerse lo importante que somos, debemos tomar conciencia de la capacidad que tenemos, debemos trabajar para situarnos en el lugar que nos corresponde, no solo ante administraciones públicas, sino ante la sociedad, y que nos vean realmente como



generadores de empleo y de desarrollo económico", afirmó.

Tras la elección de Marichal, el presidente Juan Molas destacó la "fortaleza" de

CEHAT, a la que calificó como "la organización empresarial más importante del sector turístico español", al tiempo que deseó la mejor de las suertes a su sucesor. **Págs. 16 y 17**



Grabar con cámara oculta

El asesor laboral de CEHAT, Carlos Sedano, analiza una reciente sentencia del Tribunal Europeo de Derechos Humanos sobre la instalación de cámaras ocultas en una empresa. **Pág. 6**



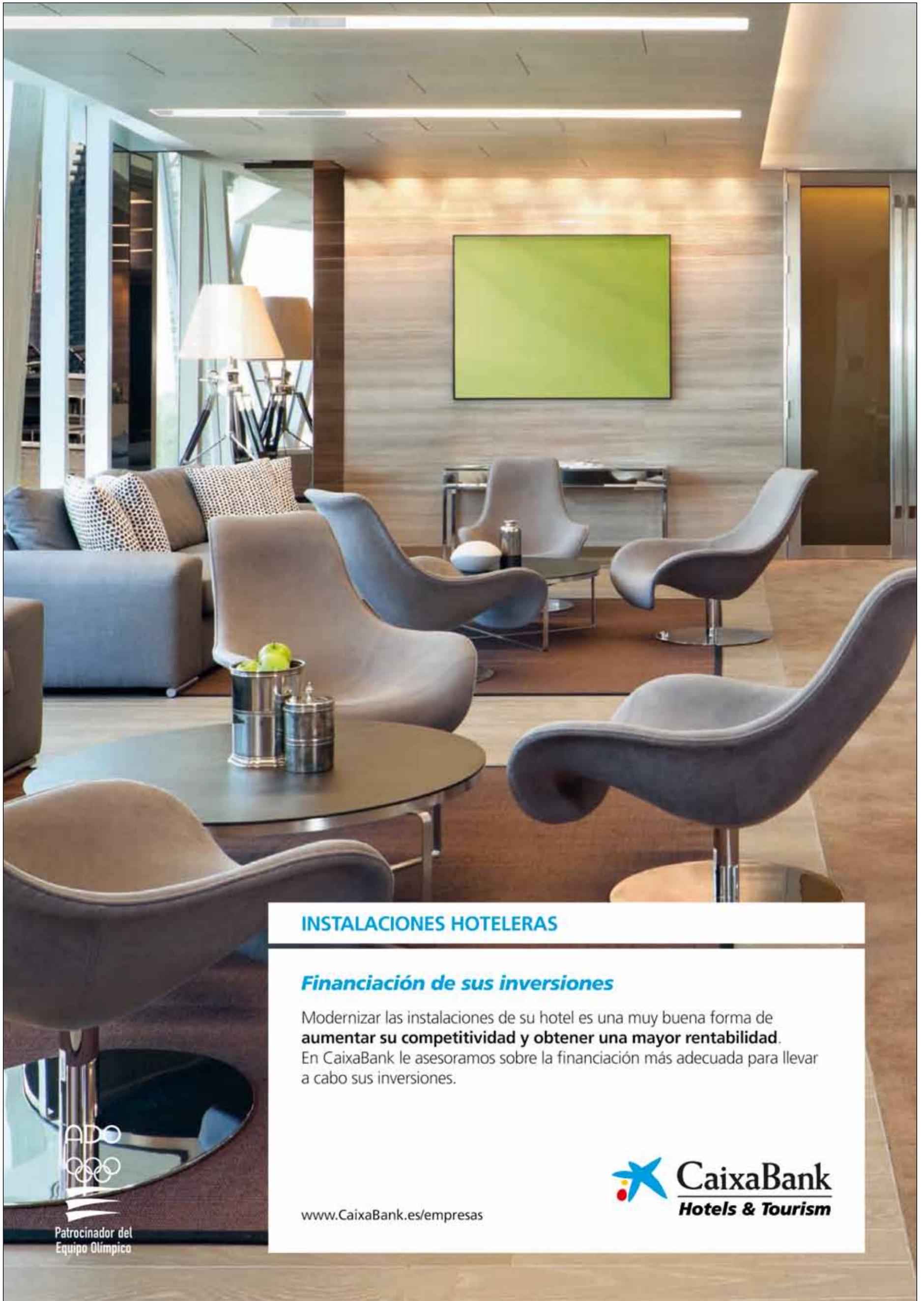
José María Cobos Gómez

Incentivos a la contratación de trabajadores con discapacidad. **Pág. 4**

20-23 ABRIL 2020
RECINTO GRAN VIA

www.hostelco.com
#hostelco

FOCUS ON HOSPITALITY BUSINESS



INSTALACIONES HOTELERAS

Financiación de sus inversiones

Modernizar las instalaciones de su hotel es una muy buena forma de **aumentar su competitividad y obtener una mayor rentabilidad**. En CaixaBank le asesoramos sobre la financiación más adecuada para llevar a cabo sus inversiones.

ADO
Patrocinador del
Equipo Olímpico

www.CaixaBank.es/empresas

 **CaixaBank**
Hotels & Tourism

PRESIDENTE: **Jorge Marichal**
SECRETARIO GENERAL: **Ramón Estalella**

EDITOR: **Valentín Ugalde**

DIRECTORA
Mónica González

COORDINACIÓN EDITORIAL: Eduardo Santamaría

COMITÉ EJECUTIVO: José María Carbó (Presidente de Honor); Jorge Marichal (Presidente); Ramón Estalella (Secretario General); Vicepresidentes: Santiago García-Nieto (Barcelona), José Carlos Escribano (Costa del Sol), Gabriel García (Madrid) y María Frontera (Balears); Vocales: Federico Fuster (Comunidad Valenciana), Susana Pérez (Lanzarote), José María Mañaricúa (Gran Canaria), Luis Callejón (Andalucía), Ana Beriain (Navarra), Manuel Otero (Andalucía), Antonio Presencio (Zaragoza), Jaime García Calzada (La Rioja) y Felipe Sordo (Asturias)

REDACTORES Y COLABORADORES: Eduardo Santamaría (Coordinación Editorial), Daniel Gallego, Marga González, Cristina Sanabria, Josep Marqués, Ignacio Samper, Mamen Martínez, Miguel Praga y Paula Vacas

NEXO
editores, s.a.

REDACCIÓN Y ADMINISTRACIÓN

✉ Lope de Vega, 13. 28014 Madrid
☎ 91 369 41 00 (20 líneas)
✉ E-mail: monica@cehat.com

PRESIDENTE: Eugenio de Quesada / CONSEJERO-DELEGADO: Carlos Ortiz
DIRECTOR FINANCIERO: Javier Pascual Coruña / **DIRECTOR JURÍDICO:** Santiago Moratalla
DIRECTOR DE INFORMÁTICA: José Manuel Dávila / **DIRECTORA DE PERSONAL:** Pilar la Hoz
DEPARTAMENTOS / JEFE DE ADMINISTRACIÓN: M^a Antonia Martín / **JEFE DE CONTABILIDAD:** Paloma López
DEPARTAMENTO DE PUBLICIDAD PROPIO: Madrid: Mercedes León. **FACTURACIÓN:** María José González
SUSCRIPCIONES: Mercedes León. **ATENCIÓN AL CLIENTE:** Raúl López. **BASE DE DATOS:** Mar Fernández

SERVICIOS EDITORIALES: Aconfisa (Asesoría-Auditoría), Nexopublic (Consultoría), Nexo Creativo (Auto-edición), Nexotel (Información Electrónica), Herero y Asociados (Marcas y Propiedad Intelectual), Nexodata (Base de Datos), Impresa Norte (Impresión) y Correos (Distribución)

CEHAT, el Periódico de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos, es la Publicación Oficial de la Hotelera Española / © CEHAT es una Marca Registrada por la Confederación Hotelera © Copyright NEXO EDITORES SA (diseño y realización) / Depósito Legal M-31312015 / Impreso en España

UNA PUBLICACIÓN DEL GRUPO **NEXO**

EDITORIAL

¡Bienvenido, presidente!

La Confederación Española de Hoteles ha designado a su nuevo presidente. El joven empresario tinerfeño Jorge Marichal, nacido en Arona (46 años), se caracteriza por su cercanía y por ser una persona honesta, con coraje y apasionado en la defensa de los intereses sectoriales. A su condición de empresario hotelero, constructor y promotor, suma una dilatada trayectoria asociativa sectorial (preside desde hace ocho años la Asociación Hotelera de la Provincia de Tenerife, ASHOTEL) y generalista (es vicepresidente de la Cámara de Comercio y CEOE de Tenerife).

Marichal lidera un equipo directivo del que forman parte como vicepresidentes Santiago García-Nieto (Cataluña), José Carlos Escribano (Costa del Sol), Gabriel García (Madrid) y María Frontera (Balears), junto al tesorero Miguel Mirones (Balears) y los vocales Susana Pérez (Lanzarote), José M^a Mañaricúa (Gran Canaria), Luis Callejón (Andalucía), Ana Beriain (Navarra), Manuel Otero (Andalucía), Antonio Presencio (Zaragoza), Jaime G. Calzada (La Rioja), Felipe Sordo (Asturias) y Federico Fuster (Comunidad Valenciana). Un gran equipo.

El nuevo líder de la Hotelería española asume el reto con gran ilusión, tras el respaldo unánime obtenido por la candidatura que encabeza. Su deseo de ser el presidente de todos los hoteleros, grandes y pequeños, se suma al doble y ambicioso objetivo: que los hoteleros tomen conciencia de la importancia de este Sector, al igual que las Administraciones públicas y, sobre todo, la Sociedad.

La nueva junta directiva de destacados empresarios que preside Marichal, junto al equipo profesional que gestiona la Confederación, tienen ante sí un abanico de importantes retos de gran calado, entre los que destacan los efectos del Brexit, la recesión alemana y la vergüenza a volar. Y a los que se suman la reforma del Imsero, la regulación de los pisos turísticos y la presencia de CEHAT en organismos estratégicos como AENA. Todo ello consolidando la sostenibilidad como elemento diferencial de nuestra oferta hotelera, "mirando al futuro de nuestro Sector, de nuestra Sociedad y nuestro medioambiente, por convicción propia y porque así nos lo están pidiendo, cada vez más, los turistas que nos visitan", reconoce Jorge Marichal, en sus primeras declaraciones como nuevo presidente.

Fomentar la cohesión y fortalecer el 'lobby' serán prioridades de una Confederación renovada que mira hacia Europa, para hacer llegar a las instituciones europeas la voz de la Hotelería, de la mano de HOTREC, ante retos tan relevantes como la tasa al combustible (en el transporte aéreo), facilitar la expedición de visados (en los mercados emisores), la regulación medioambiental (en materia de sostenibilidad) o las normativas en seguridad e higiene alimentaria (en el ámbito legislativo). Un ambicioso programa para un líder que aporta el nuevo y rejuvenecido enfoque de Jorge Marichal a la problemática de nuestra Hotelería. ¡Bienvenido, presidente!

Una gestión catastral integral y continua

Fernando Díez / Coordinador Impuestalia Sector Hotelero

Los impuestos y tasas municipales constituyen un ingreso muy considerable para los Ayuntamientos. Estos obtienen el 55% de los ingresos de sus impuestos y tasas locales, una cifra que supera la media de la UE (38.1%). De estos el IBI es el más importante para las arcas municipales, pues supone de media el 28.2% de sus ingresos siendo el impuesto que sostiene la financiación de los ayuntamientos en épocas de crisis. El IAE supone el 3.1% de los ingresos y el IVTM el 4.7%. La plusvalía (IIVBNU) aporta el 4.7% y, además, está en revisión por las continuas sentencias recaídas sobre su cálculo y aplicación.

Estos impuestos relativos a la tenencia y a la transmisión de los inmuebles se calculan a partir del valor catastral. En lo que respecta al IBI, los ayuntamientos tienen margen para jugar con los gravámenes, pudiendo fijar los tipos dentro de una horquilla entre el 0.4% y el 1.1% del valor catastral, aplicar exenciones o bonificaciones.

De media los ayuntamientos recaudan por IBI 315.2 euros por habitante y año, cifra que viene condicionada por el tipo impositivo y por el valor catastral.

Los valores catastrales son dados por Catastro, entidad nacional, pero han de seguir lo estipulado en distintas normativas estatales y, municipales. Y se actualizan con las ponencias de valor municipales y con los coeficientes de actualización que se fijan en los Presupuestos Generales del Estado.

Esta diversidad de normativa y de entidades responsables, ayuda a que los valores catastrales varíen, sin que el administrado pueda saber exactamente cuándo, cómo y por qué.

Por ello es tan importante la revisión de los valores catastrales; sería ideal poderlos revisar cada 2 o 3 años, aunque no es un tema sencillo, ni se tiene el tiempo para ello.

En IMPUESTALIA entendemos este concepto, y sabiendo de la importancia que tiene para el sector hotelero nos pusimos a vuestra disposición, hace ya más de 5 años. En IMPUESTALIA os ofrecemos una Gestión Catastral



integral de vuestros inmuebles, realizamos un estudio inicial y en su caso proponemos actuaciones a realizar, pero gracias a nuestro sistema de gestión, mantenemos un seguimiento del inmueble a lo largo del tiempo, informando de los cambios que puedan sufrir por nuevas normativas, resoluciones y fallos de los distintos organismos y tribunales, proponiéndoles en todo momento cual es la mejor actuación para

poder tener siempre los valores catastrales correctos. De esta forma, sin coste ni trabajo adicional por vuestra parte, podéis estar tranquilos de estar pagando continuamente unos impuestos justos, basados en unos valores catastrales correctos. Y todo con la Tarifa a ÉXITO.

Los increíbles éxitos que estamos obteniendo con esta Gestión Catastral integral no se puede entender sin nuestros técnicos de Impuestalia, altamente cualificados y especializados en la revisión de los valores catastrales de los inmuebles hoteleros, que encuentran discrepancias con la realidad de los inmuebles aun estudiándolos tras otras empresas similares.

Tenemos ejemplos de inmuebles estudiados por IMPUESTALIA, que tenían los valores catastrales razonables, pero a los que se le avisó pasado los meses tras haber obtenido resoluciones favorables de otros clientes de las que se podían beneficiar, otros, a los que se le ha avisado de un cambio de normativa que le afectaba, como la publicación de la última ponencia de Barcelona, que ha afectado a numerosos inmuebles y se han visto favorecidos considerablemente por una segunda revisión, y otros, no pocos, que encargaron una segunda revisión a Impuestalia y ya se les ha conseguido reducciones de un 20% de media en las cuotas de IBI.

Fernando Díez, Director de Impuestalia del Sector Hotelero comenta:

"El Sistema de Gestión Catastral integral en Impuestalia se ha podido desarrollar gracias a que contábamos con estos tres puntos fuertes:

- Nuestro equipo jurídico especializado, con el que acumulamos multitud de resoluciones positivas empleadas para repetir el éxito con otros clientes y en otros territorios; entre ellas destacan cuatro por ser resoluciones de interpretación de normativa de gran impacto económico, sólo disponibles para nuestros clientes.

- Nuestros técnicos catastrales, muy especializados, estudian y examinan toda la normativa aplicable, consiguiendo encontrar discrepancias con la realidad donde otros no lo consiguen.

- Nuestro sistema de gestión informático con software propio, desarrollado sin dependencia de un proveedor, que permite seguir al inmueble en el tiempo, cruzándolo con base de datos públicos que nos permite detectar errores."

Nuestra recomendación a todos los propietarios de inmuebles hoteleros para el 2020 es realizar la revisión de los valores catastrales, ponerse en manos de IMPUESTALIA, incluso si ya hubieron realizado una revisión anterior. Nunca es tarde y nunca está de más, sobre todo si no supone ningún coste añadido, como es este caso. No merece la pena pagar más impuestos de los que os corresponden o renunciar a devoluciones de

ingresos indebidos. Estaremos encantados de poder ayudarles a mejorar la rentabilidad de sus negocios.

No podemos terminar sin agradecerles a todos los integrantes del sector hotelero español el tiempo que nos han dedicado y, ponernos a su entera disposición para trabajar decidida y profesionalmente en la Gestión Catastral de sus inmuebles.

Es importante la revisión de los valores catastrales; sería ideal hacerlo cada 2 o 3 años



José María Cobos Gómez
Socio del Departamento Tributario de Garrigues

Incentivos fiscales a la contratación de trabajadores con discapacidad por empresas hoteleras

Tras las sucesivas reformas de los últimos años, apenas quedan incentivos fiscales en el Impuesto sobre Sociedades. Sin embargo, sigue manteniéndose un beneficio fiscal que permite deducir de la cuota de este impuesto entre 9.000 y 12.000 euros por trabajador contratado, en función de su grado de discapacidad. De esta forma,

esta deducción se configura como un interesante instrumento para fomentar la integración laboral de estos empleados y la responsabilidad social de las empresas hoteleras. En el último año, la Dirección General de Tributos ha aclarado algunos aspectos relativos a su aplicación.

Los tributos, además de servir para la obtención de los recursos necesarios para el sostenimiento de los gastos públicos, pueden servir como instrumentos de la política económica general y atender a la realización de los principios y fines contenidos en la Constitución. Dicha finalidad se puede cumplir estableciendo tanto nuevos tributos o gravámenes más elevados para las conductas que se quieran desincentivar como incentivos fiscales para fomentar aquellas conductas que se quieren favorecer. La Ley del Impuesto sobre Sociedades, tras la intensa poda operada en los últimos años, apenas cuenta con incentivos fiscales, por lo que resulta oportuno recordar una de las deducciones que, además de reducir la carga tributaria, permite poner en valor las acciones de responsabilidad social de las empresas hoteleras.

Nos referimos a la deducción por contratación de trabajadores con discapacidad, regulada en el artículo 38 de la Ley 27/2014, de 27 de noviembre, del Impuesto sobre Sociedades. Este incentivo fiscal, orientado a favorecer su integración social y laboral, permite deducir de la cuota los siguientes importes:

a) 9.000 euros por cada persona/año de incremento del promedio de plantilla de trabajadores con discapacidad en un grado igual o superior al 33% e inferior

al 65%, contratados por el contribuyente, experimentado durante el período impositivo, respecto a la plantilla media de trabajadores de la misma naturaleza del período inmediato anterior.

b) 12.000 euros por cada persona/año de incremento del promedio de plantilla de trabajadores con discapacidad en un grado superior al 65%, contratados por el contribuyente, experimentado durante el período impositivo, respecto a la plantilla media de trabajadores de la misma naturaleza del período inmediato anterior.

La Dirección General de Tributos (DGT) ya había aclarado en los últimos años algunas dudas en relación con esta deducción, como que no se ha de distinguir entre minusvalía física o sensorial y psíquica ni entre contratos indefinidos o de carácter temporal (sin perjuicio de que la duración del contrato deba ser tenida en cuenta para el cálculo de la plantilla media en cada ejercicio).

