La Tarjeta Profesional de Hostelería y Turismo para los trabajadores

La Fundación Laboral Hostelería y Turismo, en la que está integrada CEHAT, ha creado esta tarjeta para los profesionales del Sector, que les permitirá acreditar la formación asociada a su puesto.

pág. 11

#techYhotel 2020, el 'showroom' de FITURTECHY

El Instituto Tecnológico Hotelero presentó en FITURTECHY 2020, su proyecto de *showroom* que organizó junto a 24 empresas del Sector.

págs. 20 a 25

Director: Ramón Estalella. Marzo 2020 / Nº 167 / Año XV

Una Publicación del Grupo Nexo

CEHAT

CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOTELES Y ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

Oviedo será la sede del próximo Congreso de Hoteleros Españoles

La primera semana de marzo de 2021 se celebrará en Oviedo la edición número 18 del Congreso de Empresarios Hoteleros coorganizado por CEHAT y OTEA Hostelería de Asturias. Tras las ediciones de Málaga y Salamanca, los organizadores esperan alcanzar la cifra de medio millar de asistentes. El congreso, dirigido a todos los profesionales de empresas de alojamiento, desde CEOs y presidentes a directores de departamentos como Mantenimiento, Recursos Humanos, Marketing, Revenue Management y Finanzas, contará con áreas diferenciadas para las ponencias de carácter técnico y una feria de proveedores seleccionados por su interés para nuestro Sector.

El congreso abordará temas como la irrupción de nuevos modelos de negocio y otras noticias en el panorama económico turístico de nuestro país, como el Brexit o el coronavirus. Las nuevas formas de gestión y los cambios empresariales será otros de los focos. La irrupción de las tecnologías, la digitalización y el internet de las cosas, cómo afectará a los procesos la incorporación de *software* y *hardware* que nos permita estar conectados y con información sincronizada, será otro de los temas sobre el que los expertos tratarán de arrojar algo de luz.

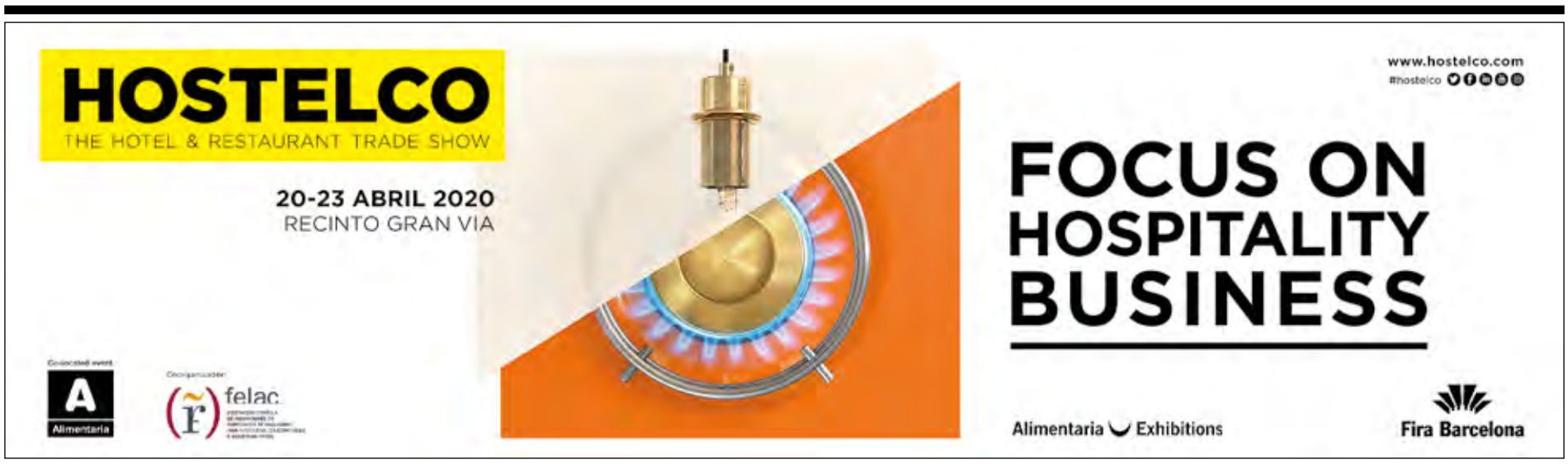
El uso racional de los recursos, los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y la responsabilidad de todos los departamentos de los establecimientos entrará también a debate, tratando de encontrar la respuesta a esta tendencia que será actualidad en muy breve plazo de tiempo. También se debatirá sobre la cuestión de la fidelidad del cliente, es más, de quién es el cliente, cómo enganchar al cliente en nuestras redes o, de otra manera, si es necesario mejorar la venta directa o hay que mantenerse en la venta indirecta. La gestión de personas, el cliente interno y externo, y la economía circular serán el punto que centre la búsqueda de la maximización de la rentabilidad. ***Pág. 13***

El registro de las pausas en el trabajo

El asesor laboral de CEHAT, Carlos Sedano, analiza una sentencia sobre la posibilidad de registar las pausas en el trabajo de los empleados. ***Pág. 6***

José Manuel Cardona

Riesgos, amenazas y situaciones complejas para el Sector. ***Pág. 4***



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.

www.CaixaBank.es/empresas

CEHAT
CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOTELES Y ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

PRESIDENTE: **Jorge marichal**
SECRETARIO GENERAL: **r amón e stalella**

DIRECTOR
r amón e stalella

COOrdin ACió n edit Ori AL: Eduardo Santamaría

COmité e JeCUti vO: 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 (Baleares); 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)

r ed ACt Ores y COLAbOr AdOres : 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.
red ACCión y Administr ACión
Lope de Vega, 13. 28014 Madrid
91369 41 00 (20 líneas)
E-mail: humi@cehat.com

Presidente: e ugenio de Quesada / COnse Jer O-de LeGAd O: Carlos Ortiz
dire Ct Or fin AnCier O: Javier Pascual Coruña / **dire Ct Or JUr idiCO:** Santiago Moratalla
dire Ct Or de inf Orm Ati CA: José Manuel Dávila / **dire Ct Or A de Pers On AL:** Pilar la Hoz
de PArt Ament Os / Jefe de Administr ACión: Mª Antonia Martín / **Jefe de COnt Abi Lid Ad:** Paloma López
de PArt Ament O de PUb LiCid Ad Pr OPiO: *Madrid:* Mercedes León. **fAC t Ur ACión:** María José González
s UsCri PCiOnes: Mercedes León. **Aten Ción AL CLiente :** Raúl López. **b Ase de d At Os:** Mar Fernández

s ervi CiOs edit Ori ALes : 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 Hotelería 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

Coordinación, mesura y responsabilidad

La crisis del coronavirus pone a prueba al Sector. La puesta en cuarentena de un millar de clientes en un hotel tinerfeño, al igual que ocurrió con el pasaje de un crucero en Japón, y decisiones tan traumáticas como la suspensión del Mobile World Congress, han golpeado con fuerza al Turismo. Demostrando que nada es más contagioso que el miedo, la epidemia del Covid-19, popularizado como coronavirus, ha generado una alarma social sin precedentes. Pese a que una enfermedad tan común como es la gripe afectó a casi 800.000 personas en España en la temporada 2017-2018, causando 15.000 fallecimientos, los daños colaterales que está causando el Covid-19 —cuyos efectos reales son muchísimo menores— resultan exponencialmente mayores. Especialmente para una actividad económica tan relevante como los viajes.

La crisis desatada por la enfermedad pone de manifiesto el elevado grado de compromiso del Sector Turístico (y de la Hotelería en particular) con los organismos públicos españoles, al ser plenamente consciente de la importancia que tiene aplicar de manera proactiva y con el máximo celo los protocolos establecidos. Un ejercicio de responsabilidad por parte de las empresas y los profesionales turísticos, que son los primeros interesados en el control de la epidemia, ante los efectos nocivos que su extensión está causando a nuestra actividad.

Sorprende, no obstante, la desinformación de la que adolece gran parte de la sociedad, acerca de los efectos de la enfermedad. Porque la convalecencia del coronavirus es similar a la de la gripe común y, al igual que la gripe, es peligrosa para personas de edad elevada y que presentan otras afecciones o enfermedades, especialmente respiratorias. Sin embargo, el imaginario colectivo le atribuye un riesgo de mortandad que no se corresponde con la realidad. Y es precisamente en el tratamiento mediático del virus donde cabría pedir responsabilidad a los medios de comunicación, aplicando un tratamiento informativo con más mesura y menos sensacionalismo.