En el último año, la DGT (en su consulta V1044-19) ha aclarado otras cuestiones en relación con la aplicación de esta deducción. En primer lugar, la deducción no solo es de aplicación para trabajadores con contrato

a jornada completa. Se podrán beneficiar tanto trabajadores contratados a jornada completa como trabajadores contratados a jornada parcial, teniendo en cuenta en este último caso la jornada contratada en relación con la jornada completa.

Por otra parte, la Dirección General de Tributos analiza los efectos derivados de las variaciones del grado de discapacidad:

a) Si un empleado deviniera discapacitado de manera sobrevenida, pasará a computar dentro del promedio de la plantilla correspondiente en función de su grado de discapacidad.

b) Por el contrario, en el caso de que un trabajador viera reducido su grado de discapacidad por debajo del 33%, dejará de computarse en el cálculo del promedio.

c) En el caso de que un trabajador pasara de un grado de discapacidad comprendido entre el 33% y el 64% a un grado del 65% o superior (o viceversa), se computará dentro de la plantilla media de cada uno de los colectivos en proporción al tiempo que haya tenido cada grado de discapacidad.

Por último, la consulta analiza dos situaciones particulares atendiendo a determinadas eventualidades que se puedan

poner de manifiesto en relación con los contratos:

a) En el caso de que un trabajador incluido en el promedio de años anteriores pase a estar en situación de excedencia y cause baja en el régimen correspondiente de la Seguridad Social, dejará de computarse en la plantilla media (salvo que se trate de una situación de excedencia que se asimile a la de alta). En sentido contrario, los trabajadores con discapacidad que, como consecuencia de su reingreso, deban causar el alta correspondiente, pasarán a computarse a los efectos del cálculo del promedio de plantilla.

b) Los trabajadores discapacitados que entren a formar parte de una nueva empresa como consecuencia de una sucesión empresarial, podrán computarse a efectos de calcular el incremento del promedio de plantilla de la nueva empresa, dejando de computarse en la empresa transmitente.

Finalmente, es preciso señalar que esta deducción es incompatible con el régimen de libertad de amortización por creación de empleo previsto para las empresas de reducida dimensión.

Este incentivo es, por tanto, una oportunidad para incentivar, mediante un ahorro en el Impuesto sobre Sociedades, las políticas de responsabilidad social dentro del sector hotelero orientadas a la contratación de trabajadores con discapacidad.

No se ha de distinguir entre minusvalía física o sensorial y psíquica ni entre contratos indefinidos o temporales



Sabadell Negocio Turístico



Especialistas en hacer crecer negocios como el suyo.

En Banco Sabadell sabemos que el sector turístico necesita una forma diferente de relacionarse con un banco.

Por ello, Sabadell Negocio Turístico cuenta con un equipo especializado en el Sector Turístico-Hotelero para dar la respuesta más adecuada a sus necesidades financieras, hasta el último detalle. Disponemos de un catálogo de productos y servicios para ofrecerle la solución que mejor se adapte a su negocio: financiación, Renting, Leasing, Factoring, Confirming...

**Compruébelo ahora llamando al 902 323 000,
en cualquiera de nuestras oficinas,
o en www.bancosabadell.com/empresas.**

B Sabadell
Estar donde estés





Carlos Sedano
Asesor Laboral de CEHAT

Grabar con cámara oculta no vulnera derechos con el cambio de criterio

El Tribunal Europeo de Derechos Humanos, en sentencia de 17 de octubre de 2019, ha modificado su criterio y entiende ahora que, en el caso de las cajeras que fueron sorprendidas por la empresa mediante la instalación de cámaras ocultas, hurtando artículos y productos de la empresa, no ha vulnerado el derecho a su vida privada. La instalación de cámaras por la empresa, y la falta de información

a los trabajadores, fue legítima en tanto que se estaban produciendo pérdidas cuantiosas y había sospechas fundadas sobre la actuación de las despedidas. El Estado español no tendrá que indemnizar por daños morales ni tampoco por los honorarios a los letrados de las trabajadoras, revocándose así la sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea.

Hace unos meses el Tribunal de Justicia de la Unión Europea (TJUE) condenó al Estado español a indemnizar con 4.000 euros, y a los honorarios de los letrados de las trabajadoras, a cada una de las empleadas despedidas por una conocida cadena de supermercados, al entender que el Estado, a través de sus órganos judiciales, no había protegido los derechos de imagen y la privacidad de las mismas. Estas habían sido sorprendidas hurtando productos de la empresa, si bien el mecanismo utilizado por la empresa para obtener una prueba eficaz de la existencia de sustracciones de cantidades había sido la instalación de videocámaras ocultas, ante las sospechas previas, de cuya existencia no se había informado a tales empleadas ni a su representación legal en la empresa.

En las sentencias precedentes se habían considerado probados los siguientes hechos: en un supermercado se detectaron diferencias entre el inventario de productos y lo facturado en las cajas; la empresa decidió instalar dos tipos de cámaras, unas visibles y otras ocultas; de la instalación de las segundas no se informó a los empleados ni a sus representantes; las cámaras grabaron a varios trabajadores robando mercancías y ayudando a clientes y a otros empleados de los supermercados a robarlas también; la compañía citó a los empleados que aparecían implicados en los robos, y estos reconocieron su involucración en los hechos; los despidos disciplinarios fueron impugnados ante la jurisdicción social, siendo que los tribunales españoles confirmaron la procedencia de los despidos, entendiendo que la empresa había cumplido el test de proporcionalidad en la utilización de cámaras de seguridad.

El TJUE corrigió en 2018 a nuestros tribunales concluyendo que la medida tomada por la empresa de instalar cámaras ocultas en el supermercado para vigilar a sus trabajadoras, no superaba el test de proporcionalidad y se estaba vulnerando su derecho a la protección de la intimidad, pues se vigiló no a un grupo de trabajadores sospechosos, sino a todas las trabajadoras y la vigilancia se prolongó durante varias semanas abarcando todas las horas de trabajo.

Sin embargo, recurrida que fue dicha sentencia por la Abogacía del Estado español, la Gran Sala del Tribunal Europeo de Derechos Humanos (TEDH) ha fallado, el pasado 17 de octubre, por 14 votos a favor contra 3 en contra, que no ha habido violación alguna del artículo 8 del Convenio

Europeo de Derechos Humanos (CEDH), que regula el derecho al respeto a la vida privada y familiar. Para la Gran Sala, que la empresa acreditara razones legítimas suficientes para acudir, como mejor medio, a instalar cámaras sin cumplir su obligación de información previa (garantía de transparencia), a fin de sorprender a las trabajadoras cometiendo el ilícito, no vulneraría su expectativa de privacidad en los términos del citado artículo 8 CEDH. Señala que, en tales circunstancias, no era razonable que el empleador respetase tal nivel de protección a las empleadas, primando sobre los derechos de éstas las razones del «buen funcionamiento de la empresa», pues no hubo vulneración de su intimidad y se habría tratado de una medida «proporcionada y legítima», en vista de las circunstancias.

Concretamente indica que aunque no cabe aceptar, con carácter general, que las meras sospechas de comisión de delito por las empleadas justifique la instalación de cámaras encubiertas por parte del empleador, la existencia de sospechas razonables

de que se ha cometido una infracción grave, que ha comprometido la propiedad con pérdidas de alcance, puede entenderse que en el presente caso concurre una justificación suficiente. Remarca además que, en el caso analizado, el buen funcionamiento de una empresa estaba en riesgo no solo por la sospecha del mal comportamiento de un solo empleado, sino más bien por la sospecha de una acción concertada por parte de varios empleados, lo que creaba una atmósfera general de desconfianza en el lugar de trabajo.

La Gran Sala del TEDH respalda

así las prácticas de control por cámara oculta; eso sí, solo si se dan ciertos requisitos que convergen con el llamado «test Bărbulescu», en alusión a una reciente sentencia del mismo Tribunal en la que se analizaba la potestad del empresario para indagar, mediante su intervención, la correcta utilización de los medios informáticos empresariales puestos a disposición de los empleados. El llamado «test Bărbulescu» son los requisitos que la jurisprudencia europea ha

estimado deben concurrir para realizar tal intervención.

El TEDH entiende que se cumplió con dicho test de proporcionalidad por los siguientes motivos: 1. existían fundadas sospechas de que se habían cometido irregularidades graves de alcance relevante, pues durante cinco meses se identificaron pérdidas de hasta 25.000 euros; 2. la videovigilancia no abarcó toda la tienda, sino que se centró en las zonas donde se atendía al público, alejadas de las cajas, respetando zonas privadas como pasillos internos, baños o vestidores; 3. por lo que se refiere al alcance de la medida a lo largo del tiempo, la duración de la vigilancia por videocámara, en realidad duró diez días y cesó tan pronto como se identificó a los empleados responsables. Por lo que la duración del seguimiento no fue excesiva en sí misma. El tribunal también destaca que las recurrentes no utilizaron las vías disponibles para denunciar las grabaciones ante las autoridades en materia de protección de datos.

Por medio de la presente sentencia, contra la que no cabe recurso, la Gran Sala del TEDH cambia su propio criterio anterior y se alinea con lo establecido anteriormente por nuestros tribunales.

El mecanismo utilizado para obtener una prueba había sido la instalación de videocámaras ocultas



INFORME SUBVENCIONES Y AYUDAS DIRECTO CONSULTORES 2020

Hay que aprovechar la oportunidad

Las negociaciones iniciadas en Bruselas para el nuevo periodo presupuestario europeo 2021-2027, nos llevan a prever una reducción significativa de fondos y por tanto, a un endurecimiento

en las condiciones de aprobación. Para reducir este riesgo recomendamos a todos nuestros clientes la presentación anticipada en este año de las inversiones a realizar en los próximos años.

El Consejo Europeo, en una primera ronda de negociaciones con vistas a establecer el nuevo periodo presupuestario europeo 2021-2027 ya está hablando de un recorte del 12% de los fondos estructurales y de inversión, y en estas cifras no se estaba teniendo en cuenta el efecto del Brexit, que con toda seguridad, supondrá un mayor tijeretazo a los fondos.

Sin embargo, el año 2020 se presenta con muy buenas expectativas desde el punto de vista de acceso a subvenciones gracias a alta disponibilidad de fondos que aún quedan por aplicar del actual periodo 2017-2020, y los altos porcentajes que se están aplicando a cada proyecto de inversión subvencionado.

Ante estas dos cuestiones, desde Dyrecto estamos recomendando a las empresas que tengan previsto llevar a cabo un proyecto de inversión, **iniciar el proceso de solicitud de los incentivos regionales de forma inmediata, y os explico el porqué:**

- Primero; Para disponer de una resolución favorable de subvención los proyectos tienen que haber sido valorados antes del 31/12/2020, ya que en esa fecha termina el actual periodo presupuestario.

- Segundo; La AAPP para tramitar un expediente de subvención necesita entre 7-12 meses desde que se inicia la solicitud de subvención

- Tercero; En base a los puntos anteriores, solicitar de forma inmediata significa que minimizas el riesgo de no recibir subvención por no llegar a tiempo.

- Cuarto; porque cuanto antes se tenga respuesta por parte de la AAPP más dinero se obtiene. El presupuesto se va repartiendo a medida que se van aprobando proyectos, por lo que los últimos que lleguen a la tarta se encontrarán con muy poco pastel para repartir.

- Quinto; Los incentivos regionales permiten que los solicitemos ahora, independientemente de que la fecha de inicio de las inversiones sea incluso en el año 2021 o 2022.

- Por último, todas las inversiones que se hagan a partir de la fecha de solicitud de la subvención serán subvencionadas.

Quiero recordar que los IER (Incentivos Económicos Regionales) son la principal línea de subvención procedente de Fondos Feder para impulsar proyectos de construcción de nuevos establecimientos (hoteleros e industriales) y de modernización o ampliación de los ya existentes, ya que a diferencia de otro tipo de ayudas o subvenciones, que sólo se aplican sobre determinadas inversiones, como el ahorro energético, o las certificaciones de calidad, los IER se aplican sobre toda la inversión que se vaya a realizar, obra civil, mobiliario, equipamiento, honorarios técnicos, instalaciones...

Estas subvenciones se unen a las más de 100 posibilidades con las que puede contar un proyecto de inversión turística,

LOS INCENTIVOS REGIONALES PARA EL TURISMO - EVOLUCIÓN ANUAL													
Evolución Anual	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Número proyectos aprobados	101	57	29	38	16	13	28	7	16	15	28	46	20
Inversión aprobada (millones de euros)	825	384	113	239	97	62	243	72	83	217	278	165,2	194,4
Subvención concedida (millones de euros)	48	44	16	28	10	11	38	9	15	39,6	45,5	34,4	42,4
% subvención media por proyecto	5,8%	11,5%	14,5%	11,7%	10,2%	18,5%	15,5%	12,5%	17,9%	20%	16,4%	20,8%	21,8%
Empleo a crear	2.557	1.281	307	795	261	123	638	270	172	271	448	298	555

Fuente: Dyrecto Consultores (elaboración propia). * Datos a 17 de Diciembre de 2019.

que van desde la subvención a fondo perdido, hasta el capital riesgo o financiación pública en condiciones preferentes.

Ayudas para la internacionalización y expansión de las empresas turísticas en 2020

En otro orden de cosas, comentar que la Administración pública española quiere durante el 2020 potenciar las inversiones turísticas que se realicen fuera de España. Para ello va a continuar aplicando reformas a los instrumentos de ayuda a la internacionalización y expansión de las empresas.

También está previsto la mejora en cuanto a las condiciones ofrecidas por algunos de los instrumentos ya existentes como el Fondo para la Internacionalización de la Empresa (FIEM).

Queremos recordar que estas posibilidades unidas a otras opciones que existen en el exterior a través de organismos multilaterales y bilaterales de ayuda al desarrollo, va a suponer vías para que las empresas complementen la financiación bancaria tradicional o incluso recuperen vía subvenciones parte de las inversiones realizadas.

El preanálisis de cada operación, así como el contar con asistencia técnica y especializada para determinar desde el primer momento las posibilidades que tiene una inversión y las mejores vías para optimizarlas, es de vital importancia, ya que en función de las opciones que se tengan se podrá definir la mejor la estrategia y para ello Dyrecto cuenta con un departamento específico destinado a asesorar este tipo de operaciones.

Los Incentivos regionales (Feder) durante el año 2019

Dada la importancia que para el sector tienen estas subvenciones, Dyrecto elabora todos los años el estudio de los resultados

conseguidos por el sector turístico en los Incentivos Económicos Regionales y cuya principales conclusiones son:

El 2019 Se cierra con el porcentaje de subvención medio más alto concedido desde la existencia de los IER, alcanzando el 21,8% de subvención aprobada. Este porcentaje lo alcanza cada empresa en función a la valoración técnica que realizan cuatro administraciones.

Se han aprobado un total de 20 proyectos turísticos, la mitad que en 2018, proyectos localizados en 6 comunidades autónomas.

La inversión total subvencionada es de 194.468.261 euros, y el importe total de dinero repartido asciende a 42.4 millones de euros

De estos 20 proyectos, 17 corresponde a hoteles, y el resto a otro tipo de inversiones turísticas como un parque temático o un centro deportivo especializado en fútbol.

De los proyectos hoteleros, las modernizaciones o ampliaciones de establecimientos existentes suponen el 40% de las aprobaciones conseguidas.

Cada vez es mayor la dificultad con la que se encuentran las empresas para acceder a esta subvención, el motivo es el incremento de las solicitudes y el endurecimiento de los criterios de elegibilidad de un proyecto.

Dyrecto consultores mantiene su posición de liderazgo en las gestión de estas subvenciones, acumulando una cuota de mercado del 91% de la subvención concedida por esta línea a inversiones turísticas hoteleras. Entre estas inversiones se encuentra el mayor proyecto subvencionado del sector (más de 44 millones de euros de inversión), el que más subvención ha obtenido (10.3 millones de euros) y el que mayor porcentaje ha obtenido con un 31%.

La experiencia y el conocimiento interno de Dyrecto, unido a la realización de un seguimiento intenso y continuo

tanto de la sociedad, de la inversión objeto de la subvención, así como del expediente a lo largo de su camino por la Administración y el contacto con los técnicos que analizan el proyecto, permiten la definición de una estrategia adecuada al proyecto de inversión y particularizada a las características de la sociedad solicitante y, así, evitar problemas y retrasos en el futuro o la posible denegación del proyecto. Buscamos ser proactivos, agilizar los trámites administrativos y, en suma, la maximización de la subvención conseguida en el menor tiempo posible.

Fieles a nuestra cita en FITUR, Dyrecto consultores estará presente en el stand 10 F 36, con reuniones previamente solicitadas para aquellas empresas que vayan a realizar inversiones en los próximos cuatro años. Los interesados con cita previa tendrán la posibilidad de solicitar una reunión con un experto y realizar un preanálisis de las posibilidades reales de obtener financiación, ayudas o subvenciones tanto en España como en el extranjero.



David Hoys, director de Consultoría.



Hortensio Santos
Abogado de Tourism & Law

El fomento de la equidad y la transparencia en la intermediación en línea

Internet se ha convertido en un verdadero mercado en el que encontrar todo tipo de bienes y servicios; mercado que, en general, no está sujeto a formalidades, horarios o limitaciones geográficas, y en el que consumidores y usuarios interactúan con

proveedores de bienes y servicios, directamente, o con la intermediación de terceros, en un espacio que no parece tener límites, siendo por ello una herramienta indispensable para el crecimiento económico.

En los últimos años han aparecido numerosas empresas que, sabiendo de las infinitas posibilidades que permite el mercado online, ofrecen sus servicios como intermediadores, bien directamente con el consumidor final o, indirectamente, a través de herramientas de búsqueda, a todo tipo de profesionales, convirtiéndose así en un factor indispensable para acceder a estos nuevos modelos de negocio.

Plataformas como “Booking”, “Expedia” o “Trivago”, en el ámbito de la intermediación en línea, o “Google”, “Ask” o “MSN Search”, como motores de búsqueda, son ejemplos de este tipo de proveedores que permiten centralizar, en cierto modo, la publicitación y contratación de servicios y bienes. Ahora bien, la dependencia que puede crearse alrededor de este tipo de proveedores por parte de los profesionales ha dado lugar a prácticas poco transparentes, desleales y contrarias a las buenas conductas comerciales, lo que ha motivado su intervención a través de una regulación específica.

Esta es la finalidad última del Reglamento de la Unión Europea 2019/1150 del Parlamento Europeo y del Consejo, sobre el fomento de la equidad y transparencia para los usuarios profesionales de servicios de intermediación en línea, el cual comenzará a aplicarse a partir del día 12 de julio de 2020, y que tiene por objetivo el de terminar con las prácticas a las que antes hacíamos mención, causadas por la posición dominante de la que gozan los proveedores de los servicios de intermediación en línea, quienes pueden actuar de manera unilateral e injusta, perjudicando los intereses legítimos de los profesionales usuarios de este tipo de servicios.

El Reglamento fija el mercado interior europeo como base para su aplicación, de manera que sus disposiciones serán obligatorias aun cuando los proveedores de servicios de intermediación online y motores de búsqueda online no estén establecidos en la Unión Europea; bastará con que el usuario profesional lo esté siempre que ofrezca sus servicios a consumidores o usuarios situados en la Unión, al menos durante una parte de la transacción.