Las presiones para que se suspenda la ITB berlinesa, la mayor feria de Turismo del mundo, son el último ejemplo de lo que no debiera ocurrir, y pone de manifiesto la vulnerabilidad de la actividad turística. Especialmente en el viaje profesional y los eventos. A las puertas del cambio de ciclo económico, el coronavirus podría trasladar al Turismo la desaceleración que ya sufre buena parte de la economía. De ahí la importancia de que nuestro Sector sea proactivo en esta crisis, que solo tiene un aspecto positivo: que se ha producido en febrero y, por tanto, en plena temporada baja.

España cuenta con grandes atributos —como una Sanidad del más alto nivel—, que son especialmente valiosos en una crisis como ésta. Y con un Sector Turístico excepcional, capaz de dar respuesta y colaborar activamente con las autoridades, ante una emergencia sanitaria como la que nos amenaza. Con eficacia y responsabilidad.

Decisiones clave y estrategia de futuro

***Rafael Olmos** / Presidente de Hostelco*

En los últimos cinco años, más de la quinta parte del parque hotelero español ha actualizado sus instalaciones acometiendo importantes reformas con el fin de adaptar los alojamientos a las nuevas expectativas de los clientes. Experiencias personalizadas, sostenibilidad y tecnología disruptiva entran de lleno en estos procesos de remodelación y mejora que elevan la competitividad, la calidad y, en definitiva, la rentabilidad del Sector aprovechando el buen momento del turismo en nuestro país.

Estamos, por tanto, en un periodo de continuo desarrollo que obliga al Sector Hotelero a estar al día de las últimas novedades que pueden aplicar en sus establecimientos con el fin de conseguir los mejores resultados para su negocio.

Hay que subirse a esa evolución marcada por la rápida introducción de nuevas tecnologías y por las nuevas preferencias de los huéspedes que hay que responder. No sirve asistir como meros espectadores al rápido cambio de paradigma que se está produciendo en la industria del *hospitality*. Es momento para repensar el producto hotelero y tomar decisiones estratégicas para avanzar en la buena dirección.

Sostenibilidad, tecnología y experiencias

El compromiso ambiental y la responsabilidad ética son dos de las demandas que cobran protagonismo y que impulsan a los hoteles a tomar medidas en diferentes áreas. No se trata sólo de mejorar el diseño con materiales y técnicas constructivas sostenibles o utilizar tecnología y equipamiento más eficientes que reduzcan el consumo de energía de los establecimientos. Se trata también de implementar una estrategia de proveedores y compra de productos respetuosos con el entorno, minimizar los residuos, utilizar energías renovables, reducir la contaminación y las emisiones, contribuir a preservar la naturaleza, las tradiciones y la cultura del entorno, así como respetar y aplicar planes de igualdad entre los empleados. En definitiva, tomar conciencia de los ODS y de cómo colaborar a mejorar nuestro mundo.

Además, los viajeros, cada vez más conectados, exigen a los hoteles y alojamientos turísticos opciones cada vez más personalizadas que contribuyan a enriquecer sus propias vivencias. Buscan una gastronomía siempre disponible en la que se ponga en valor el producto local; conceptos de habitación diferentes y adaptables a diversos presupuestos, necesidades o grupos de personas; zonas comunes donde se permita el intercambio de experiencias con otros clientes; y mayor aplicación de las nuevas tecnologías (inteligencia artificial, IoT, realidad virtual, etc…) en los procesos del hotel que faciliten y agilicen la reserva y la estancia y proporcionen la mejor experiencia en destino.

Es momento de apostar por la innovación, la autenticidad, la sostenibilidad, las experiencias únicas y la tecnología. Todo ello hará que nuestro establecimiento sea diferente y que nuestros clientes nos elijan de nuevo y nos recomienden.

Y es precisamente en esta coyuntura de transformación cuando se celebra Hostelco, la mayor feria de equipamiento para restauración, hotelería y colectividades de nuestro país y una de las primeras de Europa en su especialidad. Este año Hostelco amplía las sinergias con el salón Restaurama (alimentación fuera del hogar) de Alimentaria y suman conjuntamente cerca de 30.000 metros cuadrados con la oferta de 800 firmas expositoras.

La nueva sectorización propuesta en esta edición facilitará enormemente la visita de todos los profesionales que podrán ver: equipos y maquinaria de hostelería en el área Fully Equipped; novedades en menaje y servicio de mesa (Setting); los productos y equipos relacionados con el café, pastelería, panadería, pizza y heladería (Moments); las tendencias en artículos de decoración, interiorismo y *contract* (Atmosphere); los productos y servicios tecnológicos para procesos hoteleros y los orientados al entretenimiento y mejora de la satisfacción de los clientes (Tech), además de nuevas posibilidades para el *delivery* y *vending* (Everywere).

> Es momento para repensar el producto hotelero y tomar decisiones estratégicas para avanzar

Paralelamente, Hostelco ofrece toda una serie de actividades experienciales y formativas para vivir en directo las innovaciones y tendencias que vienen a transformar la hotelería y la restauración a la que estamos acostumbrados. Esa es la filosofía de espacios como Hostelco Live Hotel y Hostelco Live Restaurant que recrearán estancias de un hotel decoradas para conseguir despertar emociones y un restaurante que cambiará de ambientación cada día, flexible y adaptable a diferentes necesidades. También Hostelco Live Arena donde se llevarán a cabo las ponencias y sesiones o el espacio para proyectos de *startups* llamadas a revolucionar la alimentación y la hotelería, sin olvidar el protagonismo que se concederá al sector del café y los Premios Hostelco a los mejores conceptos y reposicionamiento hoteleros.

Cabe destacar la apuesta por el Sector Hotelero a través de las comentadas áreas Live Hotel y Live Arena, lideradas por CEHAT e ITH, entidades expertas en el Sector, que por trayectoria y *know how* trabajarán en contenidos y espacios que aporten un conocimiento e innovación de gran interés para el Sector Hotelero.

Por tanto, qué mejor oportunidad para rentabilizar su tiempo, actualizarse, conocer nuevos proveedores, innovaciones y tendencias que le ayuden a tomar decisiones estratégicas que venir a Hostelco el próximo mes de abril en la capital catalana. Además, en colaboración con CEHAT-ITH tiene la posibilidad de participar en un programa exclusivo de compradores VIP para mantener reuniones de negocio con expositores de la feria seleccionados en función de sus necesidades.

Me gustaría invitarles a visitar Hostelco del 20 al 23 de abril en el recinto de Gran Via de Fira de Barcelona y aprovecho para recomendarles la participación activa en sus actividades.

José Manuel Cardona
Socio de Garrigues

…Y un feliz año 2020… lleno de alegrías…

Todavía son recientes las fechas navideñas en las que hemos deseado a los nuestros una Feliz Navidad y un Nuevo Año repleto de éxitos. Una mirada al 2019, recientemente terminado, y a las primeras semanas de este 2020 puede producirnos cierta contradicción con el deseo de felicidad para el nuevo año. Este será sin duda un año en el que el sector turístico en general y el hotelero en particular se enfrentarán a riesgos, amenazas y situaciones complejas. Algunos ya son conocidos, otros son recientes y algunos están por llegar. Alguien podría pensar que más que un año de alegrías será un año de problemas para el Sector.

Pero como nos dicen muchos expertos en motivación, no hay tal contradicción, pues la felicidad no es la ausencia de problemas, sino la disposición y destreza para enfrentarse a ellos.

Sin ánimo de hacer un listado completo, los problemas o situaciones complejas con los que el sector se va a enfrentar este año podrían ser los siguientes:

- Efectos del 'Covid-19' en los viajes internacionales.

- La caída del grupo Thomas Cook y sus consecuencias: reducción de la conectividad aérea en algunos destinos, tensiones de tesorería por el deterioro de cuentas a cobrar con dicho grupo, menor competencia entre grandes turoperadores europeos.

- El nuevo marco normativo en las relaciones UK-EU una vez finalice el periodo transitorio y se fijen los términos del post-Brexit (especialmente relevante en el sector turístico en cuanto al control de pasaportes y en materia de protección de datos).

> El sector turístico y el hotelero se enfrentarán a riesgos, amenazas y situaciones complejas

- Posible aprobación por la UE de una tasa verde a la navegación aérea.

- Probable reforma de la reforma laboral y aumento de la presión fiscal en la nueva legislatura.

- Los procedimientos judiciales consecuencia del levantamiento de la suspensión de la aplicación de la Ley 'Helms Burton'.

- Adaptación de las normas autonómicas en materia de viajes a la Directiva Europea 2015/2302 y la aplicación del Real Decreto-ley 23/2018, que transpone dicha directiva a la normativa española.