Las principales novedades que trae este Reglamento son las siguientes:

En primer lugar, las condiciones generales aplicables a las relaciones entre proveedores de servicios de intermediación en línea y motores de búsqueda de un lado, y usuarios profesionales de otro, han de ser redactadas de manera, sencilla y comprensible, debiendo estar disponibles en todo el proceso de la relación comercial, tanto en la fase precontractual como en la fase de

contratación. Entre ellas, se debe incluir de una manera detallada la regulación dada a los derechos de propiedad industrial e intelectual, especialmente en lo que se refiere a su titularidad y control. Las condiciones que no sean lo suficientemente claras o precisas serán nulas de pleno derecho, y, por lo tanto, habrán de ser consideradas como si nunca hubieran existido.

Por otro lado, las modificaciones de estas condiciones deben preavisarse con un tiempo de antelación suficiente, y en cualquier caso en un periodo no inferior a quince días. El usuario podrá poner fin a su relación con el proveedor dentro de los quince días siguientes a la notificación de la modificación para el caso de que la misma no se adecúe a sus intereses.

En segundo lugar, en caso de que el proveedor de servicios de intermediación en línea decida restringir o suspender la prestación de los mismos al usuario profesional, deberá comunicar con carácter previo tal decisión, y deberá ofrecer la motivación que fundamenta la misma. Si la decisión consiste en la terminación de la relación, dicha decisión, igualmente motivada, debe ser preavisada con al menos treinta días de antelación a la fecha en la que haya de surtir efecto. Con carácter previo, el proveedor de los servicios de intermediación en línea deberá ofrecer al usuario profesional la oportunidad de aclarar los hechos y circunstancias que han dado lugar a la adopción de tal medida. Dicho plazo no será aplicable en caso de que la decisión se deba a una obligación legal o reglamentaria, o el proveedor pueda demostrar que el usuario profesional ha infringido reiteradamente las condiciones generales que regulan la relación.

En tercer lugar, los proveedores de servicios de intermediación en línea y proveedores de motores de búsqueda en línea deben señalar en sus condiciones generales los parámetros que rigen el sistema de clasificación de los usuarios profesionales, incluida la posibilidad de que la clasificación sea alterada mediante el pago de un precio.

En cuarto lugar, los proveedores de servicios de intermediación en línea deberán contar con un sistema interno de tramitación de reclamaciones, de gestión directa o a través de terceros, para dar respuesta a las reclamaciones que formulen los usuarios profesionales, basada en los principios de transparencia e igualdad de trato; dicho

sistema ha de solventar cuestiones como los posibles incumplimientos realizados por el proveedor, problemas tecnológicos relacionados con la prestación del servicio de intermediación en línea, o las medidas que hayan sido adoptadas por el proveedor contrarias al Reglamento.

El Reglamento no queda ahí; uno de sus aspectos más relevantes es el de que los Estados miembros puedan designar o crear organismo públicos que se encarguen de defender los intereses de los usuarios profesionales mediante la posibilidad de interponer demandas ante los órganos judiciales del país. El Reglamento entiende que la falta de recursos financieros, el miedo a represalias, o las cláusulas que rigen la relación contractual pueden ser un obstáculo para que el usuario decida defender sus intereses directamente.

Sin embargo, el Reglamento no solo reconoce la legitimación a dichas entidades; también cualquier organización y asociación que posea interés legítimo de representación de usuarios profesionales tendrá reconocida dicha capacidad, lo que le permitirá interponer acciones ante los órganos jurisdiccionales con el objetivo de impedir o prohibir cualquier incumplimiento de sus disposiciones.

Para que las organizaciones y asociaciones gocen de esta legitimación deben cumplir los siguientes requisitos:

- Estar correctamente constituidas conforme al Derecho del Estado miembro que les resulte de aplicación.

- Perseguir objetivos de forma continuada que corresponden al interés colectivo del grupo de usuarios profesionales de servicios de intermediación en línea, lo que excluye a asociaciones y organizaciones creadas específicamente para tal fin.

- No tener ánimo de lucro.

- No estar influidas desde un punto de vista financiero por un proveedor de servicios de intermediación en línea o de motores de búsqueda en línea. Para cumplir con este último requisito dichas organizaciones y asociaciones deberán tener publicado íntegramente la información relativa a sus miembros y fuentes de financiación. Los órganos judiciales deberán velar por que dichos requisitos se cumplan.

Debemos recordar que en nuestro ordenamiento jurídico, la legitimación está regulada en la Ley 1/2000, de 7 de enero, de Enjuiciamiento Civil, en sus artículos 10 y 11. Hasta ahora, solo las organizaciones

de consumidores y usuarios constituidos para la defensa de los derechos e intereses de estos, así como las asociaciones cuya finalidad sea la de velar por la igualdad de trato entre hombres y mujeres venían teniendo legitimación para la salvaguarda de los intereses de sus asociados; a partir del día 12 de julio de 2020 se les unirán aquellas asociaciones y organizaciones que defiendan los intereses de profesionales, usuarios de servicios de intermediación en línea, en lo relativo al cumplimiento de lo dispuesto en el Reglamento 2019/1150.

Para una mayor coherencia e integridad de nuestro ordenamiento jurídico, sería deseable que nuestra Ley de Enjuiciamiento Civil fuera modificada para incluir tal reconocimiento. Dada la situación política en la que nos encontramos, con paralización absoluta de la actividad normativa, con numerosos textos comunitarios pendientes de adaptación, y con advertencias por parte de la Comisión Europea por incumplir plazos de transposición, parece difícil que tal modificación vaya a tener lugar de manera inmediata.

Ahora bien, no será necesario que la legitimación venga reconocida por una norma nacional, ya que cualquier reglamento europeo tiene eficacia directa, y, como tal, podrá ser invocado directamente por los particulares, no sólo por las personas físicas y jurídicas, sino también por las asociaciones y organizaciones que defiendan intereses de usuarios profesionales.

Por ello, a partir del 12 de julio de 2020, las asociaciones y organizaciones que entiendan que sus asociados sufren prácticas contrarias al Reglamento 2019/1150 por parte de los proveedores de servicios de intermediación en línea, y motores de búsqueda en línea, podrán acudir directamente a los tribunales para denunciar tales prácticas. Tal reconocimiento no es sino una manifestación de la tendencia actual que viene ampliando, si bien tímidamente, el sistema de protección con el que cuentan los consumidores y usuarios, en la creencia de que, ante un mercado cada vez más globalizado y en el que el margen de negociación resulta pequeño, los profesionales también deben ser protegidos ante prácticas contrarias a los buenos usos las relaciones comerciales y a la libre competencia.

Será preciso esperar al seguimiento que el propio Reglamento encomienda a la Comisión Europea para verificar que su aplicación cumple con los objetivos marcados y, calibrar su repercusión en las transacciones comerciales en línea, en la espera de que las mismas se desarrollen en un marco competitivo, justo y transparente.

La dependencia de ciertos proveedores online ha dado lugar a prácticas poco transparentes

HOSTELCO

THE HOTEL & RESTAURANT TRADE SHOW



Fira Barcelona

Alimentaria Exhibitions

20-23 ABRIL 2020
RECINTO GRAN VIA

www.hostelco.com

#hostelco     



FOCUS ON HOSPITALITY BUSINESS

Co-located event



Coorganizador:



La igualdad entre sexos en el ámbito laboral, ¿política o realidad?

Con la entrada en vigor del Real Decreto-ley 6/2019, de 1 de marzo, de medidas urgentes para garantía de la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres en el empleo y la ocupación, se ha vuelto a poner de manifiesto, una vez más, la preocupación real, o al menos aparente, que existe en el seno de los poderes públicos acerca de esta delicada cuestión.

Y tal es así, que se ha considerado por parte de los legisladores en ese momento, la concurrencia de los requisitos constitucionales de extraordinaria y urgente necesidad, necesarios para la utilización de la figura jurídica con rango de ley, como es el Real Decreto-ley, recogida constitucionalmente, para la regulación de las obligaciones en esta materia.

Por tanto, la obligación de no discriminación sexual y por razón de sexo en el ámbito laboral ya está prevista, es más, ya estaba prevista anteriormente en otros términos, si no iguales, parecidos. Ahora son las empresas quienes deben cumplir su parte, que no es otra que poner en marcha lo recogido legalmente.

Pero no sólo las empresas, también los mecanismos de control previstos para el cumplimiento de la norma, cualquiera que sea, deben tomar partida y adentrarse en esta cuestión, la cual con el paso de los años, y pese a los intentos de frenarlo, no deja de ser una lacra social.

Y es que resulta complicado creer en un futuro esperanzador teniendo en cuenta varios factores que rodean esta materia y que tienen que ver principalmente con dos: el período electoral en el que este Real Decreto-ley ha sido promulgado, así como la persistencia de la desigualdad en el ámbito laboral a lo largo del tiempo y a pesar de los numerosos esfuerzos por erradicarla.

Es llamativo a ojos de cualquier persona que pese a los avances acaecidos al res-

pecto, los resultados anuales en materia de discriminación, directa o indirecta, salarial, por razón sexual o por razón de sexo, así como en el acceso al empleo, en este ámbito, sigan siendo parecidos sin que los pasos dados hacia delante apenas se aprecien.

Como avanzaba, resulta dudosa la fórmula empleada por el legislador, el Real Decreto-ley, para dictar una norma que modificó sustancialmente a principios de este año casi todas las obligaciones en materia de igualdad, las cuales ya existían en el seno del ámbito empresarial. Resulta llamativo que tras un período de ocho meses de mandato, sea la cuestión de desigualdad en el empleo y la ocupación, un asunto de extrema y urgente necesidad justamente en el período electoral. Cabe recordar que esta norma se publicó en el Boletín Oficial del Estado el jueves 7 de marzo de 2019, y se habían convocado elecciones generales el 15 de febrero de ese mismo mes para su celebración en abril. ¿Se trataba entonces de un asunto de Estado realmente tan preocupante para esos poderes públicos?

Por otro lado, pese a la promulgación de esta ley, los mecanismos de control al respecto no sufrieron cambio alguno, o al menos, de gran calado. Se pretendían modificar los resultados dejando intactos los medios.

Efectivamente, y haciendo un resumen desde la aprobación de la Ley Orgánica de Igualdad en 2007, los medios han sido intervenidos, y son varias las evidencias de ello. Otra cuestión diferente es si lo han sido suficientemente como para demostrar la realidad de esa preocupación a la que hacía mención en párrafos previos.

El endurecimiento de sanciones, la pérdida de bonificaciones y beneficios por

no cumplir los planes de igualdad, el Plan Integrado de Actuación de la Inspección de Trabajo y Seguridad Social 2008-2010 para un mayor control efectivo de esa desigualdad, la Instrucción 3/2011, sobre actuaciones de la Inspección de Trabajo y Seguridad Social para la vigilancia en las empresas de la igualdad efectiva entre mujeres y hombres y el Plan Estratégico de Inspección de Trabajo y Seguridad Social 2018-2020 para asegurar el cumplimiento de las normas de igualdad y no discriminación, son, entre otros, la manifestación de esos esfuerzos por salvaguardar la posición de la mujer en el plano estrictamente laboral.

Lo que no se discute bajo ningún concepto es que el papel de la Inspección de Trabajo y Seguridad Social, y su impulso por el Ministerio de Trabajo, Migraciones y Seguridad Social, es fundamental. Y así lo ha reseñado en numerosas ocasiones la propia Organización Internacional del Trabajo.

Y lo es más en estos momentos cuando parece que por fin se ha decidido que su actuación comprobatoria en materia de igualdad verse, en parte, en la comprobación real de lo que genera la preocupación real y que da lugar, por ejemplo, a la tan utilizada denominación “brecha salarial”, entre otras consecuencias.

Utilizando a organismos públicos como la Tesorería General de la Seguridad Social y la Agencia Tributaria, se han comenzado a cruzar datos de las personas trabajadoras de las empresas para detectar así los casos de diferencias salariales que precisan de la intervención de las medidas recientemente promulgadas, para de esta manera, ser atajadas cuanto antes.

Con el nuevo escenario político que, aún con enormes dudas, parece vislumbrarse, y continuando con el sendero ya iniciado, no cabe duda que las actuaciones por parte de la Inspección de Trabajo y Seguridad Social en materia de igualdad seguirán siendo prioritarias frente a cualquier otra. Y es que, tal y como refleja el propio Informe anual de la Inspección de Trabajo y Seguridad Social 2018 publicado el pasado 26 de noviembre, “las actuaciones específicas en materia de igualdad, se han incrementado notablemente [...] de manera especial en relación con los derechos de conciliación de la vida familiar y laboral pasando de 598 en 2017 a 1081 en 2018, lo que supone un aumento de un 80,76%. Asimismo, y si bien las actuaciones globales en igualdad en 2018 se han mantenido en términos equivalentes respecto a 2017, es de destacar el importante incremento de las sanciones propuestas como consecuencia de las mismas, un 54,17% más, pasando de 96 en 2017 a 148 en 2018”.

Ante este escenario, las compañías, inmersas en un sinfín de obligaciones, desbordadas por la cantidad de normas promulgadas a lo largo de este año 2019, se han visto obligadas a recurrir a la ayuda externa de empresas especializadas que las ayuden a actualizarse, en concreto, en todas y cada una de las obligaciones en materia de igualdad recientemente dictadas.

Queda por tanto, un largo camino por recorrer, con el único objetivo de eliminar, o al menos, reducir, las desigualdades puestas “encima de la mesa” entre mujeres y hombres, sacadas a la luz por la legislación actual y las herramientas de control de las que goza la Inspección de Trabajo y Seguridad Social.

Ángela López Jiménez
Abogada de Fiabilis

La obligación de no discriminación sexual y por razón de sexo en el ámbito laboral ya está prevista



Baleares y Madrid, principales focos de la inversión en reformas hoteleras

Las Islas Baleares son el principal destino de la inversión en reformas hoteleras y nuevos hoteles en construcción, con 403 millones de euros invertidos en 2019, seguidas de Madrid (382 millones de euros). Ambas plazas suponen el 42% del volumen total invertido, según el nuevo informe H | REFCON 2019, publicado por Colliers International, que analiza tanto la inversión en reformas hoteleras como aquella destinada a la construcción de hoteles de nueva planta.

A lo largo de 2019 se han registrado actuaciones en cerca de 46.000 habitaciones hoteleras y por segundo año consecutivo, España cerrará el ejercicio con una cifra destinada a reformas hoteleras y construcción de nuevos hoteles próxima a los 2.000 millones de euros, de los cuales el 50% se concentran en hoteles de nueva planta.

El segmento urbano continúa ganando peso, la inversión destinada a este segmento no ha dejado de crecer desde 2016, registrando un crecimiento medio anual del 40% en los últimos 3 años. Las razones fundamentales de ese crecimiento sostenido son la entrada de grandes

VOLUMEN DE INVERSIÓN POR GRADO DE INTERVENCIÓN 2019 (M€)



EVOLUCIÓN VOLUMEN TOTAL INVERSIÓN (M€)



marcas internacionales, los proyectos de obra nueva en zonas no céntricas y la reconversión de edificios de oficinas en las zonas centro. En 2019 el segmento urbano representa ya el 44% de la inversión total en reformas hoteleras y nuevos hoteles en construcción.

Los proyectos de reforma más relevantes de este año han sido, en el segmento urbano, el Riu Plaza de España, Four Seasons Canalejas, Nobu Barcelona, Aloft Gran Vía o el Pestana de Plaza Mayor en Madrid, mientras que en el vacacional, destacan especialmente las reconversiones u obra nueva del H10 Atlantic en Tenerife, Curio Higuerón en Fuengirola o el Hotel Bless Ibiza.

“Teniendo en cuenta la inversión prevista para los próximos años y en línea con el creciente interés inversor, se espera que esta tendencia hacia la cualificación y renovación de la oferta hotelera continúe en el medio plazo. Solo teniendo en consideración las reformas y nuevas construcciones ya anunciadas tenemos registrada una inversión de 5.740 millones de euros para los próximos años, de los que 2.300 Millones ocurrirán en 2020” -- señala Laura Hernando, Managing Director de Hoteles de Colliers International.

IBIZA DOGMA
100 KM. DE AUTONOMÍA POR 5 CÉNTIMOS
 WWW.LITTUMBYKAOS.COM

mentorDay celebra en Tenerife un programa de aceleración para empresas del sector turístico

mentorDay presentará en FITUR, en su stand 10 F 36, la edición número 49 de su programa de aceleración, que ha conseguido impulsar más de 460 empresas. Las empresas seleccionadas para esta nueva edición podrán acceder a 80 fuentes de financiación y a presentar sus proyectos ante los inversores más activos del

sector. Los proyectos turísticos finalistas podrán disfrutar del acompañamiento de un mentor durante un año, seleccionado en la mayor red del mundo YBS/YBI. El programa comenzará en Tenerife del 3 al 7 de febrero y reunirá proyectos de todo el mundo para impulsarlos durante cinco días intensos.

Santa Cruz de Tenerife, 24 de diciembre de 2019.- El turismo será la temática sobre la que verse la nueva convocatoria prevista del 3 al 7 de febrero de 2019 que reunirá en Santa Cruz de Tenerife a los proyectos turísticos más innovadores del mundo.

En este programa gratuito sólo podrán acceder un total de quince proyectos que serán seleccionados entre todas las solicitudes recibidas antes del próximo 27 de enero. Las empresas interesadas en participar en el proceso de selección tienen que registrarse a través de la web www.mentorday.es. Al tratarse de plazas tan limitadas, participarán los primeros proyectos inscritos que completen con éxito este proceso.

Cada empresa seleccionada con sus respectivos proyectos innovadores, contarán durante los 5 días intensos que dura el programa con el apoyo de 70 expertos especialistas seleccionados entre más de 450 colaboradores, que revisarán individualmente cada proyecto y recibirán asesoramiento gratuito e información sobre fiscalidad, ventas y marketing, entre otras muchas cuestiones.

Así mismo tendrán la oportunidad de participar en sesiones con formatos de speed mentoring como es el caso del mentor Financia donde los participantes se sentarán con un grupo de Financiadores, como por ejemplo Sodacan, Red Cide, Novicap, Why Tenerife, ZEC, ICO, Ecija o CaixaBank, entre otros.

Además, cuatro de estas startups, tendrán acceso al foro de inversión de Mentor Coinvierte, que cuenta con la presencia de importantes fondos de inversión tales



como Syntonize, Equiteq o Lanzadera, así como de otros inversores activos privados o Business Angels.

Una vez concluido el programa, las empresas participantes recibirán un acta con los diferentes regalos y premios que conceden diferentes colaboradores y todas ellas optarán al acompañamiento de un Mentor durante un año, seleccionado de la mayor red del mundo, Youth Business International a la cual pertenece mentorDay.

Es requisito imprescindible para estas empresas, asistir de manera presencial, algo que no ha sido impedimento para muchas startups nacionales e internacionales, principalmente procedentes de LATAM que han pasado a ser más del 50% de las empresas impulsadas por mentorDay en los últimos 12 meses.

Canarias en general y Tenerife, en particular es considerado para los empresarios como el lugar idóneo para la puesta en marcha o expansión de sus negocios, tal y como se deduce tras el interés mostrado por las más de 460 empresas que ya han

participado en las 48 ediciones organizadas por mentorDay, así como por el incremento en el número de solicitudes recibidas a este programa que han pasado de 100 a 300 inscripciones mensuales en el último año.

En declaraciones del fundador y presidente de mentorDay, Jaime Cavero, “no existe ninguna otra región emprendedora que haya conseguido reunir a tantos profesionales dispuestos a prestar su apoyo gratuito y voluntario a los emprendedores. Y gracias a este arduo trabajo que ya llevamos años haciendo para incrementar y mejorar el emprendimiento en Canarias, el último estudio de la Fundación de Cajas de Ahorros sobre este sector nos ha incluido como la primera aceleradora en empresas graduadas de España y la tercera como entidad sin ánimo de lucro”. “Nos sentimos verdaderamente orgullosos del trabajo que realizamos –añade Cavero-, pues no en vano, Tenerife se ha convertido en uno de los principales hub de España para el emprendimiento, pues cuenta con las condiciones únicas: ventajas fiscales, el

clima, la seguridad y el nivel tecnológico que tiene y que favorece que las startups de otras regiones y otros países abran sus negocios en la isla”.

MentorDay es la primera aceleradora privada e independiente de España sin ánimo de lucro, y está formada por más de 450 empresarios y profesionales voluntarios. Acumula más de 25 años de experiencia ayudando a emprendedores, y ya lleva 48 ediciones de aceleración realizadas con gran éxito, pues ha facilitado la puesta en marcha de más de 460 nuevas empresas y ha atendido a más de 2.500 emprendedores de 17 países. Es de participación gratuita y el objetivo es que los emprendedores lancen con éxito sus empresas para crear empleo de calidad y que las mismas perduren en el tiempo.

Colaboración con la CEHAT e ITH

Dyrecto y mentorDay mantienen una estrecha relación desde hace años con la CEHAT, Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos a quienes asesora en materia de subvenciones, tanto a la propia confederación como a todos sus asociados.

Así mismo ocurre con el ITH, Instituto Tecnológico Hotelero para quienes Dyrecto ha diseñado durante dos años un mapa de ayudas y subvenciones. Cabe destacar además, que el ITH ha participado en el Programa de Aceleración dedicado al turismo en las últimas ediciones, entregando premios a las startups participantes.

Dyrecto y mentorDay mantendrán en FITUR encuentros de trabajo con ambas organizaciones para planificar la estrategia de colaboración a consolidar en este 2020.



Schindler renueva su contrato de colaboración con CEHAT

Schindler, multinacional suiza de ascensores y escaleras mecánicas y CEHAT, Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos, han renovado el acuerdo por el que la empresa de transporte vertical sigue siendo socio colaborador de la confederación, con el objetivo de continuar aunando sus trabajos para mejorar sus servicios y ampliar las novedades en el sector hotelero.

Un año después desde que se firmara el primer acuerdo, Schindler Iberia acaba de renovar su alianza de colaboración con CEHAT, Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos, como socio colaborador de la confederación gracias al éxito obtenido. A través de este convenio, las empresas asociadas a CEHAT pueden

seguir conociendo el trabajo y las novedades del sector hotelero para aportar sus servicios.

De este modo, CEHAT sigue contando como socio colaborador con una compañía como Schindler, multinacional de referencia en la fabricación, instalación, mantenimiento y modernización de ascensores y andenes móviles, y líder mundial en el sector de las escaleras mecánicas.

El acuerdo fue suscrito por Juan Molas, presidente de CEHAT, y por Antonio Baldellou, director de Instalaciones Existentes y Modernizaciones Iberia, junto a Manuel Jiménez, director de Nuevas Instalaciones y Marketing Iberia quienes quisieron volver a destacar que este refuerzo en el compromiso de las dos instituciones es la mejor vía para continuar progresando

entre sectores y seguir marcando nuevas metas que hagan más fáciles y cómodas las actividades hoteleras.

Sobre Schindler

Fundado en Suiza en 1874, el Grupo Schindler es uno de los líderes mundiales en el sector de ascensores, escaleras mecánicas y otros servicios relacionados con el transporte vertical. Las soluciones de movilidad urbana de Schindler transportan diariamente a mil millones de personas en todo el mundo. Tras el éxito de la compañía se encuentran los más de 60.000 empleados presentes en más de 100 países.



Tinsa renueva su acuerdo de colaboración con la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos

Tinsa Tasaciones Inmobiliarias, la compañía líder en valoración, asesoramiento y big data inmobiliario en Europa y Latinoamérica, ha renovado su acuerdo de colaboración con

Tinsa se convirtió en Socio Colaborador de CEHAT a finales de 2017. Desde entonces, ha realizado más de 4.300 valoraciones de activos turísticos en España y ha trabajado con casi 350 compañías del sector. “El mundo de la valoración inmobiliaria debe discurrir en paralelo a la evolución del sector. Estos dos últimos años hemos trabajado muy de la mano con las empresas turísticas y hoteleras, hemos intercambiado experiencia y conocimiento y estamos seguros de que podemos seguir aportando valor a través de la especialización y nuestro background de indicadores y datos del sector hotelero e in-

mobiliario”, afirma David Paramio, director de Consultoría Inmobiliaria y responsable de la división hotelera de Tinsa.

Como en años anteriores, fruto de este acuerdo de colaboración, Tinsa ofrece a los socios de la CEHAT importantes descuentos en todos sus productos y servicios, desde la valoración (ECO, RICS e IVS) y los estudios de viabilidad de inmuebles para distintas finalidades y bajo diferentes estándares, hasta valoraciones de negocios, trabajos de consultoría energética o la monitorización de construcciones edificatorias (Project Monitoring).

la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) para seguir trabajando conjuntamente, por tercer año consecutivo, en el desarrollo del sector hotelero.

Tinsa presta servicio en todas las provincias españolas a través de su red de delegaciones y un extenso equipo de más de 1.300 técnicos locales ampliamente formados y experimentados. Además, tiene una potente implantación en Latinoamérica, con oficinas en Argentina,

Chile, Colombia, Ecuador, México y Perú, desde donde da cobertura a otros países del continente, como República Dominicana, Jamaica o EEUU. En Europa, Tinsa tiene sedes en Portugal, Países Bajos, Alemania, Bélgica e Italia. También cuenta con oficinas en Marruecos.



American Express - Una marca que insta confianza

American Express es una de las marcas más reconocidas de servicios financieros en todo el mundo. Desde sus inicios en el siglo XIX, ha estado vinculada estrechamente con la industria del viaje, transformándose no solo en una marca reconocida por su seguridad y servicio premium, sino en símbolo del turismo de calidad. Hoy en día American Express opera en más de 170 países procesando millones de transacciones con más de 110 millones de tarjetas a nivel mundial y procesa al año más de 1 billón de dólares a través de su red global de Establecimientos afiliados.

Para la Compañía, el sector hotelero en particular es una industria estratégica, tanto a nivel internacional como en España, y puesto que la marca ha sido históricamente tan ligada al mundo del viaje y los hoteles, resulta un gran atractivo para atraer titulares - personales y de empresa, tanto locales como internacionales, con un alto poder de gasto, a visitar establecimientos que aceptan la tarjeta. De hecho, los Titulares American Express españoles gastan 3,6 veces más anualmente que el gasto medio anual con tarjetas de crédito y cargo en España.

American Express en el sector hotelero

El objetivo en España es convertirse un aliado imprescindible para los hoteles, y con este fin se ha firmado recientemente con la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) un acuerdo de colaboración para potenciar el apoyo a la industria hotelera, uno de los pilares más importantes del sector turístico español.

Como socio colaborador de CEHAT, American Express, que es mundialmente reconocido como promotor del turismo de calidad, busca fortalecer aún más sus relaciones con el sector hotelero. De esta forma se consolida en España su posición



como una de las empresas líderes en el desarrollo de tanto el turismo de ocio como el de negocio.

En los últimos años, el sector hotelero español se ha beneficiado de una mayor diversificación haciéndolo menos dependiente del tradicional turismo de sol y playa estacional. Ciertamente la diversidad de la oferta hotelera es uno de los principales atractivos y hemos comprobado que resulta muy atractiva para muchos de nuestros clientes y titulares de las distintas Tarjetas American Express. A ello se añade la creciente importancia del turismo de congresos, eventos corporativos y de los viajes de negocios, también impulsados por las mejoras en infraestructura, transporte y seguridad en el país. Con la firma del acuerdo con CEHAT, American Express demuestra su confianza en el sector hotelero, uno de los más dinámicos y estratégicos de nuestra economía en su conjunto.

Los datos sobre el turismo en nuestro país siguen siendo muy esperanzadores. Tras una época de importantes retos, en

estos últimos años se ha notado un crecimiento gradual, pero continuo, del número de visitas extranjeras.

A nivel internacional la Tarjeta ofrece una serie de ventajas únicas para viajar, como por ejemplo sus seguros de viaje, puntos que puedes canjear por vuelos o noches de hotel. Además, también tiene una fuerte presencia en el mundo corporativo, siendo uno de los medios de pago más utilizados por las empresas para pagar los viajes de sus empleados. Por ello establecer acuerdos de colaboración con los principales actores del sector es crítico.

En el caso de España esta relevancia aún mayor debido a la importancia del sector turístico y la gran afluencia de visitantes extranjeros que está recibiendo en los últimos años, posicionándolo como el segundo destino turístico mundial. Más del 45% del gasto total con American Express en España en 2018 fue de titulares internacionales, y su gasto total en España aumentó en un 8% en 2018 frente a 2017. En el sector hotelero en España el 83% del gasto con American Express proviene de

Titulares internacionales, y su número creció en un 6% en 2018 frente al año anterior.

¿Qué ventajas ofrece aceptar American Express?

La gran ventaja que ofrece American Express respecto a otros esquemas es que mantiene relaciones directas tanto con los Titulares que usan sus Tarjetas como con los negocios que las aceptan. Esta relación permite a American Express tener una visión completa tanto del comportamiento del consumidor, como de las dinámicas del sector.

Esta riqueza de datos permite a American Express:

- Ayudar a sus comercios colaboradores a atraer clientes de alto valor, tanto locales como internacionales, tanto personales como de empresa, a través de campañas de marketing.

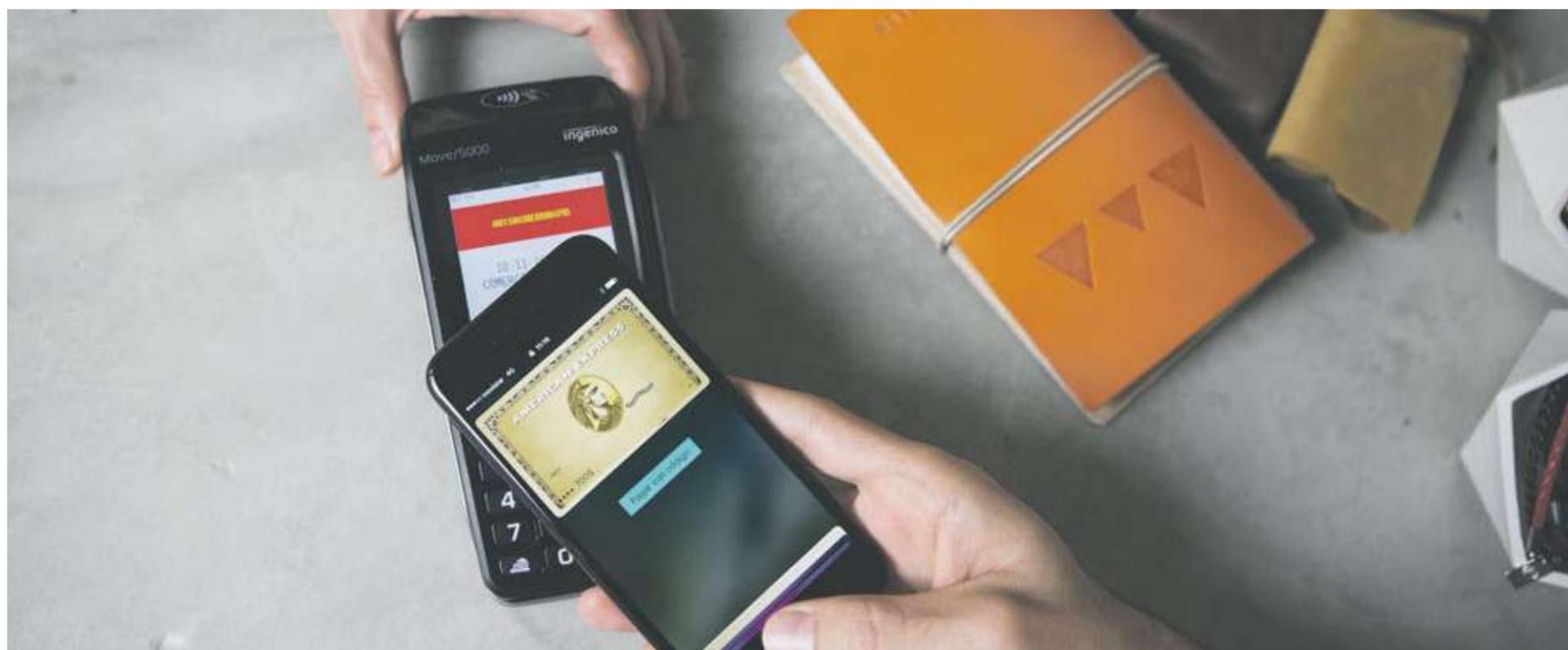
- Identificar oportunidades para que los comercios que aceptan sus Tarjetas impulsen su negocio.

- Detectar transacciones inusuales, lo que a su vez le facilita la creación de herramientas innovadoras para la prevención de fraude.

Además, pone a disposición de sus comercios colaboradores informes con datos agregados para ofrecer una visión de las tendencias más importantes del sector.

El respaldo de American Express

Como comercio colaborador de reconocido prestigio mundial, American Express ofrece un poderoso respaldo para a sus colaboradores gracias a su facilidad para hacer negocios, su servicio de atención al cliente, sus tarifas transparentes y sus ratios de fraude líderes en el mercado. Además, también ofrece un sólido respaldo a los clientes de los comercios, gracias a sus programas de fidelización con los que pueden obtener puntos que pueden canjear por premios, viajes y noches de hotel.



(Fitur)

SOCIO FITUR

Imagine your **Korea**



SOMOS TURISMO

MADRID, 22 - 26 ENERO 2020

40 AÑOS FITUR



IFEMA
Feria de
Madrid

fitur.com

UNWTO
MEMBRO ADJUNTO

IBERIA
TRANSPORTISTA OFICIAL

Jorge Marichal, nuevo presidente de CEHAT

El Pleno electoral de la patronal hotelera española reunido en Madrid ha respaldado por aclamación al también presidente de Ashotel, cargo que compaginará con el de la Confederación. El expresidente Juan Molas

destaca la fortaleza que CEHAT tiene como referente empresarial del sector turístico / hotelero español, así como la confianza en que Marichal será un destacado líder.

Jorge Marichal, presidente de la Asociación Hotelera y Extrahotelera de Tenerife, La Palma, La Gomera y El Hierro, Ashotel, ha resultado elegido por aclamación presidente de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), durante la reunión del Pleno electoral de la patronal hotelera nacional celebrada en Madrid. Marichal sustituye en el cargo a Juan Molas, quien anunció en noviembre que no concurriría a su reelección, tras una trayectoria de 12 años al frente de la Confederación. El nuevo presidente compaginará su nuevo cargo con la Presidencia de Ashotel, que desempeña desde 2011, una decisión compatible estatutariamente y que el propio Marichal considera positiva para el fortalecimiento del papel de lobby de la CEHAT.

La de Marichal ha sido la única candidatura presentada en este proceso electoral y trabajada durante los últimos meses, un tiempo en el que ha recabado los apoyos mayoritarios para dar el paso y ponerse en primera línea de la patronal hotelera nacional. Tras su elección, afirmó que asume este reto personal y profesional “con gran ilusión”, sabedor de que está rodeado de un gran equipo de empresarios que lo va a acompañar en esta importante tarea.

Tras reunirse las últimas semanas con representantes de muchas de las zonas turísticas del país, el nuevo diri-



gente de la CEHAT aseguró que “será el presidente de todas las asociaciones que integran esta Confederación”, con la sensibilidad de entender la idiosincrasia de las grandes y de las pequeñas organizaciones hoteleras. Y en ese objetivo principal de fortalecer el papel de lobby de la patronal nacional, citó la comunicación como área estratégica sobre la que apoyar las actividades que se lleven a cabo y las vías de diálogo con instituciones y organismos públicos y privados. “No los voy a defraudar; quienes me conocen saben que soy una persona cercana, honesta,

con coraje, apasionada y así defenderé al sector”, dijo tras su elección.

“Creo que somos un sector que no termina de creerse lo importante que somos, debemos tomar conciencia de la capacidad que tenemos, debemos trabajar para situarnos en el lugar que nos corresponde, no solo ante administraciones públicas, sino ante la sociedad, y que nos vean realmente como generadores de empleo y de desarrollo económico”, afirmó.

Tras la elección de Jorge Marichal, el expresidente Juan Molas destacó en rueda de prensa la “fortaleza” de CEHAT, a la

que calificó de “la organización empresarial más importante en el ámbito del sector turístico español”, al tiempo que deseó la mejor de las suertes a su sucesor.

Juan Molas también comentó en esta rueda de prensa que el nuevo presidente será mejor presidente “porque el futuro siempre es mejor que el presente y que el pasado”. Además, ha destacado del tinerfeño que es “más joven, está preparado y es un empresario de éxito del mundo hotelero, con una gran capacidad de trabajo, dedicación, capacidad de análisis, disciplinado y a la vez cercano”.

También manifestó sentirse “orgulloso del trabajo realizado” a lo largo de los 12 años que ha estado al frente de Cehat y “en deuda por todo aquello que no hemos podido hacer y que hubiéramos hecho si hubiéramos tenido más capacidad, más recursos y más medios, pero que el nuevo presidente y su equipo lo van a desarrollar”.

Equipo directivo

A Jorge Marichal lo acompañará en su Comité Ejecutivo, cuatro vicepresidentes —(Santiago García-Nieto (Barcelona), José Carlos Escribano (Costa del Sol), Gabriel García (Madrid), María Frontera (Baleares)— y nueve vocales —Federico Fuster (Comunidad Valenciana), Susana Pérez (Lanzarote), José María Mañaricúa



(Gran Canaria), Luis Callejón (Andalucía), Ana Beriain (Navarra), Manuel Otero (Andalucía), Antonio Presencio (Zaragoza), Jaime García Calzada (La Rioja) y Felipe Sordo (Asturias)—.

A este órgano de gestión y administración se suma el tesorero, que será Miguel Mirones (Asociación Nacional de Balnearios de España).

La llegada de Jorge Marichal a CEHAT está motivada principalmente por la necesidad de fortalecer el papel de lobby de la patronal nacional ante las administraciones públicas y la sociedad en general. El turismo es el subsector económico por excelencia de este país, que aporta el 10% del PIB nacional, aunque en algunas regiones como Baleares esta cifra alcanza el 49%, y en Canarias, el 35%, y que emplea a casi un cuarto de millón de personas en los establecimientos hoteleros de toda España. Marichal considera que esas cifras deben servir de acicate para poner en valor el sector como motor económico del país y saber que juntos se es más fuerte.