- La instauración de la denominada 'tasa Google'.

- La aplicación del Reglamento (UE) 2017/23941 (en vigor desde el pasado 17 de enero) y la transposición a nuestro derecho doméstico de la Directiva 2019/21613, que implican un incremento notable en la protección de los derechos de los consumidores de la Unión Europea.

> La aprobación de regulación en los ámbitos autonómicos y locales del alquiler vacacional

- La aprobación de regulación en los ámbitos autonómicos y locales en materia de alquiler vacacional, así como las consecuencias de la reciente sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea, caso Airbnb-AHTOP (C-390/2018), en el que se califica de «servicio de la sociedad de la información» y no de intermediación inmobiliaria a la actividad de Airbnb.

- Los procesos de concentración de grandes empresas españolas del sector aéreo y de la turoperación iniciados en el último trimestre de 2019.

- La inseguridad jurídica del concepto "unidad económica autónoma" en cuanto a la fiscalidad indirecta en la compra de activos hoteleros…

En definitiva, un 2020 lleno de felicidad.

Retos de Sostenibilidad para los Hoteles

GRUPO COOPERATIVO CAJAMAR

¿QUÉ NECESITA UN HOTEL PARA SER SOSTENIBLE?

Integrar la sostenibilidad en la arquitectura del hotel.

En la construcción de nuevos establecimientos, puede adoptarse el enfoque de "los tres ceros": **Kilómetro cero** > usar materiales de construcción y mano de obra locales. **Dióxido de carbono cero** > dar prioridad a la gestión de la energía y la reducción de las emisiones. **Residuo cero** > introducir la gestión del ciclo de vida de los productos en el proceso de construcción.

Reducir al máximo el gasto energético.

Mediante iluminación LED o con **electrodomésticos eficientes** y apostando por las **renovables**: paneles solares, etc.
Ha de cumplir con los principios de **construcción bioclimática** para aprovechar al máximo los recursos naturales.

Eliminar los productos de plástico de un solo uso.

Ir un paso más allá del reciclaje, reduciendo la ingente cantidad de residuos derivada de la fabricación y el posterior desechado de estos artículos. Deshacerse de las botellas y las bolsas de plástico es un excelente punto de partida.

Crear un hotel sin papel.

Se trata de un objetivo muy fácil de cumplir, de hecho muchas cadenas ya están en ello, con un sistema de gestión hotelera moderno que simplifica las operaciones y optimiza la experiencia de los huéspedes a la vez que se reducen las emisiones de carbono.

Minimizar el consumo de agua más allá de las habitaciones.

Además de animar a los huéspedes a tomar conciencia sobre el uso que hacen del agua y las toallas, algunos establecimientos están implantando elementos tan innovadores como duchas que filtran su propio agua.

Conservar la energía.

Un método económicamente sostenible, eficaz y fácil de aplicar, por ejemplo, es rediseñar la experiencia de los huéspedes para animarlos a adoptar comportamientos adaptativos.
Para ello el hotel puede reemplazar el minibar y la cafetera de cada habitación por una zona común abierta a todos los huéspedes.

Eliminar el desperdicio de comida.

Cultivando alimentos en las instalaciones, comprando productos de proximidad y modificando las normas sociales para garantizar que el desperdicio de comida deje de verse como algo aceptable.

Todas las Soluciones de Financiación para mejorar la Sostenibilidad de tu Hotel

En **Grupo Cooperativo Cajamar** trabajamos para diseñar nuevas fórmulas de financiación de **ECONOMÍA VERDE** para acometer inversiones específicas para este sector:

- Proyectos de autoconsumo fotovoltaico •
- Proyectos de optimización y mejora del consumo de agua •
- Adquisición de vehículos eléctricos e híbridos •
- Renting de vehículos eléctricos e híbridos •

GRUPO COOPERATIVO CAJAMAR

www.grupocooperativocajamar.es/sectorhotelero

Turismo Sostenible

Carlos Sedano
Asesor Laboral de CEHAT

Los empresarios pueden obligar al registro de las pausas en el trabajo

La Sala de lo Social de la Audiencia Nacional ha conocido, en sentencia de 10 de diciembre de 2019, del conflicto colectivo planteado contra una sociedad de carburantes por el sindicato Comisiones Obreras, en materia de modificación sustancial de las condiciones de trabajo, resolviendo que no son nulas las pautas impartidas por la empresa con motivo de la implantación del registro de jornada, en lo que respecta a la obligatoriedad de registrar las ausencias para fumar, tomar café, desayunar, etcétera; la forma de cómputo del tiempo invertido en viajes de trabajo por parte de su plantilla, y la norma según la cual la realización de horas extraordinarias esté supeditada a la autorización del responsable directo y de la dirección de recursos humanos de la entidad.

La implantación del registro horario ha obligado a abordar en el seno de las empresas una pormenorizada regulación del tiempo de trabajo, y una concreción exhaustiva de qué debe entenderse por tiempo de trabajo efectivo y qué no, aspectos en la mayoría de los casos pacíficos con anterioridad a la promulgación de la norma, que se venían regulando por los usos y costumbres en cada empresa.

Buen ejemplo de ello es el interés suscitado por la sentencia de la Audiencia Nacional de 10 de diciembre de 2019, conocida recientemente, que ha resuelto el conflicto colectivo instado por el sindicato Comisiones Obreras (CCOO) contra la empresa GALP. Pretendía dicho sindicato que la Sala de lo Social declarara la nulidad de la decisión empresarial relativa a la implantación, como criterio de registro, que la realización de un viaje de trabajo sin regreso a la oficina en el mismo día debía contabilizarse como trabajo efectivo 7,45 horas en total y no todo el tiempo invertido en el viaje más el trabajo efectivamente desarrollado en atención al cliente, cuya duración total podría ser superior o eventualmente inferior; la nulidad también de la medida consistente en que la prolongación de jornada fuera de lo establecido en el calendario laboral y jornada diaria, es decir las horas extraordinarias, debería estar supeditada al cumplimiento del requisito de la autorización previa por parte del responsable directo y de la dirección de personas de la empresa, y no a la realización efectiva y material de esos trabajos más allá de la jornada ordinaria o exceso de jornada; y, finalmente, que se declarara nulo el nuevo cómputo de fichajes por posibles ausencias para fumar, tomar café, desayunar, que, según el sindicato accionante, hasta ahora se integraban como tiempo de trabajo dentro de la jornada y no se registraba ni se descontaba.

Alegaba el sindicato que tales medidas se habían adoptado sin un periodo previo de consultas real y efectivo, ni negociación sobre propuestas concretas, sino decidido unilateralmente por la empresa y comunicado a toda la plantilla por correo electrónico, y que además constituía modificación sustancial de condiciones de trabajo al suponer la regulación ex novo de condiciones laborales en materia de jornada, descansos y trabajo efectivo, que no existían con anterioridad. Por su parte la empresa se oponía a tal consideración pues, a su entender, la implantación del sistema de registro horario en modo alguno alteraba condiciones de trabajo que se vinieran disfrutando con anterioridad, y alegaba que, tras varios contactos con la representación legal de los trabajadores, no se había alcanzado acuerdo alguno.

La sentencia rechaza las tres pretensiones al entender que no se había acreditado la existencia de unas condiciones de trabajo previas que hubieran sido alteradas por el registro de jornada.

En cuanto a la primera (tiempo de trabajo computable durante los viajes de trabajo), se indica que la parte demandante no había acreditado que con anterioridad a la implementación del sistema de registro de jornada, los trabajadores que hubieran de desplazarse a otra localidad y finalizasen su jornada en la misma, estuviesen facultados para regresar ese mismo día y que el tiempo invertido en tal desplazamiento se reputase como de prolongación de jornada. Por el contrario, la empresa había probado que el personal comercial debían pernoctar en la localidad en la que había concluido su jornada de trabajo y regresar al domicilio o centro de trabajo el día siguiente, en que se consideraba que iniciaba su jornada a las ocho de la mañana sin necesidad de fichaje, e independientemente de la hora real de entrada.

> La realización de un viaje de trabajo sin regreso a la oficina en el mismo día debía contabilizarse

En cuanto a la segunda, horas extraordinarias supeditadas a autorización previa, indica el Tribunal que no se acreditó que la realización de horas extraordinarias quedara al arbitrio de los trabajadores, ni que estos tuvieran encomienda o compromiso previo para llevarlas a cabo, por lo que la realización de las mismas, únicamente podría tener lugar en virtud de pacto entre empleador y trabajador, el cual para su perfeccionamiento requeriría el consentimiento de las partes al respecto, no la mera voluntad de una de ellas.

En tercer lugar, por lo que respecta a la obligación de registrar las pausas, se señala que, para neutralizarla, la organización sindical demandante debería haber acreditado la existencia de una condición más beneficiosa en virtud de la cual las ausencias del trabajador para fumar, tomar café o desayunar, eran consideradas con anterioridad a la comunicación empresarial como tiempo de trabajo efectivo. En el caso analizado, en cambio, lo que se constató es que en el centro de trabajo existía un control de acceso mediante tornos, que únicamente se utilizaba a efectos de seguridad y prevención de riesgos del edificio, no de control de jornada; y se venía tolerando, por una política de confianza empresarial en virtud la cual cada trabajador es responsable de desarrollar la jornada comprometida, que los trabajadores salieran de las instalaciones para fumar o para tomar café, sin que quepa deducir de tal circunstancia, que la empresa reputase dichas interrupciones de la prestación de servicios como de trabajo efectivo, entre otras cosas, porque no existía un efectivo control y seguimiento de la jornada desarrollada por cada trabajador.

Contra dicha sentencia se ha interpuesto recurso de Casación ante el Tribunal Supremo por el sindicato accionante, estando por tanto a la espera del pronunciamiento que en su día se produzca en el seno del alto Tribunal.

Mantenimiento Schindler

Porque los ascensores de un hotel nunca duermen

Para Schindler, la seguridad es lo primero. Por ello, ponemos a disposición un servicio de **mantenimiento predictivo, preventivo y correctivo** donde la calidad y la experiencia son garantía de seguridad.

Descubre todo lo que incluye el mantenimiento Schindler

Mantenimiento predictivo

- **Monitorización remota anticipada.** Schindler monitoriza continuamente todas las funciones del sistema, de esta manera, si detecta algúna incidencia, tomará las medidas necesarias para garantizar que se solucionen en el menor tiempo posible.

Mantenimiento preventivo

- **Pruebas de seguridad**
- **Inspecciones volantes**
- **Soporte técnico**
- **Auditorías internas**
- **Auditorías de Prevención**
- **Planes de chequeo**
- **Programas:** Qualison, Chequeo Cintas y Qualigear.

El mantenimiento preventivo tiene por objeto asegurar el correcto y normal funcionamiento de las instalaciones, garantizando en todo momento una continuidad y seguridad en su utilización.

Mantenimiento correctivo

- **Mejora de las averías observadas en los equipamientos.** Como consecuencia de un mantenimiento predictivo y preventivo, conseguimos un mantenimiento correctivo.

We Elevate

Schindler

María Paz Abad
Directora de Tourism & Law

¿Ya no puedo despedir a un trabajador si no acude a su puesto de trabajo por enfermedad?

Tras la publicación el pasado mes de febrero del Real Decreto-ley 4/2020, de 18 de febrero, que deroga el artículo 52.d) del Estatuto de los Trabajadores, muchas han sido las preguntas que han surgido en torno a este tema. Y con el fin de despejarlas, es necesario poner de relieve el histórico y aquello que se encontraba regulado en nuestra legislación laboral.

El artículo 52.d) del Estatuto de los Trabajadores establecía que el empresario podía extinguir el contrato de trabajo siempre que el empleado tuviese un determinado nivel de faltas de asistencia, que fueran intermitentes y se ubicasen en determinados periodos de referencia determinados, a pesar de que fuesen justificadas, debiendo tener presente aquellas faltas que no podían computarse a dichos efectos bien por constituir el ejercicio legítimo de un derecho o bien porque derivasen de situaciones especialmente protegidas.

Por ello, según lo establecido en el citado artículo se indicaba que el empresario podía despedir objetivamente a un trabajador que alcanzase alternativamente o el 20% de las jornadas hábiles en dos meses consecutivos, siempre que el total de faltas de asistencia en los doce meses anteriores alcanzase el 5% de las jornadas hábiles o el 25% de las jornadas hábiles en cuatros meses discontinuos, dentro de un periodo de doce meses. Añadiendo la jurisprudencia que "para aplicar los porcentajes mencionados, se debe tener en cuenta los periodos integrados en esos dos o cuatro meses, con independencia de lo que suceda en cada mes aislado, lo que cuenta con los periodos mencionados en su conjunto".

En cuanto a la lista de faltas no computables, y para entender el contexto de la situación, siempre debemos estar a lo establecido en cada convenio colectivo de aplicación, toda vez que podrían darse situaciones excluidas de la lista que realiza el legislador, computándose además otras faltas adicionales.

Dicha lista, establece las siguientes faltas no computables como ausencias debidas a: huelga legal; por el tiempo destinado al ejercicio de actividades de representación legal; accidentes de trabajo; maternidad, paternidad, riesgo durante embarazo, lactancia o enfermedades derivadas de parto o lactancia; las correspondientes a licencias retribuidas con previo aviso y justificación; vacaciones; enfermedad o accidente laboral de bajas con duración de más de 20 días consecutivos y acordada por servicios sanitarios oficiales; tratamiento médico de enfermedad grave o cáncer; situación física o psicológica derivada de violencia de género acreditada por los servicios sociales de atención o servicios de salud, según el caso.

> Existe la posibilidad de imponer sanciones al trabajador en caso de ausencias injustificadas

¿Podría entenderse que cualquier empresa podía proceder a rescindir unilateralmente el contrato con el trabajador, vía despido objetivo, ante cualquier baja médica y en cualquier situación? La respuesta es no, por supuesto era necesario cumplir los requisitos establecidos en la legislación laboral vigente.

Así mismo, es importante no olvidar que en nuestra regulación laboral existen mecanismos sancionadores para evitar todas aquellas ausencias al trabajo sin justificar, en atención a lo establecido en el convenio colectivo de aplicación, y siempre atendiendo al caso concreto, mediante la vía de las sanciones, cuya máxima es el despido disciplinario.

En el propio Real Decreto-ley 4/2020, de 18 de febrero, se establece que el despido objetivo por faltas de asistencia al trabajo regulado en el artículo 52.d) del Estatuto de los Trabajadores, ha dado lugar a diferentes pronunciamientos, tanto por parte del Tribunal Constitucional como del Tribunal de Justicia de la Unión Europea, estableciendo este último "la obligación de que existan mecanismos dirigidos a contraponer y evaluar la situación concreta caso por caso, a efectos de determinar si la medida es proporcionada", exponiendo una "inmediata corrección normativa a efectos de asegurar que se aplica adecuadamente en España la doctrina establecida por el TJUE., procediendo a la derogación, a partir del 20 de febrero de 2020 de dicha tipología de despido.

Por ello, es necesario establecer que si bien es cierto que no se podrá hacer uso de este tipo de despido por faltas de asistencia al trabajo, justificadas o no, continúa existiendo la posibilidad de proceder a imponer sanciones al trabajador en caso de ausencias injustificadas al trabajo, vía despido disciplinario, debiendo tener presente que ante una enfermedad del trabajador lo necesario o lo importante no es el conocimiento de dicha enfermedad por parte de la empresa, sino si se dispone de una justificación que acredite dicha inasistencia por enfermedad, que es lo que lo diferenciaría del antiguo despido objetivo, ya que en este caso no sería voluntaria sino una actuación grave y culpable del trabajador.

HAY MÁS RAZONES QUE NUNCA PARA ACEPTAR AMERICAN EXPRESS®

Dé la bienvenida a clientes locales e internacionales, tanto personales como de empresa, con un elevado nivel de gasto y altamente fidelizados al uso de la Tarjeta.

AMERICAN EXPRESS

DON'T *do business* WITHOUT IT

Sabía que...

los Titulares de Tarjetas American Express locales e internacionales **gastaron 3,9 veces más por transacción** que el importe medio de las transacciones con tarjetas de crédito y cargo en alojamiento en España[1].

Aceptar las Tarjetas American Express también tiene los siguientes beneficios:

- Precios simples, sin comisiones anuales ni de cancelación.
- Material para punto de venta gratuito, para que atraiga a nuestros Titulares a su negocio.
- Fácil y sencillo de implementar, sin necesidad de cambiar su Terminal para Punto de Venta (TPV).

Llámenos al 900 816 738 (opción 2), de 9:30 a 17:30 h de lunes a viernes o escanee este QR, rellene el formulario y nos pondremos en contacto con usted.

1. Fuente: datos de American Express, 2018. Los titulares internacionales se definen como aquellos titulares Amex no españoles (incluyendo EE. UU.) que gastaron en España en 2018. Estimaciones de KAE sobre el valor promedio de las transacciones en la industria de crédito/cargo/débito diferido en función de información proporcionada por expertos de la industria durante entrevistas con cuatro acquirientes, tres PSP, una red de tarjetas y un comercio grande, investigación secundaria, 2017.