Además, entiende que solo así se puede hacer frente a los desafíos del sector: desde el aún incierto brexit, pasando por la sombra de la recesión de algunos mercados emisores —como Alemania— o la vergüenza de volar de los nórdicos. La sostenibilidad debe ser elemento diferencial de la actividad turística y hotelera, dijo Marichal, quien añadió que “se debe trabajar hoy mirando al futuro de nuestro sector, de nuestra sociedad y nuestro medioambiente que nos da soporte, por



convicción propia y porque así nos lo están pidiendo cada vez los turistas que nos visitan”.

Los problemas surgidos con el programa del Imerso o la necesidad de una regulación clara para la vivienda vacacional en toda España son otros asuntos relevantes. Marichal también quiere revisar la presencia del sector hotelero en organismos estratégicos, entre otros AENA.

En clave europea, la presencia de CEHAT en la HOTREC es fundamental para hacer llegar a las instituciones europeas la voz del sector hotelero español en cuestiones claves para su competitividad, como son la tasa al queroseno de la aviación y la política de transporte; la homogeneiza-

ción de la regulación de la expedición de visados para terceros países emisores de turismo para España; la regulación del impacto del cambio climático y las políticas de sostenibilidad en turismo; o las normas de seguridad e higiene alimentaria, por citar solo algunos ejemplos.

Trayectoria profesional

Jorge Marichal (Arona, Tenerife, 1973) es empresario hotelero, licenciado en Dirección y Administración de Empresas (rama Gestión Financiera) por la European Business School, donde estudió en las sedes de Madrid, Londres y Múnich. Presidente de Ashotel desde noviembre de 2011, es además vicepresidente de la Cámara de

Comercio de Santa Cruz de Tenerife, de Turismo de Tenerife y de la CEOE Tenerife. Ha sido miembro del Comité Ejecutivo de la CEHAT y forma parte de otros órganos de consulta autonómicos y nacionales, así como consejero de empresas públicas canarias como Hecansa y Promotur.

Posee una amplia experiencia en el mundo del turismo, la construcción y la promoción inmobiliaria. Con su incorporación al grupo familiar de empresas como director general, comenzó a trabajar en 1996 en la diversificación de las líneas de negocio, primero en el sector de alojamiento extrahotelero con algunos complejos turísticos en La Gomera y Los Cristianos.

Como consejero delegado y director de Operaciones de la empresa Inversiones Marylanza, sus principales unidades hoteleras son Marylanza Suites & Spa (hotel 4 estrellas en Arona, Tenerife), Atlantic Mirage Suites & Spa (hotel 4 estrellas en Puerto de la Cruz, Tenerife) y Playa Calera (hotel 4 estrellas en Valle Gran Rey, La Gomera).

Sobre CEHAT

La Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) representa a todo el sector del alojamiento español, desde hoteles y apartamentos turísticos hasta campings, resorts y balnearios. Representa más de 15.000 establecimientos y 1.800.000 plazas agrupadas en 51 asociaciones de ámbito nacional, provincial, autonómico y local en todo el territorio nacional.



La bienvenida más cálida para tus huéspedes

Hoteles más eficientes, seguros y confortables

Los sistemas de aislamiento de lana de roca ROCKWOOL ayudan a crear mejores hoteles. Gracias a sus propiedades únicas, sus clientes apreciarán un mayor confort térmico y acústico además de una mayor protección en caso de incendio.

Los productos de lana de roca ROCKWOOL contribuyen en el ahorro de gestión diaria del establecimiento, con reducciones de hasta el 90% en la factura energética.

Más información en www.rockwool.es



Hostelco asigna el 70% de la superficie expositiva cinco meses antes de su celebración

Hostelco, el Salón Internacional del Equipamiento para Restauración, Hostelería y Colectividades, a 5 meses de su celebración ya ha asignado el 70% del espacio previsto que compartirá con Restaurama, el salón de la feria Alimentaria dedicado a la Restauración y la Alimentación fuera del hogar, conformando la mayor plataforma

internacional de productos y servicios para el canal Horeca. La evolución positiva de Hostelco refleja asimismo la buena marcha del sector, que en 2018 ha registrado un aumento del 5% en la facturación, según los resultados del estudio económico elaborado por FELAC, entidad coorganizadora de Hostelco.

La próxima edición de Hostelco, que se celebrará junto a la feria Alimentaria entre el 20 y 23 de abril de 2020 en el recinto de Gran Vía de Fira de Barcelona, presentará las últimas novedades en maquinaria y equipamiento para el mundo del hospitality sumando sinergias con Restaurama, el salón de Alimentaria que ofrecerá oportunidades de negocio a las empresas de alimentos dirigidos al canal Horeca, así como a las divisiones de foodservice de las grandes multinacionales.

Así, según las previsiones, los salones Hostelco y Restaurama sumarán más de 30.000 metros cuadrados donde reunirán la oferta de más de 800 firmas expositoras, el 27% internacionales, y recibirán la visita de 47.500 profesionales del canal Horeca, entre los que destacan más de 1.800 compradores estratégicos invitados, procedentes de 77 países.

Según el presidente de Hostelco, Rafael Olmos "Hostelco y Restaurama ya conforman la plataforma de referencia europea para el foodservice, canal horeca, gastronomía y equipamiento. La decisión de sumar sinergias fue un gran acierto que demuestra su validez en cada edición".

Gran parte de la oferta de Hostelco estará integrada por el sector Fully Equipped, con equipos y maquinaria de hostelería, y por el ámbito dedicado al menaje y servicio de mesa (Setting). Por su parte, los productos y equipos relacionados con el café, pastelería, panadería, pizza y heladería (Moments) están registrando una muy buena participación y dinamismo. Con Atmosphere, por otro lado, el salón renueva su apuesta por los artículos de interiorismo, decoración, iluminación, mobiliario y bienestar. Paralelamente, los productos tecnológicos y orientados al entretenimiento (Tech) así como el sector dedicado al delivery y vending (Everywere) están registrando una participación muy satisfactoria. Así, el 66% de la plataforma formada por Hostelco y Restaurama estará ocupado por los productos de equipamiento, y el resto por los de 'food & drinks'.

Más de 30 chefs en The Experience Live Gastronomy

Hostelco y Restaurama compartirán asimismo algunas de las más destacadas actividades que tendrán lugar en el marco del salón,



como The Experience Live Gastronomy, dedicada a la gastronomía en directo llevada a cabo por más de 30 chefs de gran prestigio. Los showcooking, talleres y conferencias se centrarán en el valor de la cocina sostenible y en su estrecha relación con el territorio, los productos de cercanía y en la recuperación de las tradiciones culinarias de diferentes regiones. The Experience volverá a acoger las finales de certámenes de gran relevancia internacional como el Concurso Cocinero del Año y del Concurso Camarero del Año.

Hostelco acogerá asimismo en el marco de Atmosphere nuevos espacios experimentales: Hostelco Live Hotel y Hostelco Live Restaurant, que reproducirán las principales estancias de un hotel y de un restaurante, y el Hostelco Live Arena, un espacio dedicado al debate que acogerá ponencias a cargo de expertos de la industria del hospitality y del sector del 'contract'. En sus intervenciones, los especialistas analizarán la actualidad y los principales retos de futuro del negocio hostelero, del mundo del diseño y del interiorismo, así como el creciente protagonismo de las últimas tecnologías aplicadas a los proyectos de restauración y hostelería.

Participarán en Hostelco Live Hotel y Hostelco Live Arena profesionales de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos y el Instituto Tecnológico Hotelero CEHAT-ITH, entidades colaboradoras de Hostelco, que propondrán nuevos enfoques sobre temáticas clave de la industria hotelera, como la experiencia del cliente, la innovación tecnológica, la sostenibilidad o nuevas estrategias de marketing.

Otro espacio de difusión del conocimiento será el 'Speaker's Corner' que

ofrecerá a distribuidores e instaladores de equipos y maquinaria para la hostelería un espacio donde los mismos fabricantes presentarán las últimas novedades del mercado. Paralelamente, diferentes especialistas explicarán cuáles son las principales tendencias del sector de los equipos para la hostelería, restauración y colectividades (restauración social y hospitalaria), tanto a nivel nacional como internacional.

El café, el gran protagonista

Hostelco, con la colaboración del Fórum Cultural del Café, habilitará una zona con identidad propia, denominada "Área Café", que acogerá conferencias, demostraciones, degustaciones, campeonatos y otras actividades que mostrarán no sólo el indiscutible protagonismo de este producto, sino su gran potencial de consumo en el mundo de la hostelería.

El salón acogerá asimismo una nueva edición de los Hostelco Awards, que reconocerán un año más la excelencia y la innovación en nueve categorías relativas a diferentes proyectos, productos y servicios del canal Horeca. El jurado, integrado por profesionales del sector y por la chef Carme Ruscalleda, madrina del certamen, entregará los galardones el 20 de abril, durante la noche de gala del salón que reunirá a profesionales, empresarios y operadores del sector. Las candidaturas se aceptarán hasta el próximo 14 de febrero de 2020.

La industria española de equipamiento para la hostelería crece un 5%

Según el estudio económico del ejercicio 2018 elaborado por la Federación Española de Asociaciones de Fabricantes de Ma-

quinaria para Hostelería, Colectividades e Industrias Afines (Felac), la facturación global de las 132 empresas que integran este colectivo aumentó un 4,84% hasta alcanzar los 1.789 millones de euros, consiguiendo así encadenar seis años de crecimiento. Las ventas en el mercado español, que se situaron en 926,5 millones de euros en el 2018, se anotaron un alza del 6,96% con respecto al 2017. Un incremento más modesto registraron las ventas al exterior, que llegaron a los 862,5 millones de euros, un 2,65% más que el ejercicio anterior. Como resultado, la cuota exportadora global fue del 48,2%.

Para Rafael Olmos, presidente de Felac y de Hostelco, la radiografía económica del sector es positiva: "Las cifras del ejercicio 2018 muestran la buena marcha de la industria de equipamiento para hostelería, que vuelve a aumentar su facturación sumando seis años consecutivos de crecimiento. Unos buenos resultados conseguidos", añade, "gracias al dinamismo del mercado nacional y a la fortaleza de unas ventas al exterior que, pese a moderar su subida, tienen un peso fundamental en la cifra de negocios de una industria que exporta más del 48%". Olmos destaca asimismo "las cifras récord en recepción de turistas extranjeros registradas en 2018" entre los factores que han contribuido a la buena evolución del sector del equipamiento y asegura que "Hostelco refleja el buen comportamiento del mercado y todo apunta a que su próxima edición será nuevamente la cita más relevante del calendario ferial para todos los profesionales del canal Horeca".

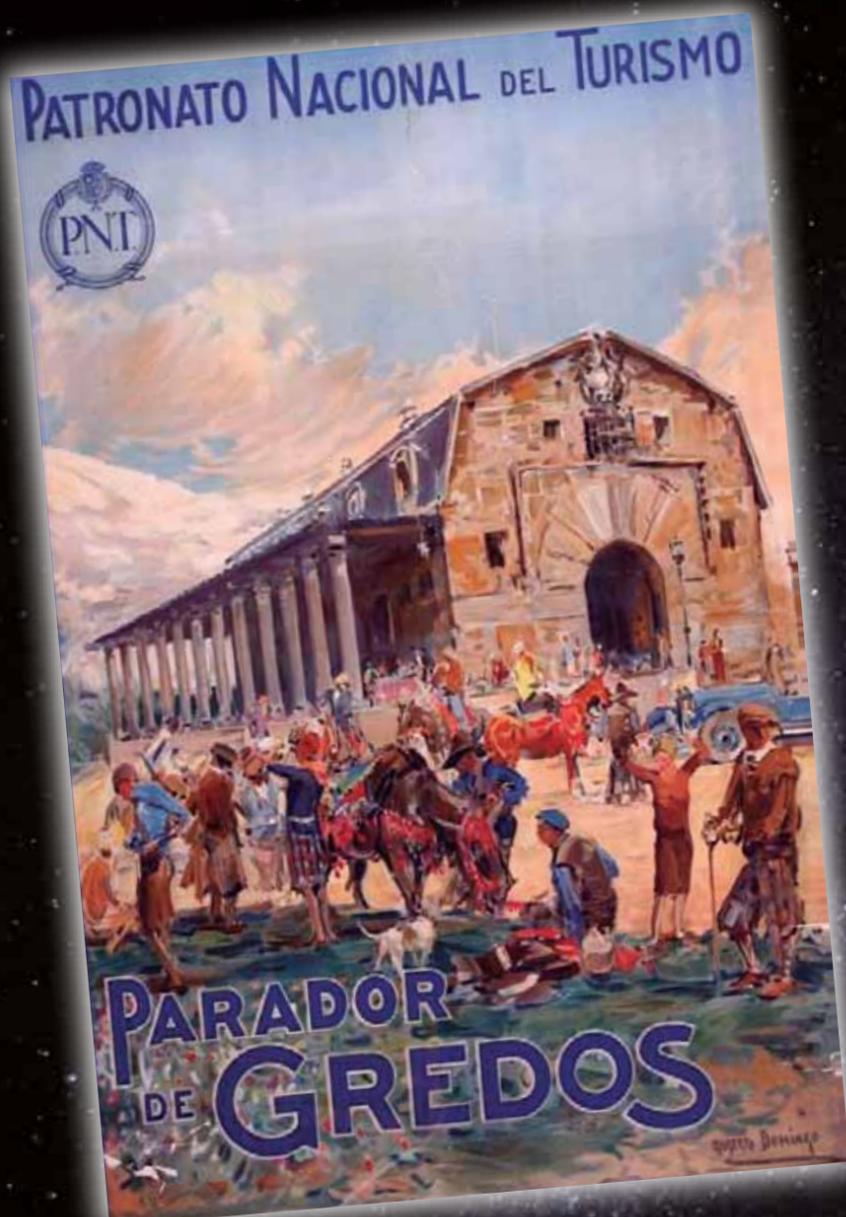
Hostelco y Alimentaria suman sinergias

Organizado por Fira de Barcelona y FELAC, Hostelco se celebrará con Alimentaria del 20 al 23 de abril de 2020. Ambas ferias ocuparán la práctica totalidad del recinto de Gran Vía de Fira de Barcelona, es decir cerca de 110.000 metros cuadrados netos. La celebración conjunta de Hostelco y Alimentaria volverá a suponer una de las mayores plataformas internacionales para la industria de la alimentación, la gastronomía y el equipamiento hostelero al presentar tanto a la distribución como al canal horeca la oferta más completa y transversal del mercado nacional e internacional.





El Sector ha cambiado y la Información también



NexoHotel.com **20** XX CONFERENCIA IBEROAMERICANA DE MINISTROS Y EMPRESARIOS DE TURISMO **20**

HOTELETERÍA Y ALDARMENTO

Abre el Hotel Semáforo de Fisterra en el fin del mundo
El Hotel Semáforo de Fisterra acaba de abrir sus puertas en el Faro de Finisterre, el segundo punto más visitado de Galicia y que ahora se rehabilita para ser un hotel restaurante "de ensueño".

Paradores cierra 2016 con ingresos por valor de 255 millones de euros

Los destinos exitosos a finales de 2016

Meliá Llana Beach abre sus puertas en Cabo Verde

Radisson abre su segundo resort en Gran Canaria



**Date de alta en
Nexohotel.com**

Diario *online* de Hotelería

**... y recíbelo cada mañana
en tu email**

El futuro y la innovación en el sector turístico, ejes centrales del VI Thinktur Technology Transfer

El pasado 18 de diciembre, la Plataforma Tecnológica del Turismo - Thinktur celebró en el Hotel Vincci SoMA de Madrid su VI Thinktur Technology Transfer, en el marco de su Asamblea Anual

La bienvenida corrió a cargo de M^a Ángeles Ferre, jefa de Área de la Subdivisión de Programas Temáticos Científico-Técnicos de la Agencia Estatal de Investigación, junto con Juan Molas, presidente del Instituto Tecnológico Hotelero quienes pusieron en valor la imprescindible colaboración público-privada entre todos los agentes implicados en el sector de la tecnología y el turismo y cómo la transformación digital presenta un sinfín de retos y oportunidades para el sector turístico español.

Posteriormente a la bienvenida, Álvaro Carrillo de Albornoz, director general de ITH y Thinktur, expuso ante los asistentes las actuaciones llevadas a cabo desde la Plataforma a lo largo de 2019, destacando la colaboración con otras plataformas tecnológicas españolas y centros de innovación en turismo y los grupos de trabajo temáticos, así como las iniciativas previstas para el próximo año, como por ejemplo el ebook sobre sistemas de inteligencia turística que elabora el grupo de centros tecnológicos en turismo y que presentará en el foro #techYdestino de FITURTECHY 2020.

A continuación, en el panel "las apuestas en turismo by Thinktur" David Martín, director comercial de Cleanity, presentó sus soluciones de branding olfativo, afirmando que "recordamos el 35% de lo que olemos frente al 5% de lo que vemos". "Una fragancia tiene una capacidad muy alta de evocar recuerdos y sensaciones" añadía Martín.

Alejandro Soria, CEO de Cohosting, mostró su solución de cross-selling inteligente para hoteles, que permite a los alojamientos ofrecer servicios complementarios y personalizados durante todo el viaje desde antes de la estancia.

Por parte de Eisi Soft, Xavier López, director de operaciones, realizó una pre-



sentación del software de gestión operativa y normativa EISI HOTEL. En la misma explicó un caso práctico de cómo la digitalización de la operativa diaria de un hotel reduce drásticamente el tiempo invertido. En ese sentido, Xavier López afirmó que "este caso particular es extrapolable a las operativas asociadas de todos los departamentos, lo que permite optimizar y gestionar de manera más eficiente planes de calidad, sostenibilidad, higiénico-sanitarios y técnico-legales y asegurar un buen estado de salud del establecimiento y la satisfacción del cliente".

Cristoffer Adrián, asesor tecnológico de Itop Consulting, mostró la plataforma inteligente "curie" que permite gestionar las relaciones y experiencias del turista en el destino, ayudándoles de esta forma en su camino a la transformación en destinos turísticos inteligentes.

Por último, Carlo Capozzella, CEO de Localixo, nos enseñó su asistente virtual para destinos que recomienda planes personalizados basados en los gustos de cada persona.

Tras la pausa para el café, Cristina Izquierdo, directora de Negocio de TPVs y Ecommerce del Banco Sabadell, dio a conocer los efectos y consideraciones que hay que tener en cuenta que tendrá en el sector turístico la entrada en vigor de la nueva normativa de pagos online PSD2.

Tras su intervención, se celebró una mesa debate en la que Alejandro Linde, CEO de Travelst, Alfonso Mesa, del departamento de calidad y sostenibilidad de Vincci Hoteles, Enrique Martínez, presidente de SEGITTUR y Pablo Soto, Innovation Manager de Vodafone Business dieron a conocer su visión sobre hacia dónde se dirige el sector turístico y su desarrollo en los próximos años. La moderación de este debate estuvo a cargo de José Serrano, CEO de IZO España.

Este debate dio lugar a una serie de conclusiones muy interesantes. Soto nos recordaba que debemos tener el foco en el "cliente que viene, pero sin olvidar al actual". Alfonso Mesa, por su parte nos explicaba cómo desde Vincci Hoteles apuestan por "personalizar la experiencia con los datos de los que se disponen antes de que llegue

el cliente al hotel". Linde instaba a llegar a la "ultrapersonalización" y el hacer las cosas de forma "sencilla". El presidente de SEGITTUR hizo hincapié en que "el cliente no viaja a un hotel, viaja a un destino y hay que proveerle de los servicios que le faciliten experiencia desde el hotel". Los participantes compartieron la idea de la importancia de la existencia de una plataforma común para la colaboración en el sector.

Posteriormente, Marta Raspall, asesora Ejecutiva del Foro Transfiere, expuso las novedades de Transfiere 2020, noveno Foro Europeo para la ciencia, tecnología e innovación, invitando a todos los profesionales asistentes a la asamblea a que participen en el Foro, que se celebrará en FYCMA (Málaga) los próximos días 12 y 13 de febrero.

José Guillermo Díaz Montañés, presidente de Thinktur y CEO de Artiem Hotels clausuró la asamblea en la que resaltó la importancia de este tipo de eventos, dado que, "vivimos en un entorno global donde los cambios son rápidos y transversales", según afirmaba Díaz-Montañés, que añadía que "la dimensión es importante, pero la agilidad y la capacidad de adaptación más. Para ello la estrategia de cooperación entre empresas y de distintos sectores es una palanca muy útil. En definitiva, se trata de tomar consciencia de que estamos inmersos en distintos ecosistemas y donde hay que tener una actitud proactiva para crear valor conjunto: amplificando las fortalezas y minimizando las debilidades".

De esta forma, el presidente de la Plataforma Tecnológica del Turismo recalca que "Thinktur quiere ser un ecosistema activo que permita a las empresas relacionadas con el sector turístico mejorar su competitividad, cooperando y compartiendo conocimiento". Y cerró su discurso agradeciendo a los asistentes a la VI Thinktur Technology Transfer.



FiturtechY 2020, una ventana hacia el futuro del turismo

FITURTECHY tendrá lugar los días 22, 23 y 24 en el pabellón 10B de IFEMA. Esta nueva edición, que se basa en el proverbio chino que dice: “El leve aleteo de las alas de una mariposa se puede sentir al otro lado del mundo” demostrando que todos los acontecimientos están relacionados entre sí.

Desde hace más de doce años, el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) pone en marcha el proyecto #techYhotel, un showroom en el que recrea cómo serán los hoteles del futuro. En este espacio, los profesionales del sector disponen de la oportunidad de conocer de primera mano las últimas innovaciones y de qué tecnologías disponen para adaptarse a las demandas de los viajeros.

FITUR junto a ITH organizan este espacio que se encuentra dentro del marco de FITURTECHY, que este año tendrá lugar los días 22, 23 y 24 de enero 2020 en el pabellón 10B de IFEMA.

La banca cooperativa Cajamar patrocina la Wellcome & VIP Area para favorecer el intercambio de ideas entre los responsables del sector, y sus profesionales ofrecerán información a los asistentes sobre las soluciones financieras para la industria hotelera y turística, apoyando especialmente la innovación y la sostenibilidad del sector.

El hotel del futuro, cada vez más cerca
Veinticinco empresas líderes en el sector junto a ITH se han coordinado para integrar sus últimas novedades y poder mostrarlas en FITURTECHY 2020, en techYhotel, lo que podremos tener a nuestro alcance en los hoteles en los próximos años. Sobre seguro, no deberemos esperar muchos años más para ver cómo estas propuestas se convierten en usuales para la mayoría de los hoteles.

Bajo el título “El Efecto Mariposa: Transformación” en techYhotel, espacio de inspiración para los agentes del sector hotelero y turístico, podremos ver el diseño tan innovador realizado por el estudio



Morph, para darle forma al showroom; precheckin con reconocimiento facial de Chapp Solutions; HP y sus dispositivos vanguardistas; el PMS moderno e intuitivo de Mews; el control de accesos o realización de pagos a través de las pulseras con tecnología NFC de Easygoband, con las que también podremos reservar una bicicleta eléctrica Littium, que podremos encontrar en el propio showroom.

El Grupo ADD traerá a varios de sus robots que consiguen mejorar en gran medida la experiencia de usuario realizando el checkin, como servicio de habitaciones, camarero o generando la factura a la salida; para poder tener acceso a toda la prensa a nivel mundial contaremos con PressReader; Resuinsa será el encargado de personalizar todos los textiles; la cama con sensores para reconocer el ciclo del

sueño de Pikolin que este año presenta su nuevo dispositivo de elevación con motor eléctrico lineal: accionando dicho mecanismo, el elevador garantiza un control totalmente seguro y un movimiento automático sin paradas intermedias.

También se podrá disfrutar del espejo televisión con su novedosa plataforma de IPTV diseñada especialmente para el sector hotelero de Cerium Tecnologías; o la iluminación que se armoniza con los diferentes estados de ánimo de Signify. Zennio, por su parte, mostrará cómo su solución a través de su sistema basado en un algoritmo de control de presencia es capaz de combinar iluminación, clima, cierres, aromas y audio además de medición de consumo en habitaciones y de la huella de carbono.

VELTIA presenta su nuevo secador de manos VFUSION para ofrecer una mayor

rentabilidad y sostenibilidad a los hoteles. Roca presentará su lavabo de Surfex además del plato de ducha de Senceramic®, el inodoro inteligente In-Wash® y el diseño con cisterna integrada In-Tank. HP traerá sus novedosas gafas de Realidad Virtual en la zona de entretenimiento. Y es que, gracias a la Realidad Virtual, Halton, es capaz de diseñar y configurar los espacios para las cocinas de un hotel.

CM Creare consigue aportar un valor extra al lugar donde se instala, y por ello, contaremos en FITURTECHY con sus pantallas led, que llamarán la atención por medio de estímulos visuales con un producto totalmente personalizado, ajustándose a la arquitectura de techYhotel.

El mobiliario, con su diseño ajustado para hoteles, integra la tecnología como parte funcional en la experiencia de cliente, detrás del cual está la empresa Kaudex, que se combinarán con mobiliario de Porcelanosa, grupo experto global en soluciones para pavimentos altamente tecnológicos y pensados para resistir nuestro día a día.

Otra de las novedades de esta edición es que el propio cliente podrá comentar online su opinión sobre qué le ha parecido la visita a FITURTECHY y se le contestará a través de un sistema que Hotelspeaker instalará in situ.

Podremos adentrarnos en espacios inmersivos mediante la proyección 360° que logra la empresa Broomx con quien conseguiremos ese efecto WOW con la que conseguimos quedarnos en la memoria del cliente.

La importancia del branding olfativo en las instalaciones de un hotel cada vez cobra más fuerza, es por eso por lo que en techYhotel, Cleanity colaborará un año más, creando experiencias olfativas en la



habitación tecnológica del futuro con un robot que permite al cliente diseñar una fragancia a medida y que se encontrará en los difusores domotizados de Zennio.

Y, es que en techYhotel está pensado hasta el último detalle, y dispondremos de cargadores para los clientes, facilitados por Chargy. Schneider Electric por su parte, nos mostrará su novedoso cargador eléctrico para coches.

El 5G de Vodafone, facilitará todas las conexiones a internet de los visitantes a la Feria.

#techYnegocio

El foro tecnología y negocio, es el espacio en el que se debate sobre el uso de la tecnología en la gestión del negocio hotelero. En la búsqueda de cómo mejorar la experiencia de cliente, se analizará la estrategia basada en la inteligencia de los datos y el neuromarketing. Los elementos en los que tendremos que enfocarnos serán el producto, su diseño y su venta. Teniendo en cuenta los cambios en las necesidades del cliente, la tecnología nos permite personalizar sus experiencias y cómo las ponemos a su disposición.

El efecto transformador que produce una idea es abrumador, especialmente en los negocios, que han ido cambiando sus modelos y las formas de hacer las cosas en base a los cambios tecnológicos, generando empresas completamente disruptivas y tecnologías que incluso a día de hoy tienen mucho por cambiar en los hábitos del consumidor y la forma de trabajar.

#techYfuturo

Siguiendo el ejemplo del proverbio chino del efecto mariposa, el desarrollo de una determinada tecnología que se puede estar gestando hoy puede cambiar el futuro de nuestro planeta tal y como lo conocemos.

La Inteligencia Artificial, la robótica y automatización, el desarrollo de transporte avanzado e incluso la hibridación entre el mundo físico y digital, son disruptores que sin duda irán transformando no sólo a los viajes y el turismo, sino a toda la sociedad en su conjunto. Todo ello se tratará en el foro #techYfuturo, patrocinado por mastercard.

Mastercard es el partner tecnológico global de la industria turística y del



viaje. Suministran a clientes en los cinco continentes conocimiento accionable sobre los destinos, herramientas de gestión turística avanzada y soluciones de identidad digital y pagos. El objetivo de mastercard es ayudar a un mejor conocimiento del gasto turístico y sus patrones de comportamiento para crear destinos más inteligentes, interconectados e inclusivos.

#techYdestino

El aleteo de una mariposa que provoca un huracán en el otro lado del mundo es el perfecto símil que explica cómo nuevos comportamientos asimilados por el turista, la incorporación de nuevas tecnologías e incipientes herramientas innovadoras pueden llegar a determinar la reconfiguración de un destino turístico a través de su transformación y adaptación al nuevo



sistema turístico que emerge. Y para ello, #techYdestino, abordará temas como cuál es la relación del cliente con la tecnología y su comportamiento, mostrará productos diseñados ad-hoc, mejores prácticas en destinos y todos aquellos elementos que hacen de un territorio un destino turístico diferencial.

En opinión de Christian Boutin, Director General de Amadeus en España y Portugal y vicepresidente del segmento de Agencias Retail en Europa Occidental, “estar presente un año más en FITUR, y hacerlo en FITURTECHY, uno de sus secciones más activas y dinámicas, es siempre para Amadeus una ocasión especial, por varias razones. La primera, porque nos permite proyectar nuestra marca en una de las ferias internacionales de referencia en materia de turismo y viajes, que cada año atrae a un mayor número de visitantes. Lo segundo, porque nos posibilita mostrar nuestros nuevos proyectos para que nuestros clientes puedan anticiparse al futuro en su camino hacia la plena transformación digital. Y, lo tercero, porque muestra el compromiso de Amadeus con la innovación, un capítulo al que cada día dedica más de dos millones de euros en inversiones. Fitur, además, nos permite estrechar lazos con nuestros clientes y amigos y reforzar la cercanía de nuestra marca con ellos, que es algo igualmente fundamental para Amadeus”.

#techYsostenibilidad

El planteamiento de esta edición gira en torno a como los pequeños movimientos en pro de la sostenibilidad en los distintos puntos del mundo están dando lugar a una transformación mundial en el pensamiento global de las personas, que a su vez se traslada, con cada vez mayor fuerza, a los distintos integrantes del sector turístico, alojamientos, destinos, transportes, etc, para adoptar nuevas pautas de actuación.

El sector turístico ya es consciente de que la sostenibilidad es un pilar imprescindible en su estrategia de negocio y por tanto, analizamos aquí cual es el camino para que este concepto, en equilibrio entre sus pilares medioambiental, social y económico, y la transición hacia un modelo de Economía Circular sea una realidad en el corto plazo.



Directora de Cleanity

Mariam Burdeos



Cleanity afianza su posición en el sector Horeca con el lanzamiento de dos nuevas soluciones

Cleanity, empresa especializada en diseñar y ofrecer soluciones integrales de higiene industrial para la Industria Alimentaria y el sector Hotelero, acaba de presentar al mercado una solución enfocada tanto a la industria alimentaria como al sector Horeca y que ataca a los tres principales alérgenos. Se trata de Cleanity Alerclean. Y esta es sólo una de las innovaciones que han lanzado al mercado destinadas al sector Horeca durante este año. Nos sentamos con Mariam Burdeos, Directora General de Cleanity, para que nos cuente algo más al respecto.

—¿Cómo ha sido el año para vosotros? 2019 ha sido un año muy completo para Cleanity. Este año hemos fortalecido nuestra posición en el sector de alimentación y bebidas, y nos hemos afianzado en el sector Horeca, con alianzas estratégicas como ITH y lanzando dos nuevas gamas de soluciones muy enfocadas a este sector: Cleanity Essence y Cleanity Alerclean.

—¿En qué se basan estas nuevas soluciones?

Dando un paso más en nuestra apuesta por la innovación continua, hemos creado nuestra gama de soluciones olfativas, Cleanity Essence. Lo que hacemos es diseñar un logotipo olfativo, lo que nosotros llamamos odotipo, creamos una atmósfera y experiencia sensorial única que transmite la identidad y los valores que esa marca quiera transmitir, con ello se crea un vínculo emocional entre la marca y el cliente. Además, desde nuestro departamento de I+D+i hemos creado una serie de moléculas que se unen a aquellas responsables de malos olores (olor corporal, tabaco, humos, etc.), y los neutralizan químicamente, impidiendo que el usuario final los perciba. De este modo los malos olores no se enmascaran ni se atenúan, sino que se eliminan, erradicando, de este modo, cualquier interferencia con la fragancia elegida para ambientar.

Por otro lado, hace unos meses lanzamos Cleanity Alerclean, una gama de soluciones enzimáticas destinada a la eliminación de alérgenos, respetuosa con el medio ambiente y los materiales presentes habitualmente en industrias alimentarias, cocinas industriales, obradores, etc. Esta solución está centrada en la eliminación del gluten, la proteína de leche y la proteína de huevo.

—¿Por qué es tan importante la correcta eliminación de alérgenos? ¿Por qué sólo leche, gluten y huevo?

Según el último informe anual del sistema de alerta rápida europeo, en el año 2017 hubo 964 alertas, de las cuales un 8% se debían a alérgenos no declarados en el etiquetado. Esta solución está centrada en la eliminación de los tres principales alérgenos causantes del 70% de la retirada de producto por alérgenos que son, como comentaba, el gluten, la proteína de leche y la proteína de huevo.

La mayoría de los casos la contaminación cruzada, donde un alérgeno se incorpora involuntariamente a un alimento que no debería contenerlo. Hay muchas causas para que esto ocurra, siendo las más comunes la formación de aerosoles que viajan grandes distancias transportando el alérgeno, la reutilización de medios de procesamiento o la limpieza inadecuada de superficies.

—¿Por qué el sector Horeca es importante para vosotros?

En Cleanity comenzamos con un objetivo claro, liderar la transformación de la higiene industrial y contribuir, así, a la seguridad alimentaria y la salud de las personas. Pero este objetivo no se

quedó sólo en las líneas de producción de las fábricas. Toda la experiencia que hemos obtenido en el sector de la alimentación y bebidas, uno de los más exigentes en términos de seguridad alimentaria, la estamos aplicando y trasladando al sector

Horeca con soluciones más enfocadas a las necesidades de este sector. Colaboramos en la seguridad alimentaria, salud, satisfacción y tranquilidad de los clientes.

De hecho, este mismo año hemos lanzado al mercado dos nuevas soluciones para la limpieza de hornos industriales: un desengrasante de hornos y un desincrustante de hornos. Ambas soluciones pertenecen a la categoría especial cocinas dentro de nuestra gama diseñada para el canal Horeca, Cleanity Basics, que da respuesta a todas las necesidades de limpieza profesional: limpieza general, higiene personal, especial cocinas, cuidado suelos y baños.

—¿Cómo veis el 2020?

2020 va a ser un año lleno de retos y nuevas oportunidades. Desde Cleanity hemos adquirido la causa de “líderes juntos”. Queremos liderar la transformación de la higiene industrial, pero queremos hacerlo junto a nuestros empleados, partners, proveedores y clientes. Queremos ser líderes juntos. Por ello, estamos deseando comenzar este 2020 de la mano de todos los que forman, de una forma u otra, Cleanity para, juntos, afrontar lo que este próximo año nos traiga.

La mayoría de los casos la contaminación por alérgenos es debida a una contaminación cruzada



Director Comercial
de Easygoband

Rafa Corral



Las pulseras inteligentes permiten mejorar la rentabilidad del hotel

Cada vez son más las empresas que dan el salto hacia la era digital. La industria 4.0 ha llegado para quedarse, por lo que no es de extrañar que el sector hotelero sea uno de los más influenciados por el auge de las nuevas tecnologías. Y es que la transformación digital conlleva multitud de beneficios tanto para los hoteleros como para sus clientes, que encuentran en la tecnología RFID-NFC una amplia gama de funcionalidades que permiten mejorar la gestión de procesos. Rafa Corral, Director Comercial de Easygoband, nos cuenta las claves para optimizar la experiencia de usuario e incrementar la rentabilidad a través de la digitalización de procesos.

—¿Qué es la tecnología RFID?

La tecnología RFID, o identificación por radiofrecuencia, es un sistema de almacenamiento y recuperación de datos que permite identificar un objeto mediante la inducción de un campo electromagnético. Forma parte de nuestra solución 'host' para hoteles, a través del uso de pulseras 'inteligentes' que mejoran la experiencia del cliente, pues permiten realizar pagos, acceder a las habitaciones o reservar servicios de manera más rápida y cómoda, entre otras muchas funcionalidades.

—Además de las pulseras, ¿ofrecen otro tipo de soportes?

Nuestra tecnología puede integrarse a otros soportes, como tarjetas, llaveros, anillos, pegatinas... El soporte que puede utilizar el cliente depende de las preferencias del hotel.

—¿Cuáles son los beneficios de la transformación digital en el sector hotelero?

La transformación digital supone un gran reto para la industria actual y una gran oportunidad para el sector hotelero, pues ofrece soluciones para la mejora de sus procesos y para la experiencia de sus clientes. Es por ello que el 'método Easygoband' permite digitalizar un amplio abanico de tareas dentro del hotel. Además de los

pagos en cualquiera de sus modalidades (prepagado, cargo a la habitación o tokenización) o la identificación del cliente cuando este realiza la compra o utiliza un servicio, incentiva el consumo del huésped, acerca al establecimiento a las bases de un negocio 'eco friendly', facilita el control de accesos y mejora la seguridad.

—Y cómo se logra la mejora de la seguridad?

Nuestra solución opera en el interior de las instalaciones, creando un 'close loop' que aumenta la seguridad, tanto del hotel como del huésped. Con la identificación única de cada chip, se elimina el fraude por falsificación o la reventa de pulseras. Además, el entorno 'cashless' evita los posibles robos y las pérdidas de dinero en efectivo.

—¿Qué otros servicios se pueden optimizar y agilizar con este método?

Las cortesías y obsequios que ofrece el hotel a sus huéspedes, los incentivos de consumo, el stock de pulseras, el control de las toallas de la reserva, las entradas al comedor, restaurantes, spa o zonas VIP del establecimiento... Además, esta herramienta supone una ventaja para aquellos establecimientos que utilizan otros métodos de pago, como pueden ser los puntos de fidelización del cliente, ya que la información queda almacenada en la pulsera y tanto las reservas como el uso de cualquier servicio se agiliza.