En cumplimiento con lo previsto en la normativa de servicios de pago vigente y su normativa de desarrollo, se le informa que el procedimiento adoptado por la entidad respecto de la salvaguarda de los fondos de las operaciones de reservas es el depósito en una cuenta separada en una entidad de crédito.

American Express Payments Europe, S.L., Avenida Partenón 12-14, 28042, Madrid. NIF B-88021431. Registro Mercantil de la Provincia de Madrid, Tomo 37236, Libro de Sociedades Folio 20, Hoja M-664153. Número de registro 6883 en el Banco de España. American Express Payments Europe, S.L. es una entidad autorizada de acuerdo a la normativa de servicios de pago vigente. www.americanexpress.es.

Exgerente
de CEHAT

Valentín Ugalde

«Ha sido un enorme privilegio el haber sido partícipe de un proyecto tan ilusionante»

Estimados amigos,

Termina para mí un periodo de treinta y cuatro años, como directivo de la Federación Española de Hoteles (FEH) y últimamente de CEHAT. Nunca he tenido problemas a la hora de afrontar una situación relacionada con el trabajo que me ocupaba, pues he tenido la enorme suerte de poder trabajar y aprender con los grandes profesionales y empresarios que este sector tiene, los cuales me han enseñado cómo hacerlo. Pero cuando uno quiere hablar de sí mismo y de sus sentimientos, esto se hace más difícil.

Mi llegada a la Federación fue un enorme reto profesional. Pero me encontré con un gran equipo que me hizo fácil el ponerme rápidamente a la importante labor que me habían encomendado. El entonces presidente, José Mª Carbó y el secretario general, Carlos Díaz, sacaron de mí las cualidades y aptitudes para gestionar el proyecto que ellos habían iniciado unos años antes. Mis prioridades en aquel momento eran alcanzar los objetivos marcados para convertir a la FEH en un referente a nivel nacional en todos los ámbitos. Conseguimos modernizar y organizar una entidad con una importante actividad, dotarla de una sede propia (gracias a los esfuerzos de Juan Gaspart) desde donde dar el mejor servicio a los asociados, incrementar los servicios y fortalecer e incrementar su situación económica. Las personas se van, pero la gestión queda.

He tenido la enorme suerte de haber podido tratar a muchas de las personas más señeras de la industria turística, algunos ya no están con entre nosotros, como Manel Vila, Felipe Gaspart, Javier Illa, Ángel Arias, Ángel Martínez… y otros muchos, muchísimos, que siguen al pie del cañón y que harían muy larga esta despedida. A todos ellos mi agradecimiento por el trato y el cariño que siempre me han dispensado.

En estos años he tenido el privilegio de participar de una época dorada y vibrante para el sector, no exenta de problemas y sinsabores, pero muy ilusionante. Por mencionar solamente algunas, y sin pretender ni poder ser exhaustivo, la fusión entre las dos patronales hoteleras en el año 2003, el Acuerdo Laboral para el sector, las peleas con las entidades de gestión de derechos de la propiedad intelectual, los programas del Imserso, la consolidación de un proyecto formativo, los Congresos, de los que he sido su director desde el primero allá por 1987, los trabajos en temas normativos de tanta trascendencia para el sector, etc. Cuando ahora miro hacia atrás veo lo que la vorágine del día a día no te permite valorar cuando está ocurriendo.

> He tenido el privilegio de participar de una época dorada y vibrante para el sector

Las relaciones con otras organizaciones empresariales como la antigua ZONTUR, hoy Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), CEOE, el ICTE, FEHR y otras, también me han reportado estos años muchos buenos recuerdos de tantas y tantas reuniones para defender y apoyar el interés del sector allí donde fuera preciso.

No puedo olvidarme en estas líneas de mi trabajo con las Cadenas Hoteleras, que a través de ACHE, he dedicado mucho esfuerzo en multitud de proyectos e iniciativas y que por mis responsabilidades me daban la oportunidad de colaborar intensamente con ellas, y especialmente con Juan Molas, presidente de ACHE durante cuatro años, hasta que fue elegido presidente de CEHAT, con el que no solo he compartido el día a día de la Confederación, sino por el cariño y el afecto que nos hemos profesado durante estos años.

A mi equipo de FEH y CEHAT, un grupo que empezamos jóvenes en la FEH (Marisa, Carmen y Victoria), muy profesional y que desempeñaron su trabajo con gran ilusión y dedicación, han sido fundamentales e imprescindibles en la consecución de los retos que entre todos hemos ido superando en estos años. Y al equipo humano de CEHAT (Humi, Mónica, Ana Mª y Carlos), encabezado por Ramón Estalella, con el que he trabajado para elevar a CEHAT a lo que hoy en día representa.

Para el final he dejado lo más importante, darle las gracias de todo corazón a 'mis asociados', a los miembros de CEHAT, por haberme permitido desempeñar un trabajo que he intentado hacer lo mejor que he podido. Solo tengo palabras de gratitud y cariño hacia la que ha sido y, con vuestro permiso, seguiré considerando mi casa. Mis mejores deseos para la nueva etapa que ahora comienza y mi compromiso para seguir colaborando con CEHAT y con el sector.

Pido perdón por aquellos errores que haya podido cometer, pero solo se equivoca el que trabaja y busca mejorar.

Agradecimiento y cariño son palabras que he repetido mucho en esta despedida, pero es lo que en mi cabeza y sobre todo en mi corazón me llevo después de treinta y cuatro años de intensa dedicación a FEH y ahora a CEHAT.

Toda despedida tiene un lado de tristeza, y esta no será la excepción, pero me voy con la tranquilidad y la certeza de que he dado lo mejor de mí en estos años. A partir de ahora me dedicaré a mis nietos, a viajar y conocer más en profundidad este país y lo que sí es seguro es que siempre tendré a CEHAT en mi corazón, pues para mí ha sido un enorme privilegio el haber sido partícipe de un proyecto tan ilusionante.

A todos, gracias de todo corazón, cuento con vuestra amistad.

La Tarjeta Profesional de Hostelería y Turismo: la mejora del reconocimiento de los profesionales del Sector

Desde principios de 2019, las cuatro entidades que forman la Fundación Laboral Hostelería y Turismo (FLHT) —CEHAT, Hostelería de España, CCOO y UGT— han estado trabajando en la definición y puesta a punto de la Tarjeta Profesional de Hostelería y Turismo (TPTH).

La Fundación es una entidad creada en 2011 y tiene como objetivo principal trabajar por el fomento de la formación profesional y de todas las actuaciones que mejoren el empleo, la salud laboral y la seguridad en el trabajo. Con este objetivo, se crea la TPTH. Esta tarjeta será un elemento diferenciador para todos aquellos que la posean, pues será garante de la formación que han recibido asociada a su puesto de trabajo.

Cada puesto de trabajo en el Sector estará definido en función de las competencias necesarias para su desarrollo. A su vez, cada competencia tendrá una referencia o acción formativa para alcanzar este desempeño.

La tarjeta se emitirá a todos aquellos profesionales del Sector que la soliciten, y contendrá, en su área privada, sus datos personales así como los datos históricos de su carrera profesional. De la misma manera, guardará las titulaciones académicas que se hayan completado, y cualquier otra formación complementaria de la que se disponga.

La TPHT se gestionará a través de la página *web* tarjetaprofesionalhosteleria.es. En esta *web* aparecerán las acciones formativas asociadas a cada competencia de cada puesto de trabajo. De esta manera, cada profesional tendrá un itinerario formativo relacionado directamente con su profesión. La oferta formativa será personalizada según las acciones que haya ido completando en función de las competencias que tiene que desempeñar. Una vez que el profesional haya completado las acciones formativas asociadas a su puesto de trabajo, la tarjeta le sugerirá cuáles son las competencias, y su formación, del puesto siguiente en el nivel jerárquico.

CEHAT es plenamente consciente de la necesidad de aumentar el reconocimiento social de los profesionales del sector turístico. La TPHT será el medio que permitirá identificar a los profesionales como tales, y les permitirá demostrar que han completado la formación asociada a su puesto. Accediendo a su zona personal de la *web*, cada profesional podrá mostrar cuál ha sido su itinerario profesional y formativo, lo que mejorará su reconocimiento por el resto de agentes del Sector.

HOTSPOT

O cómo conseguir que tus clientes vuelvan y vuelvan y vuelvan.

Descubre cómo tu servicio WiFi puede ayudarte a conectar con tus clientes, descubrir sus pasiones y ofrecerles una experiencia única que impactará positivamente en tu negocio.

LLEGAMOS DONDE OTROS NO LLEGAN

hotspot.eurona.com

Oviedo será la sede del próximo Congreso de Hoteleros Españoles

Coorganizado por CEHAT y Otea Hostelería de Asturias, esta cita se ha consolidado, tras 17 ediciones, en el punto de encuentro de profesionales del sector alojativo español. Como capital de Asturias, Oviedo es un marco ideal para este congreso, ya que reúne, en un solo espacio, las características de las ciudades con gran atractivo turístico por la cercanía de la costa, el espectáculo de la cordillera cantábrica y las dotaciones propias de una ciudad cosmopolita de primer nivel.

El congreso se celebrará durante tres días en la primera semana de marzo de 2021, en los que se combinará el contenido técnico con la visita a la ciudad. El Palacio de Congresos y Exposiciones de Oviedo, diseñado por el arquitecto Santiago Calatrava, será la sede en la que se desarrollarán las ponencias y mesas de debate de carácter técnico. En esta edición, tendrán lugar también una serie de talleres paralelos, con temática de actualidad. Las fórmulas de gestión hotelera, los nuevos modelos de negocio, la rehabilitación y sostenibilidad, los ODS, la innovación y la comunicación digital, la fidelización del cliente, la conectividad de nuestros destinos, y la gestión de nuestro recurso más importante, las personas, serán los temas sobre los que girarán estas ponencias, mesas y talleres.

Ya se ha constituido el Comité organizador que diseñará todo el programa técnico y las actividades paralelas. Otea propondrá también un programa lúdico para los acompañantes de los congresistas que no acudan a las sesiones técnicas. Asturias ofrece una gran cantidad de opciones para estas visitas, asegurando éxito con cualquiera de ellas. Para el presidente de la CEHAT, Jorge Marichal, "esta cita congresual supone siempre un magnífico termómetro para medir la salud del Sector, así como para conocer también las novedades y una gran oportunidad para el desarrollo a su vez de pequeños encuentros y reuniones profesionales entre hoteleros, proveedores y expertos en el Sector". Además, permite a los hoteleros de diferentes territorios españoles conocer las infraestructuras de las ciudades donde se celebra el congreso y las condiciones y características de su turismo, así como fortalecer los vínculos entre el sector público y el privado.

La propuesta presentada por Asturias enorgullece a la CEHAT por su alta calidad y servirá para demostrar, una vez más, "que la hotelería y el turismo en España no solo debe estar enfocado a grandes ciudades y consolidados destinos turísticos y que se debe añadir un elemento básico para el crecimiento sostenible de nuestra tierra", añade Marichal.

Por su parte, el presidente de Otea, José Luis Álvarez Almeida, satisfecho por haber conseguido que la candidatura que encabezaba resultara elegida, considera que "es una magnífica oportunidad para que Oviedo y Asturias demuestren su capacidad para desarrollar este tipo de convenciones y congresos y muestren a los asistentes y a todo el país sus grandes atractivos y su elevada gastronomía". El presidente de Otea se muestra muy satisfecho de los apoyos recibidos y, especialmente, el de las asociaciones hosteleras y turísticas de las comunidades autónomas del Norte de España, que mantienen una gran relación y unidad de acción constituyendo una plataforma denominada 'La Fuerza del Norte'.

Los AMT Smart Destinations Awards ya tienen ganadores de su tercera edición

ILUNION Hotels, Tecnalia y Diputación Foral de Guipuzkoa (DFG), Travelest, Yarr TV y Envirosuite fueron los ganadores de la tercera edición de estos premios

El pasado jueves, 23 de enero, en el foro #techYdestino de FITURTECHY, el marco de Fitur, se galardonó a las mejores herramientas y soluciones tecnológicas que contribuyen a afrontar los retos que supone la puesta en marcha de un destino turístico inteligente (DTI).

El jurado estuvo compuesto por los representantes de la Alianza de Municipios Turísticos (AMT), del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), Segittur e Innovatur.

ILUNION Hotels, Tecnalia y Diputación Foral de Guipuzkoa (DFG), Travelest, Yarr TV y Envirosuite fueron los ganadores de la tercera edición de los AMT Smart Destinations Awards.

Las soluciones y herramientas tecnológicas clasificadas como finalistas, en cada una de las cinco categorías contempladas para esta edición de los premios, se incluirán en el catálogo *online* de soluciones tecnológicas, al que tendrán acceso los destinos pioneros que conforman la AMT y otros destinos interesados.

En esta nueva edición se han presentado más de 50 aspirantes a los premios, que cada año cuenta con más candidaturas.

Por un lado, el premiado dentro de la categoría 'Accesibilidad' fue ILUNION Hotels, que ofrece al cliente un viaje totalmente accesible y adaptado a todas las personas, con y sin discapacidad, siendo más competitivos añadiendo un plus con la accesibilidad. Entregó el premio David Giner, director de proyectos de Innovatur y Alejandro Marichal, concejal de Turismo de San Bartolomé de Tirajana.

El premio 'Interacción turista y ciudadano' lo recibió de la mano de Aida Blanes, concejala de Turismo de Torremolinos, y de Héctor Máiquez, vicepresidente del Patronato de Turismo y concejal de Dinamización Turística de Salou, la empresa Travelest, que cuenta con una aplicación móvil que proporciona la mejor manera de organizar una ruta turística urbana, optimizando el recorrido de forma que permite ver los lugares más destacados teniendo en cuenta el tiempo disponible, las preferencias del usuario y el lugar de inicio y fin de la ruta.

Yarr TV obtuvo el premio 'Promoción y Marketing'. Esta plataforma #SocialDestination consta de distintas soluciones para mejorar la comunicación e interactividad del destino u hotel con el visitante o huésped. Aporta una solución *web* que permite crear *social walls*, *social widgets*, *quizzes*, encuestas y concursos de redes sociales. El premio lo entregaron Alfonso Rodríguez, alcalde de Calviá, y Alfonso Alonso, concejal de Turismo de Adeje.

ILUNION Hotels

Por otro lado, el galardón dedicado a 'Sostenibilidad' lo consiguió Envirosuite, quien quiere conocer los niveles de contaminación que respiran ciudadanos y turistas, mitigar su impacto sobre la población, conocer el cumplimiento de la legislación aplicable a la calidad del aire y prever impactos futuros. A causa de ello, ha desarrollado una plataforma de *software* basada en la nube que permite monitorizar en tiempo real la calidad del aire y pronosticar episodios de contaminación. El premio lo entregaron Antonio Pérez, alcalde de Benidorm, y José Julián Mena, alcalde de Arona.

Finalmente, Juan Molas, presidente del ITH, entregó el premio a Tecnalia y a la Diputación Foral de Guipuzkoa (DFG), que fue galardonado con el premio 'Gobernanza', queriendo centralizar con su proyecto Hodeian la información turística de diferentes fuentes y formatos para caracterizar con la máxima fiabilidad la situación actual y ayudar a la toma de decisiones, a partir de entender la distribución del turismo, el comportamiento del turista y su impacto socioeconómico en el territorio. Recogieron el galardón el director de Turismo de la Diputación Foral de Guipuzkoa, Iker Goiria, y Jesús Herrero, gestor de mercado Turismo de Tecnalia.

Los finalistas por categoría fueron: en Accesibilidad, ILUNION Hotels; en Gobernanza, Tecnalia y Diputación Foral de Guipuzkoa (DFG), e Itop Consulting: en Interacción con turista y ciudadano, Travelest, Smartvel y Centros de Arte, Cultura y Turismo del Cabildo de Lanzarote; en Promoción y Marketing, Fedesoft, Cohosting y Yarr TV; y en Sostenibilidad, Park Here Now SL, Aquavida Iberia y Envirosuite.

Tecnalia y Diputación Foral de Guipuzkoa

Travelest

Yarr TV

Envirosuite

ITH Innovation Summit celebra su III edición el 25 y 26 de junio

Es indiscutible la gran acogida que ha tenido el evento en las pasadas ediciones, es por esto por lo que, el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) organiza, un año más, ITH Innovation Summit en el Hotel NH Collection Madrid Eurobuilding.

El evento de referencia dará a conocer las últimas novedades sobre innovación y tecnología aplicadas al sector hotelero y turístico, tendrá lugar durante los días 25 y 26 de junio.

Se trata de un espacio muy útil en el que los asistentes pueden compartir conocimientos e intercambiar sus distintos puntos de vista, un espacio creado para la innovación, la tecnología y, sobre todo, para la inspiración.