—¿El uso de esta tecnología mejora el 'feedback' entre el hotel y el cliente?

Sí. Todas las pulseras se activan y desactivan según la información de la reserva del huésped, por lo que no solo ofrecemos un mero identificador visual, sino un soporte en el que se encuentra almacenada información extraída de la reserva y a la cual podemos tener acceso en el momento que creamos necesario. En Easygoband

trabajamos con un Profile ID para recopilar la información del huésped en todas sus estancias con el objetivo de que se pueda gestionar de una manera óptima ese conocimiento que tenemos sobre él.

—Y para el usuario, ¿cuáles son los beneficios de la pulsera inteligente?

La mejora de la experiencia de usuario viene sustentada por varias razones. Una de ellas es que permite al cliente que, con solo una pulsera en su muñeca, pueda circular libremente y realizar todas las tareas que desee y que el establecimiento le ofrezca. Otra de las ventajas es que se puede limitar el gasto máximo de cada una de las pulseras, con lo que el huésped puede ofrecerles una a sus hijos y estar tranquilo de que el gasto dentro del hotel tiene un tope, y

además puede contener información crucial del usuario, como datos relativos a posibles alergias o restricciones alcohólicas. Y, por supuesto, puede reservar cualquier servicio de forma más rápida y

fácil, pagar o acceder a su habitación.

—Todas esas ventajas conllevan un incremento de los ingresos del hotel. ¿Por qué?

Las comodidades que ofrece la pulsera para el huésped se traducen en un mayor bienestar para él, por lo que favorecemos que realice un mayor gasto. Otra de las razones es que los clientes de los establecimientos hoteleros valoran muy positivamente en redes sociales las facilidades y comodidades que nuestra solución les aporta, por lo que ayuda a mejorar los 'rating' de los hoteles. En este sentido, la recopilación de datos que la solución 'host' aporta y el análisis de los mismos permiten una mejora operativa que se traduce también en una mejora de la rentabilidad para los hoteles.

—¿Ofrecen flexibilidad en las opciones de su sistema?

Sí. En Easygoband diferenciamos tres tipos de planes que responden a las necesidades concretas de cada hotel. Ofrecemos desde el sistema 'Standard', que se centra en el control de accesos; hasta el 'Smart', que incluye además stock de pulseras y gestión de toallas, entre otras cosas, y con el que se facilita el ahorro de costes; hasta el 'Expert', el plan más completo ya que engloba todas las funcionalidades y con el que el establecimiento puede llegar a lograr un incremento de los ingresos.

—¿Es complicada la integración de su sistema?

La integración es una parte fundamental de nuestra solución, ya que para extraer el mayor provecho de la misma requerimos una integración con el PMS, con el TPV y con el sistema de cerraduras. Igualmente, nuestro producto está preparado para ser integrado con otros sistemas.

—¿Cómo se realiza la integración?

La unificación con los PMS la lleva a cabo el equipo de Easygoband y puede estar terminada en un plazo de 10 días, desde el momento en el que recopilamos toda la información necesaria para hacerla posible. Actualmente, tenemos varias integraciones realizadas con los PMS más utilizados por los hoteles. En relación al trabajo de integración con los puntos de venta, lo realizamos de manera conjunta con las empresas que ofrecen estas soluciones con el objetivo de integrar las partes que son requeridas, según el proyecto en común. Y en cuanto a las cerraduras, también tenemos las integraciones realizadas con las principales empresas del sector. El único requerimiento, en el caso de que el hotel quiera utilizar la pulsera inteligente para poder acceder a las habitaciones, es que el hotel utilice cerraduras de proximidad.

—¿Qué tipo de soporte ofrecen al cliente?

El soporte de los trabajos de implementación es continuo. Una vez realizamos la solución, el soporte que ofrecemos es de 24 horas para cualquier incidente referente a la utilización de nuestro producto.

La transformación digital supone una gran oportunidad para el sector hotelero



El Sector ha cambiado y la Información también



Date de alta en
Nexotur.com

Diario *online* del Agente

**... y recíbelo cada mañana
en tu email**

Country Manager de
STR para España y Portugal

Javier Serrano



«Ayudamos en la toma de decisiones estratégicas y operacionales de los hoteles»

STR es la compañía líder en recoger datos de rendimiento y rentabilidad hotelera a nivel global, ofreciendo servicios de benchmarking para hoteleros de todo el mundo. STR Proporciona informes de Ocupación, ADR, RevPAR, Ranking e Indexes – MPI, ARI y RGI mensuales, semanales y diarios a más de 67000 hoteles en todo el mundo. STR analiza datos de rendimiento de más del 70% de hoteles en Estados Unidos y el 50% de los hoteles del mundo, incluyendo el 90% de los hoteles de cadena y hoteles independientes más significativos.

Hablamos con Javier Serrano, Country Manager de STR para España y Portugal.

—Primero, ¿quién es STR?

STR es la compañía líder en investigación de rendimiento y rentabilidad hotelera a nivel global. Fue fundada por Randy Smith en el 1985 y su objetivo era recopilar y proporcionar información sobre el rendimiento hotelero en los mercados a los que pertenecen sus establecimientos asociados, a fin de que éstos pudieran mejorar su relación ocupación – precio medio, maximizando el revenue de forma diaria respecto a sus competidores.

STR se centra, por tanto, desde hace ya 34 años en el uso de Smart Data como herramienta para mejorar los resultados de rendimiento en hoteles de todo el mundo.

—¿Cómo surge y evoluciona STR a lo largo de estos 34 años?

La empresa nace en USA, país de origen de su fundador Randy Smith, quien tomó como inspiración la dinámica de funcionamiento de las líneas aéreas, dado que el producto hotelero se basa en el mismo principio de no permanencia - almacenaje del producto en el tiempo.

Durante los primeros años de desarrollo, STR recopila y analiza datos hoteleros de Estados Unidos, Canadá, México y El Caribe, aunque progresivamente va expandiendo su rango de acción hacia el resto del mundo, lo que les lleva a abrir su primera oficina en Londres en 2008, desde la que

se gestionan el resto de mercados globales (Europa, África y Asia-Pacífico).

En 2015, STR lleva a cabo una reestructuración, dada la gran expansión de la compañía a nivel internacional. En esta nueva etapa, STR apuesta por reforzar su presencia en España y Portugal, entre otros mercados. Esta apuesta se traduce en la apertura de una oficina en nuestro país en 2016, desde la que se centraliza la gestión y distribución de la información en los mercados español y portugués. Cuando STR aterriza en España, STR contaba con alrededor de 760 hoteles participantes, ahora la compañía ya supera los 1200 y en 2020 estamos convencidos de que podremos llegar cerca de los 1400.

Recientemente, la compañía ha sido adquirida por CoStar Group, líder mundial en recopilación de datos de rendimiento y rentabilidad de activos inmobiliarios comerciales, integrando así a STR en su estructura para completar una visión 360° de la industria de Real Estate.

—¿Qué soluciones ofrece STR?

Como compañía líder a nivel global en gestión de Smart Data para el sector hotelero, nuestro compromiso fundamental es proporcionar información precisa y confidencial sobre las tendencias y evolución en cada mercado a nivel global, con el objetivo de ayudar en la toma de decisiones estratégicas y operacionales de los hoteles. Para ello disponemos de distintos tipos de soluciones y herramientas, que abarcan analítica de competencia y mercado, entre otros.

Nuestras herramientas estrella son la plataforma dSTAR y el informe Forward STAR, que llegan a un gran número de hoteles en todo el mundo de forma diaria. La plataforma dSTAR se trata de una he-

rramienta, que contiene datos agregados y segmentados por mercado y Set Competitivo; perfil, tipo, clase de hotel y objetivos, permitiendo a los revenue managers y directores de hoteles observar y evaluar el impacto real de sus estrategias en el desempeño y rendimiento de su hotel con respecto a la plaza y a sus competidores más directos en Ocupación, ADR y RevPAR principalmente. El informe Forward STAR compara el rendimiento del hotel con el de su mercado / sub mercado en Business on the Books y Pick up.

Asimismo, ofrecemos informes puntuales de evaluación para proyectos de viabilidad concretos, analizando datos de tendencias sobre un mercado o clase de hotel concreto, así como informes de rentabilidad y previsiones de evolución del mercado, entre otros.

—¿Cómo recopila y gestiona STR los datos de rendimiento para sus informes?

Los informes que STR genera están disponibles en tiempo real y contienen información precisa y sumamente fiable del rendimiento hotelero, ya que los hoteles nos envían de forma diaria sus datos de rendimiento: Habitaciones disponibles, habitaciones venidas y Revenue neto generado para informes a pasado. Y habitaciones disponibles y habitaciones venidas, para datos a futuro. Una vez recopilados estos datos, se analizan y tratan, siempre de forma agregada, garantizando la confidencialidad de los mismos.

El envío de datos se puede hacer de forma automática a través de conexión FTP (en un fichero text, Excel, csv, HTML, etc) o del PMS (a través de la opción Scheduled Reports).

—¿De qué forma puede un hotel personalizar y ajustar los datos que recibe? Por otra parte, ¿Es posible monitorizar

a los competidores directos de un hotel mediante vuestras herramientas?

Nuestras herramientas permiten perfilar y ajustar en una gran medida los datos que se proporcionan a cada hotel. No obstante, todo ello varía en función del mercado al que pertenece el hotel en cuestión. Es decir, dependiendo de cuán amplia sea su competencia directa o indirecta y la participación de la misma.

Los informes de STR, además de proporcionar datos agregados del mercado al que pertenece el hotel asociado, permiten distinguir tipo, clase de hotel y segmentos a los que se dirige. Además, es posible crear grupos de hoteles (Set Competitivo) a los que el establecimiento asociado tiene especial interés en monitorizar de forma más precisa, por considerarlos competencia directa o aspiracional.

No obstante, cabe destacar que todos los datos que se proporcionan son datos agregados, que garantizan la confidencialidad absoluta sobre los resultados de rendimiento de cada hotel a nivel individual. En este sentido, los “grupos de hoteles o Set Competitivos” a monitorizar deben ser siempre aprobados previamente por STR, siguiendo unas condiciones muy estrictas que garanticen dos principios fundamentales:

- Preservar y asegurar la confidencialidad de los resultados de rendimiento de cada hotel a nivel individual.

- Aportar información precisa, suficientemente amplia y relevante para el revenue manager a la hora de tomar decisiones.

—¿Es posible crear más de un grupo de hoteles a monitorizar? Y, ¿qué nos dices de hacerlo para destinos turísticos distintos a aquél en el que opera el establecimiento?

Para cada hotel, dependiendo del mercado al que pertenezca, es posible crear uno o varios grupos de monitorización específica. Estos grupos no tienen por qué ceñirse al mercado local o regional en el que el hotel desempeña su actividad, sino que pueden pertenecer a otros destinos o localizaciones.

Los informes que STR genera están disponibles en tiempo real y contienen información precisa



El Sector ha cambiado y la Información también

Concurso
MISS CATALUÑA

PATROCINADO POR
Laurendor

CON AUTORIZACION DEL
**MINISTERIO DE
INFORMACION Y TURISMO**



**PREMIOS EN METALICO:
MISS CATALUÑA.
25.000 PESETAS
DAMAS DE HONOR.
10.000 Ptas. CADA UNA**

PREMIOS EN OBJETOS
CONSISTENTES EN
JOYAS, MUEBLES, RELOJES DE ORO, RADIOS, MAQUINAS
FOTOGRAFICAS, ETC. POR UN VALOR GLOBAL DE
UN MILLON DE PESETAS

SOLICITE EN SU PERFUMERIA LAS BASES DE ESTE SENSACIONAL CONCURSO

CONEXO.net Colaboran **CEOE** **(Fitur)** **IFEMA**

CONGRESOS, REUNIONES E INCENTIVOS



Carmona crece en el sector turístico, en parte, gracias al Sector MICE

El proyecto 'Carmona de Congresos' ayuda a que durante 2016 la localidad sevillana haya logrado un récord histórico en la llegada de visitantes a su Oficina municipal de Recepción Turística.



El MICE, producto clave en Comunidad Valenciana



La política turística de Málaga da resultado en 2016



Oviedo Congresos incorpora a nuevas empresas asociadas



**Date de alta
en Conexo.net**

Diario online de Congresos,
Reuniones e Incentivos

**... y recíbelo cada mañana
en tu email**

ONNERA CONTRACT: proyectos integrales que ponen en valor la gastronomía de los hoteles

El viejo concepto del hotel como lugar para dormir y desayunar ya es historia. Ahora los hoteles son experiencias. Y entre esas experiencias, una de las más influyentes es la gastronómica. La comida, la bebida, el producto, la puesta en escena... son una parte cada vez más importantes en los hoteles de todo el mundo. La propuesta de

F&B es clave para la elección de un hotel por parte del cliente. Y conseguir elevar al estrellato la restauración de los hoteles, es lo que sabe hacer ONNERA CONTRACT con sus proyectos de equipamiento integral de cocinas, buffets, showcookings, restaurantes y bares temáticos...

El viejo concepto del hotel como lugar para dormir y desayunar ya es historia. Ahora los hoteles son experiencias. Y entre esas experiencias, una de las más influyentes es la gastronómica. La comida, la bebida, el producto, la puesta en escena... son una parte cada vez más importantes en los hoteles de todo el mundo. La propuesta de F&B es clave para la elección de un hotel por parte del cliente. Y conseguir elevar al estrellato la restauración de los hoteles, es lo que sabe hacer ONNERA CONTRACT con sus proyectos de equipamiento integral de cocinas, buffets, showcookings, restaurantes y bares temáticos...

La cocina de un hotel era antes un lugar escondido, alejado, desconocido y probablemente sucio. Sin embargo, ahora la cocina ha salido a encontrarse con los clientes, y se sitúa en medio de los restaurantes de los hoteles.

Lo que antes eran comedores de hotel, ahora son espacios gastronómicos completos. Con buffets donde se expone el producto, se elige como si de un mercado se tratara y un chef te lo cocina en directo. Donde los vinos y bebidas se exponen en cavas decorativas. Donde la carne madura en una vitrina, para después hacértela al carbón en una parrilla vasca. Donde los quesos se exponen, para luego hacer una degustación. Donde puede haber una barra fría con un sushiman preparando comida asiática, o un teppanyaki con verduras, carnes o pescados.

También en los desayunos hay una tendencia al showcooking clara. Antes solo te preparaban unos huevos en la cocina, pero ahora no solo tienen cocineros en la sala haciendo huevos, sino que te preparan revueltos, varios tipos de tortillas, pancakes, o verduras salteadas... En la tendencia healthy se lleva la elaboración de zumos de frutas, detox, multivitamínicos y smoothies en vivo, eligiendo la fruta y los vegetales que quieres tomar.



Los hoteles tienen que conseguir que el cliente tenga una experiencia inolvidable.

Invertir en la restauración de un hotel, construir buffets con showcooking, cavas expositoras, espectaculares barras cocteleras... puede hacer que multiplique la rentabilidad del F&B de ese hotel.

Por ello, desde ONNERA CONTRACT queremos transformar y poner en valor la gastronomía de los hoteles. Queremos acompañar a los hoteleros en sus proyectos nuevos o de reformas, para que sus clientes disfruten de esas experiencias gastronómicas.

Son cada día más los hoteles que apuestan por la alta gastronomía, con prestigiosos chefs, incluso con estrellas Michelin. Estos son los casos algunos de los proyectos realizados por ONNERA CONTRACT este año, como el HOTEL BLESS IBIZA cuyo restaurante lo dirige Martín Berasategui, o el HOTEL CORDIAL MOGAN PLAYA de Gran Canaria, donde el restaurante Los Guayres acaba de recibir su primera estrella Michelin.



Es en la puesta en valor de la gastronomía de los hoteles, donde ONNERA CONTRACT está consiguiendo el éxito para sus clientes. Este fabricante y empresa de proyectos, es capaz de transformar antiguos salones en espectaculares espacios de showcooking, para que el cliente pueda elegir el producto expuesto y el chef se lo cocine en vivo. Donde antes había un pequeño almacén con cajas de vino, esta empresa coloca una cava de vinos a medida para mostrar el vino, pero que a su vez sirve como elemento decorativo del hotel. Donde había antiguos muebles-buffets con mucho acero a la vista, instala un moderno buffet en isla con diferentes materiales innovadores, integrando las placas frías y calientes bajo la encimera. O las tradicionales cafeterías las transforman en espacios atractivos donde relajarse tomando una copa o un cóctel de la "cocktail station".

En la parte que no ven los clientes, en el Back of the House (BoH) del hotel, ONNERA CONTRACT proyecta, diseña

y fabrica, una cocina moderna, robusta, funcional y eficiente energéticamente, con equipos de última generación de FAGOR, convirtiéndose en el interlocutor único para que las cadenas hoteleras desarrollen sus proyectos.

Lavandería

También ONNERA CONTRACT realiza proyectos de lavandería en los hoteles, donde puede instalar desde pequeñas lavadoras y secadoras profesionales, con sus zonas de planchado, calandras, plegadoras... hasta túneles de lavado para grandes resorts y equipamientos hoteleros.

Sobre ONNERA CONTRACT

ONNERA CONTRACT ha experimentado un rápido crecimiento, y dispone ya de 15 oficinas comerciales, técnicas y de proyectos, en Madrid, Oñati, Barcelona, Sevilla, Valencia, Baleares, Tenerife, Gran Canaria, Algarve, Cancún, La Habana, Dominicana, Jamaica, Bogotá y Cartagena, para seguir acompañando a las cadenas españolas en su crecimiento internacional.

Esta empresa de proyectos tiene las 9 fábricas de ONNERA GROUP a su servicio, siendo la planta de Almedávar (Huesca) la más grande de España en producción de buffets y cocinas a medida. Además, cuenta para sus proyectos con el fabricante referente internacional, FAGOR INDUSTRIAL.

Los proyectos integrales de gastronomía o lavandería realizados por ONNERA CONTRACT se hospedan en decenas de hoteles de todo el mundo: desde Resorts en el Caribe o destinos vacacionales como Baleares, Canarias o la Costa española, a hoteles urbanos de las principales cadenas.

Ramón Gómez Ugalde
Director Corporativo

r.gomezugalde@onneragroup.com
(+34) 669.799.688



Socios Colaboradores de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos

Los Socios Colaboradores de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) son actores clave de diversos sectores productivos de la economía española y partícipes fundamentales en el desarrollo de proyectos en torno al sector

hotelero. El apoyo de los Socios Colaboradores a CEHAT, permite establecer una relación de confianza y beneficio mutuo entre ellos y las Asociaciones que forman CEHAT y que redundan en la mejora del sector turístico español.



AMERICAN EXPRESS

American Express es un entidad financiera que opera en más de 150 países y con 169 años de historia.

Desde nuestros inicios, en 1850, nos hemos esforzado en encontrar nuevas formas de enriquecer las vidas de nuestros clientes, respaldarles y proporcionarles un servicio especial tanto si son grandes corporaciones como pequeñas o medianas empresas. A medida que nuestro negocio se ha transformado - del transporte de dinero por diligencia a las tarjetas de pago, y de ahí a productos y servicios digitales e innovadores - una cosa se ha mantenido constante: nuestro firme compromiso en ganarnos la lealtad de nuestros clientes en el largo plazo.

Para el sector de la hostelería, aceptar American Express supone abrir las puertas de su negocio a clientes particulares y de empresa, tanto españoles como internacionales, con un alto poder adquisitivo y tremendamente fieles al uso de la Tarjeta.

En definitiva esperamos que nuestros productos y servicios diferenciales le ayuden a hacer crecer su negocio y conseguir sus metas.



CAIXABANK

ESPECIALIZACIÓN EN EL SECTOR HOTELERO

En CaixaBank creemos que las empresas del sector hotelero merecen una atención especializada. Por este motivo, hemos creado una oferta centrada en proporcionarle productos y servicios específicos, así como profesionales expertos en el sector que le ayudarán a optimizar la rentabilidad de su negocio y a simplificar su actividad diaria.

Ponemos a su disposición múltiples alternativas de financiación para que pueda llevar a cabo la adquisición de inmuebles, así como vehículos y maquinaria o la renovación del equipamiento y la ampliación de sus instalaciones de forma eficiente. Entre todas las ventajas, encontrará distintas soluciones de cobros y pagos adecuadas a sus características, así como servicios exclusivos para agilizar sus procesos de gestión y facilitar sus operaciones comerciales con el extranjero.

Además, contará con Línea Abierta, nuestro servicio de banca por Internet y móvil líder en España, según califica Aqmetrix, con el que podrá realizar toda su operativa bancaria sin límite de horarios.



CAMPOFRÍO SMART SOLUTIONS

Campofrío Smart Solutions tiene como objetivo cubrir las necesidades de todos los segmentos de la hostelería (Ocio, Restauración, Hotelería, Colectividades) ofreciendo el mejor servicio a sus clientes. Para conseguirlo, desarrollamos productos adecuados para cada ocasión de consumo fuera del hogar, y ayudar al hostelero a cubrir las necesidades de sus clientes. Además, tratamos de construir experiencias con nuestras marcas (Campofrío, Oscar Mayer, Navidul, Pizzella&Go,...), con el objetivo de generar más valor para tu negocio.

Tratamos de destacar por nuestro esfuerzo por mejorar sus relaciones con los clientes, para garantizar el mejor servicio. Contacto: hosteleria@campofrio.org www.campofriosolucionesdehosteleria.es Teléfono : 902 077 000



DYRECTO

Dyrecto consultores es una empresa de consultoría con más de 20 años de EXPERIENCIA en el sector, y que está ESPECIALIZADA en gestión de financiación pública ayudas y subvenciones para proyectos de inversión.

Dyrecto es la empresa LIDER en obtención de fondos FEDER para proyectos TURISTICOS, tanto de nueva construcción, como de modernización o ampliación de un establecimiento ya existente. Gracias a nuestra amplia experiencia ayudamos a nuestros clientes a definir e implantar la mejor estrategia para sus inversiones desde el punto de vista de las subvenciones, siendo Nuestro OBJETIVO garantizar el MAXIMO de subvenciones minimizando los riesgos.

Asimismo, Dyrecto a través de su departamento de Responsabilidad Social Corporativa (Mentor Day) ayuda emprendedores a llevar a cabo sus proyectos con la ayuda de los mejores especialistas del sector.



ESCUELA PROFESIONAL DE HOSTELERIA DE JEREZ

Centro fundado en 1995, aún en sus aulas el "saber hacer" que otorgan los años de experiencia en formación, aval de los miles de profesionales posgraduados formados en este centro, con la metodolo-

gía didáctica, basada en contacto con el mundo empresarial desde el primer día.

Contamos con aulas magistrales de cocina y cata, las cuales están a disposición de empresas, asociaciones, fundaciones, etc. para la organización de actividades y eventos. Además pueden informarse de nuestra amplia oferta de cursos monográficos. La Escuela de Hostelería de Jerez se ha convertido en un referente de calidad en la realidad andaluza. Teléfono: 956 03 50 50



FIABILIS CONSULTING GROUP

Fiabilis Consulting Group es un grupo español pionero, con servicios innovadores en Recursos Humanos.

- La consecución de beneficios en la partida de coste laboral, bien por la solicitud de devoluciones del histórico, bien por la consecución de ahorros a futuro siempre con retribución a éxito.
- La detección de Riesgos frente a la Inspección de Trabajo y Seguridad Social con un modelo de retribución por satisfacción.

Tratamos de compartir nuestra experiencia con nuestros clientes para conseguir juntos, un mayor beneficio y un menor riesgo en nuestra área de competencia.

El sector hotelero es prioritario para nosotros, y contamos con numerosos casos de éxito entre nuestros clientes.



GAT

GAT - Gestión de Activos Turísticos es un referente en lo que a Interim Management y Explotación Integral, temporal o permanente, de Activos Turísticos se refiere. Cuenta con un Equipo Directivo Propio especializado en todas las áreas del negocio: Operación, marketing y ventas, reservas, alojamiento, alimentación & bebidas, administración, sistemas y mantenimiento.

GAT es reconocida por su capacidad y agilidad en la búsqueda de una solución concreta para cada activo, define una estrategia y un plan de acción concreto y personalizado, y lo pone en marcha. Experiencia contrastada en hacerse cargo de negocios de forma inmediata: Apertura, cambio de operador, abanderamiento del establecimiento con franquicia internacional; gestiona los proyectos turísticos en todas las fases desde su existencia. www.gatgestion.com - 91 432 15 21



IMF BUSINESS SCHOOL

IMF Business School es una referencia nacional en formación a empresas

y particulares; de ello dan fe los más de 110.000 alumnos y 5.000 empresas formadas. La calidad y el prestigio de sus servicios viene avalada por la Asociación Española de Escuelas de Negocio (AEEN), The Association to Advance Collegiate Schools of Business (AACSB), la Asociación Nacional de Centros de Educación a Distancia (ANCED) y el sello EFQM +400. Dentro de su catálogo imparten formación en Turismo, Prevención de Riesgos Laborales, Marketing, Dirección de Empresas, Recursos Humanos, Logística o Finanzas; en modalidades online, presencial o semipresencial. Más información: www.imf-formacion.com



IMPUESTALIA

Empresa especializada en la revisión de valores catastrales, dedicada en exclusiva a la Optimización Impositiva. Nuestro fin es su ahorro. En nuestros más de seis años de gestión catastral, hemos revisado más de 15.000 inmuebles de todo tipo: Hoteles, locales, centros comerciales, edificios de oficinas, campings, campos de golf, aparcamientos, etc. Nuestra Tarifa es "A ÉXITO", sólo devengamos honorarios si el cliente obtiene AHORROS. Tenemos cobertura nacional, equipo jurídico propio y acuerdo preferente con KRATA Sociedad de Tasación.

Importante: conseguimos encontrar causa de ahorro en uno de cada tres inmuebles que estudiamos. El ahorro medio que conseguimos es del 27% con lo que las cuantías económicas de las que hablamos son de mucha relevancia para la cuenta de resultados de los Asociados.

Estaremos encantados de atenderles. www.impuestalia.net Fernando Diez - fdiez@impuestalia.com 649 865 381



INTERMUNDIAL

Líder en soluciones para la industria turística, especializado en el diseño y comercialización de seguros de viaje. Más de 20 años de experiencia avalan un profundo conocimiento del sector, que se traduce en productos 100% orientados al viajero y a las empresas turísticas. InterMundial cuenta con sedes en las principales ciudades de España, además de 8 delegaciones en el extranjero: Reino Unido, Francia, Italia, Portugal, Polonia, Colombia, Brasil y México.

El bróker es la empresa matriz de Grupo InterMundial, formado por Tourism & Law, despacho de abogados dedicado en exclusiva al asesoramiento legal de las empresas turísticas, Travelhelp, servicio de atención al cliente en cualquier parte del mundo, y Fun-

dación InterMundial.
www.intermundial.es



LITTIIUM BY KAOS

Littium by Kaos es una marca de bicicletas eléctricas que crea diferencia por tener su propio equipo I+D+I y por haber creado un sistema de control propio llamado DAO® (diferencial automático de onda). La empresa, situada en Vizcaya, nació hace tres años de la unión de dos empresas, por un lado, LITTIIUM (dedicada al diseño y desarrollo) y por otro, KAOS ENTERTAINMENT (fabricante y distribuidor tecnológico), que cuenta con más de treinta años de trayectoria en el mercado de las nuevas tecnologías. Su objetivo es ofrecer un producto acabado, de alta gama, con un precio competitivo para el mercado actual.
www.littiumbykaos.com

LUMELCO

LUMELCO

Lumelco es una empresa española que lleva más de 50 años dedicada al sector de la climatización, calefacción y agua caliente sanitaria (ACS). Es importadora y distribuidora en exclusiva en España y Portugal de primeras marcas del sector: equipos de Climatización y ACS de la multinacional japonesa Mitsubishi Heavy Industries, energía solar térmica de tubos de vacío de Kingspan Thermomax, equipos de deshumidificación y ventilación de Dantherm, equipos para el tratamiento de aire de LMF Clima, perteneciente a Ferraro Group y enfriadoras por absorción de Broad. Ofrece una amplia gama de soluciones eficientes energéticamente para el ahorro en las instalaciones en hoteles.
www.lumelco.es
marketing@lumelco.es

ONNERA CONTRACT

ONNERA CONTRACT

Somos un líder en soluciones integrales de

cocinas profesionales y áreas de restauración en el sector hotelero, que se ocupa con agilidad y eficiencia de todas las fases de tu proyecto: el diseño, la ingeniería, la fabricación, la logística, la instalación, la puesta en marcha y el mantenimiento.

Un proveedor capaz de darte una respuesta global y eficiente que incluye todos los dispositivos que necesites. Un único interlocutor para tu proyecto.

Para ello, tenemos detrás nuestro a FAGOR INDUSTRIAL, fabricante de referencia en el mercado internacional.

Los proyectos integrales realizados por ONNERA CONTRACT se hospedan en decenas de hoteles de todo el mundo: desde Resorts en el Caribe o destinos vacacionales españoles, a hoteles urbanos de las principales cadenas.

ONNERA CONTRACT pertenece a ONNERA GROUP, un grupo líder en el equipamiento para la hostelería, la restauración colectiva y la lavandería, presente en las mejores cocinas e instalaciones del mundo. Tenemos oficinas comerciales y de proyectos en Oñati, Madrid, Sevilla, Valencia, Palma de Mallorca, Tenerife y Gran Canaria. También estamos en Algarve (Portugal), Cancún (México), La Habana (Cuba), Bávaro (Dominicana), Kingston (Jamaica), y Bogotá y Cartagena (Colombia).
www.onneracontract.com



PERELADA & CHIVITE

Perelada & Chivite es hoy un referente en el mundo vitivinícola. Con presencia en las principales denominaciones de origen, más de 450 hectáreas de viñedos en propiedad y más de 320 hectáreas de explotación controlada.

La familia Suqué Mateu, propietaria de Perelada & Chivite, busca mantener la identidad de las diversas zonas productoras, potenciando el respeto al terroir y a los paisajes donde se desarrolla la actividad vinícola de cada una de las marcas que conforman una completa colección de vinos únicos.

Nuestro compromiso con el desarrollo y la innovación nos ha posiciona-

do como uno de los grupos vitivinícolas más importantes del país y uno de los proyectos con mayor potencial de crecimiento a nivel internacional. Entendemos el sector de la hostelería como un motor de desarrollo y creemos en las sinergias para sumar calidad y valor en los distintos proyectos de colaboración. Para más información: Larry Barroso laureano.barroso@pereladachivite.com
Teléfono: 699 937 946



PIKOLIN

Grupo Pikolin, con una facturación superior a los 400 millones de euros, es el segundo grupo Europeo del sector descanso, líder en España y Francia. Cuenta con ocho plantas de producción en Europa y dos en el sudeste asiático en las que trabajan más de 2100 personas.

La estrategia de crecimiento del Grupo se basa en la investigación y el desarrollo de las principales tecnologías del descanso contando con el mayor número de patentes de su categoría. Grupo Pikolin fabrica múltiples productos relacionados con el descanso y que conforman el núcleo de su negocio: colchones, somieres, bases, almohadas y textil. Descubre más en www.grupopikolin.com



ROCKWOOL

ROCKWOOL Peninsular, S.A.U. forma parte del Grupo ROCKWOOL. Con 1 fábrica y alrededor de 200 empleados, somos la organización de ámbito regional que ofrece avanzados sistemas de aislamiento para edificios.

El Grupo ROCKWOOL se compromete a enriquecer la vida de todas aquellas personas que entran en contacto con nuestras soluciones. La lana de roca es un material versátil que forma la base de todos nuestros negocios. Con aproximadamente 10.500 comprometidos empleados en 38 países diferentes,

somos el líder mundial en soluciones de lana de roca tanto para el aislamiento de edificios y techos acústicos como para sistemas de revestimiento exterior, soluciones hortícolas, fibras de ingeniería diseñadas para usos industriales y aislamientos para procesos industriales, marítimos y plataformas offshore.



Schindler

SCHINDLER

Fundado en Suiza en 1874, el Grupo Schindler es uno de los líderes mundiales en el sector de ascensores, escaleras mecánicas y otros servicios relacionados con el transporte vertical. Las soluciones de movilidad urbana de Schindler transportan diariamente a mil millones de personas en todo el mundo. Tras el éxito de la compañía se encuentran los más de 60.000 empleados presentes en más de 100 países.



TINSA

Compañía líder en valoración y asesoramiento inmobiliario en España y Latinoamérica, y una de las mayores tasadoras del mundo. Tinsa cuenta con un equipo especializado en valoración de negocios y activos inmobiliarios hoteleros. Trabaja de manera recurrente con grandes cadenas e inversores en la realización de tasaciones bajo estándares nacionales e internacionales (RICS, IVS, ECo) y es asesor de referencia en operaciones de compra, reposicionamiento, desinversión y constitución de socimis gracias a su conocimiento del sector y su demostrado know how técnico. Tinsa ofrece cobertura internacional a través de su red de oficinas en Latinoamérica, Portugal, Países Bajos, Bélgica, Italia y Marruecos.

Más de
15.000
establecimientos

1.800.000
de plazas

51
Asociaciones



CEHAT
CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOTELES
Y ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

Representación y defensa de los intereses del sector hotelero español, promoción, innovación, financiación, calidad, seguridad...

CEHAT representa a todo el sector del alojamiento español: hoteles, apartamentos turísticos, campings & resorts y balnearios. Representa más de **15.000 establecimientos** y **1.800.000 plazas** agrupadas en **51 Asociaciones** de ámbito nacional, provincial, autonómico y local en todo el territorio nacional.

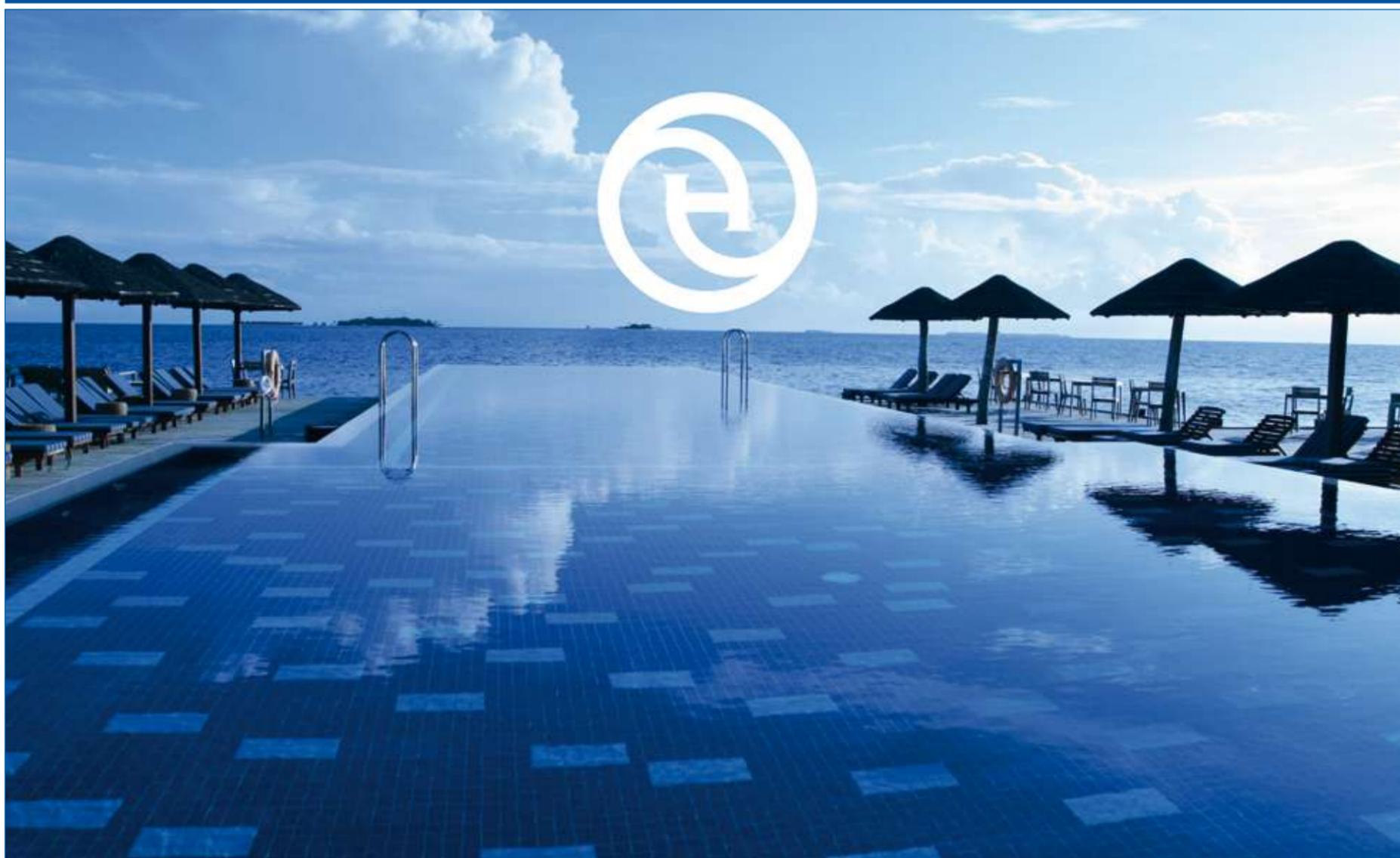
www.cehat.com



@CEHAT

CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOTELES Y ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

Orense, 32. 28020 Madrid / Teléfono 902 01 21 41 / Fax 91 556 73 61 / E-mail: monica@cehat.com / Una Publicación del Grupo NEXO



Más de
15.000
establecimientos

1.800.000
de plazas

51
Asociaciones



CEHAT

CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOTELES
Y ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

Representación y defensa de los intereses del sector hotelero español, promoción, innovación, financiación, calidad, seguridad...

CEHAT representa a todo el sector del alojamiento español: hoteles, apartamentos turísticos, campings & resorts y balnearios. Representa más de **15.000 establecimientos** y **1.800.000 plazas** agrupadas en **51 Asociaciones** de ámbito nacional, provincial, autonómico y local en todo el territorio nacional.

www.cehat.com