La Asamblea Anual de ITH pondrá fin al evento y será abierta al público general, además contaremos con la ponencia de clausura de Andy Stalman, CEO de Totem Branding. En dicha Asamblea se expondrán los acontecimientos más importantes que han tenido lugar por parte del Instituto Tecnológico Hotelero durante el año 2019, así como las iniciativas que se plantean para el año 2020.

Veltia e ITH juntos por la sostenibilidad en los hoteles

El Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) suma a Veltia Barcelona como nuevo asociado, con la finalidad de trabajar conjuntamente para ofrecer nuevas opciones de sostenibilidad, eficiencia y rentabilidad en las habitaciones de hotel.

El objetivo de Veltia es ofrecer nuevas opciones sostenibles a las habitaciones de hotel que puedan aportar valor, más rentabilidad y sostenibilidad a los hoteles.

Para ello, la empresa ofrece Vfusion, el primer secador de manos y cabellos (dual) de alta velocidad y bajo en decibelios, como sustituto de las toallas de manos y, el primer secador de pies de alta velocidad para spas, *fitness centers*, piscinas, etc…

Con el secador de manos VFusion el hotel podría ahorrarse colocar en la habitación las dos toallas de manos, con el consiguiente ahorro en lavandería o renting. Y lo que es más importante, alta reducción de la huella de carbono (gasto energético de lavadoras, secadoras, contaminación de furgonetas de reparto, lavandería, etc).

"Inventar un secador que realmente secara las manos fue nuestro primer objetivo cuando creamos la empresa en el 2004", explica Miquel Canut, cofundador y copropietario de Veltia. Hoy Veltia está presente en 87 países, exporta el 80% de su fabricación, y su producto puede encontrarse en aeropuertos de Ecuador, Sudáfrica, Nueva Delhi y Brasil, en el Museo de Arte de Tel Aviv, en la ópera Kaounas en Lituania, en los lavabos de la Estatua de la Libertad o en hoteles de Teherán y Miami.

Compromiso social

La empresa fabrica en conjunto con la cooperativa TEB donde el 100% de empleados de producción tienen una diversidad funcional.

El primer prototipo se consiguió observando un tren de lavado de automóviles, de ahí patentaron su primer modelo y así la empresa inició su andadura. El I+D+i se lleva a cabo con un acuerdo con la UPC de Terrassa para el desarrollo tecnológico.

Para Veltia, es un paso muy importante poder asociarse con el Instituto Tecnológico Hotelero, y mediante esta alianza, poder aportar valor a las empresas del sector hotelero ofreciendo nuevas opciones de sostenibilidad y rentabilidad en las habitaciones de hoteles.

La aplicación Hotelkit se asocia a ITH

El Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) añade a hotelkit GmbH como nuevo asociado en el área de operaciones hoteleras y nuevas tecnologías, con la idea de ofrecer una innovadora herramienta que digitaliza la comunicación interna y la gestión de los procesos hoteleros.

El objetivo de hotelkit es optimizar el trabajo en equipo y simplificar la operativa diaria mediante la distribución sencilla de tareas y la transmisión eficiente de los procedimientos y estándares del hotel, entre otras funciones.

Para ello, la empresa ofrece una plataforma central de comunicación adaptable y personalizable a cualquier tipo de hotel, que consta de diversos módulos que ayudan a mejorar tanto la productividad, ya que permite gestionar reparaciones, solicitudes huéspedes, tareas, listas de comprobación y reclamaciones, como la comunicación, con la mensajería interna, y a documentar los estándares del hotel, con la ventaja de que se pueden consultar en cualquier momento y en cualquier lugar gracias a su versión *app*. Además, se están desarrollando nuevos módulos específicos como el de *housekeeping*, el de gestión de activos, el de objetos perdidos o el de mantenimiento preventivo, entre otros.

"hotelkit nace como solución para mejorar la comunicación interna del hotel boutique que tenía mi familia en Salzburgo (Austria), pero cabe destacar que hotelkit no solo fue fundado por un hotelero, sino que también todo el equipo que está detrás atesora una amplia experiencia en el sector, lo que redunda en un profundo conocimiento de las necesidades y prioridades de nuestros clientes. De hecho, confiamos en nuestro producto hasta tal punto, que nosotros mismos trabajamos con hotelkit, lo que significa que cada miembro del equipo, desde recursos humanos, hasta ventas o los programadores, conocen todos los entresijos del programa. La innovación forma parte de nuestro ADN y asociarnos con el ITH supone unir fuerzas con uno de los principales referentes del sector, lo que debe darnos una mayor capacidad para impulsar la optimización de la comunicación interna en los hoteles", afirma Marius Donhauser, fundador y CEO de hotelkit.

En el marco de FITURTECHY2020 se llevó a cabo la firma del acuerdo de colaboración por ambas entidades.

El Sector ha cambiado

y la Información también

Date de alta en Nexohotel.com

Diario *online* de Hotelería

... y recíbelo cada mañana en tu email

ITH lidera la rehabilitación energética de seis establecimientos turísticos con iSave Hotel

El Sector Hotelero español es una industria muy dinámica y que disfruta de unas cifras de actividad empresarial muy importantes para nuestro país, la permanente inversión en mejora y adaptación a la normativa europea de las instalaciones hoteleras en España está permitiendo modernizar las infraestructuras y actualizarlas con tecnologías eficientes y respetuosas con el medio ambiente. Este proceso, además tiene en cuenta las necesidades especiales enfocadas al confort y el bienestar de sus clientes, algo esencial en esta industria. Pero nuestro Sector está muy atomizado y de los aproximadamente 15.000 hoteles en España, el 60% lo constituyen establecimientos que no pertenecen a grandes cadenas que todos conocemos, son hoteles de ámbito jurídico individual o familiar, o establecimientos pertenecientes a pymes, que no aglutinan más de 1.000 habitaciones en conjunto.

Las particularidades y necesidades de estos establecimientos hacen que no dispongan en todos los casos, de infraestructuras que pueden dar un servicio técnico especializado al área de la gestión energética. Conscientes de la carencia que esto puede suponer para una gran mayoría de nuestro sector, y partiendo de la necesidad de cambio que vamos detectando, el ITH a través de su Área de Sostenibilidad y Eficiencia Energética y con la ayuda de la subvención concedida por la Secretaria de Estado de Turismo, puso en marcha en 2017 un proyecto denominado 'Modelo ITH de Sostenibilidad Turística' con el objetivo de impulsar la incorporación progresiva de medidas que mejoren la sostenibilidad económica, social y medioambiental de los alojamientos turísticos españoles.

El proyecto incluye la herramienta iSave Hotel (*www.hotel.isave.es*), plataforma que proporciona de forma sencilla y gratuita una información de valor a los propietarios, gestores y técnicos de mantenimiento de los hoteles y establecimientos turísticos, así como arquitectos, ingenieros y demás actores implicados en la rehabilitación de este tipo de edificios. Para acceder a la misma tan sólo es necesario un breve registro y cumplimentando una encuesta básica, que permitirá a los hoteleros conocer de forma inmediata el estado energético de su establecimiento, su grado de sostenibilidad y las ayudas y subvenciones para poder llevar a cabo las mejoras que se le recomiendan en una propuesta integral. Todo ello sin coste alguno.

Lo más novedoso es que, en el marco de este proyecto ponemos a disposición de los establecimientos participantes, el servicio de Asesoría Técnica ITH-iEnergy, que les aconsejará sobre la implementación de aquellas acciones y medidas más adecuadas en cada caso en materia de rehabilitación y eficiencia energética, y ofreciendo una serie de servicios que permitirán a los establecimientos mejorar el confort y la eficiencia energética y, por tanto, generar ahorros económicos desde el primer momento.

Nuestro objetivo es ofrecer a los establecimientos que tienen posibilidades de mejorar sus instalaciones, la posible integración de una serie de tecnologías y equipamientos que les permitirá conseguir mayores niveles de eficiencia energética y reducir su impacto en el entorno. Este proyecto integral implica desarrollar proyectos piloto en varias áreas complementarias (climatización, ACS, energías renovables, bombas de circulación o de calor, envolvente térmica y acristalamiento inteligente, sistemas de monitorización y control, etc.), y difundir los hallazgos y resultados en el sector hotelero y turístico, que permitirán comprender no sólo el alcance material, sino también su valor como argumento para mejorar la gestión del establecimiento, factor de diferenciación de marca y como pilar para construir una reputación que se traduzca en más clientes y más ingresos.

Como consecuencia de la puesta en marcha de este proyecto, se han visitado y realizado estudios de las instalaciones de aproximadamente 190 establecimientos turísticos en toda España que han solicitado participar en el mismo y en estos momentos nos encontramos ejecutando proyectos de rehabilitación energética en seis establecimientos hoteleros, repartidos por toda España (Valladolid, Madrid, Valencia, Canarias, Huelva y Galicia). Próximamente abordaremos otro proyecto en Málaga.

> Se han visitado y realizado estudios de unos 190 establecimientos turísticos en toda España

En los diagnósticos realizados se han obtenido conclusiones muy relevantes del estado de los hoteles en general en materia de energía. Dichas conclusiones nos revelan que el 73% de dichos hoteles tienen carencias en la implantación de sistemas de control y monitorización de sus instalaciones, el 71% no tienen optimizados los sistemas de impulsión y bombeo de fluidos, el 57% tienen malas instalaciones de canalización de dichos fluidos, lo que les implica pérdidas de calor y frío o pérdidas directas de agua durante su transporte a lo largo del edificio. A partir de aquí, el 44% de los hoteles tienen problemas con la climatización y el 40% con la calefacción.

Estos datos nos hacen ser conscientes de que las principales carencias dentro de un hotel en materia de energía tienen que ver con la climatización, la calefacción y la producción de agua caliente sanitaria. El total de los gastos energéticos en un establecimiento tipo supone en término medio un 13-15% del total de los gastos de explotación de dicho establecimiento, es decir, supone generalmente el tercer gasto más elevado por debajo del gasto de personal y el de alimentos y bebidas. Si del total de este gasto, seleccionamos únicamente el que corresponde a consumo eléctrico (uno de los más elevados generalmente) y lo distribuimos por componentes, nos encontramos con que el 38% del gasto en electricidad, corresponde a la climatización del establecimiento. Si vamos más allá y distribuimos por componentes el gasto en climatización, nos encontramos con que, por regla general, el 50% corresponde a la refrigeración del aire, el 38% a la calefacción y el 12% a los sistemas de bombeo.

Los proyectos de rehabilitación energética en estos seis hoteles están abordando la gestión energética y el mantenimiento de instalaciones de calefacción, refrigeración y producción de agua caliente sanitaria y, por ende, todas aquellas tecnologías y servicios que puedan contribuir a la mejora de estas áreas. Aportamos tecnologías muy eficientes, que consiguen una relación óptima entre el coste de adquisición y el ahorro que proporcionan y que abarcan tanto los sistemas de calefacción tradicional, calderas, acumuladores, etc., como aquellos más innovadores con apoyo de solar térmica, tubos de vacío, sistemas semi-instantáneos de producción de a.c.s., aerotermia (bomba de calor), climatización con VRF y con volumen de agua variable *verasys* y levitación magnética.

Además, contamos con sistemas de distribución e impulsión con sistemas de bombeo y evacuación que garantizan el buen funcionamiento del sistema y el confort térmico de los clientes e instalaciones de tubo innovadoras para evitar, tanto las pérdidas de temperatura en los fluidos como la corrosión y la degradación de la instalación. También se considera la posibilidad de instalar sistemas de recogida de aguas. Todo ello cumpliendo con las normativas de seguridad y sanidad exigidas y permitiendo gestionar de forma sostenible el establecimiento.

Para llevar a cabo un proyecto correctamente dimensionado que se ajuste a las necesidades y demandas reales del establecimiento, antes de actuar con las tecnologías descritas anteriormente, consideramos necesario medir, analizar y gestionar el funcionamiento de dichos sistemas.

Medir nos da el conocimiento que es la base que permite analizar, gestionar, automatizar y en definitiva optimizar la gestión de la energía. La gestión de todos los sistemas descritos a través de un modelo de servicios energéticos permite conocer la eficiencia de la generación, así como la eficiencia en el consumo. Saber las desviaciones nos permite corregir y mejorar y también nos permite tomar las mejores decisiones a la hora de proponer la tecnología adecuada a la demanda real del establecimiento.

El amplio interés que genera el proyecto iSave Hotel, partiendo de las numerosas solicitudes de asistencias técnicas solicitadas nos hacen conscientes de que hay un interés creciente en nuestros empresarios turísticos por mejorar la gestión energética de sus edificios.

Si está pensando en abordar una rehabilitación energética de su establecimiento, le invitamos a que se ponga en contacto con nosotros para que podamos proponerle una visita sin compromiso a su establecimiento.

Coralía Pino López, responsable de Sostenibilidad y Eficiencia Energética del Instituto Tecnológico Hotelero

Raúl Vara
Director general de Lumelco

«Las principales cadenas hoteleras disfrutan ya del sistema Q-TON»

Lumelco ha renovado su colaboración con CEHAT para seguir ofreciendo al Sector Hotelero sus excelentes soluciones de climatización, calefacción y ACS. La compañía experimenta, además, un cambio de dirección general, que ocupa recientemente Raúl Vara, con la intención de ofrecer las mejores y más eficientes soluciones a cada cliente a través de los múltiples sistemas de los que dispone Lumelco.

— Recientemente ha sido designado nuevo director general de Lumelco, ¿Qué objetivo se ha marcado al frente de la compañía?
Mi objetivo principal es satisfacer las expectativas y necesidades de nuestros clientes, proveedores y, por supuesto, de todos los empleados de Lumelco.

Es fundamental para mí que la empresa mantenga su filosofía y ADN, que siga siendo una empresa cercana, flexible, eficiente y que transmita al mercado toda la profesionalidad del equipo que lo compone. Seguiremos adaptándonos a las necesidades del mercado y de nuestros clientes, que cada día nos exigen más y que nos hacen trabajar más y mejor para la consecución de nuestros objetivos.

— ¿Plantea introducir algún cambio dentro de la empresa para mejorar la relación entre los clientes y proveedores?
Sin duda, entiendo que en eso consiste mi trabajo. A pesar de llevar 20 años en Lumelco y de considerar que hemos hecho las cosas de una manera más que aceptable, es mi obligación analizar, junto con mi equipo de dirección, toda la información interna y externa de la que disponemos para conseguir los mejores resultados posibles. Ya hemos realizado cambios internos que nos van a permitir un análisis mucho más eficiente de la información y pondremos personal clave en procesos vitales para la compañía.

Hemos de adelantarnos a las necesidades de nuestros clientes y ser un *partner* en todo aquello que demandan de una empresa como la nuestra. Seguiremos trabajando sin dar nada por sentado y nos plantearemos cualquier cambio de rumbo o de estrategia que entendamos que fortalezca nuestra posición en el mercado.

> Nuestra filosofía es distribuir productos de primera calidad que satisfagan a los clientes

— ¿Cuáles son los proyectos de la empresa a corto y medio plazo? ¿Tienen en marcha algún plan expansión?
Sí, fruto del análisis de la información que antes hemos mencionado, hemos diseñado un plan que nos permitirá crecer a nivel nacional, en aquellas provincias en las que consideramos que nuestra cuota no es óptima. Va a ser un trabajo complicado, ya que pretendemos obtener resultados a muy corto plazo, pero ya lo hemos implantado en un tiempo récord y estamos seguros de que nos permitirá crecer acorde al presupuesto estipulado.

— Los productos que distribuye Lumelco pertenecen a marcas reconocidas. ¿Tienen productos específicos para hoteles?
Efectivamente, nuestra filosofía es distribuir únicamente productos de primera calidad que satisfagan los estándares de calidad que los clientes nos demandan. Personalmente, creo que cualquier cliente que haya sufrido los problemas de servicio postventa, calidad o atención que ofrecen otras compañías, no dudan en que es vital instalar productos de alta calidad. Esto es especialmente importante en el canal hotelero, en el que la calidad de lo que ofrecen es su seña de identidad ante su clientela, que cada vez es más exigente.

Es evidente que cuanto mayor es la calidad del equipo y de la empresa que lo distribuye, menor es la probabilidad de que ocurran este tipo de incidencias.

Para los hoteles tenemos una gama amplia de sistemas de climatización de caudal variable de refrigerante con una gama de unidades interiores muy versátil para poder integrarse en los diversos y múltiples espacios y sistemas de gestión que permiten la comunicación con otros elementos del hotel. También disponemos de equipos de tratamiento de aire y recuperación de calor, algo indispensable hoy en día para cuidar la calidad del aire interior, algo fundamental en cualquier edificio, pero especialmente en los hoteles. Y, no me puedo olvidar de nuestro producto estrella, la bomba de calor Q-TON de Mitsubishi Heavy Indsutries para ACS hasta 90ºC que utiliza el refrigerante ecológico CO2.

— Muchas cadenas hoteleras internacionales han instalado Q-TON, un sistema ideal para grandes demandas de ACS, como hoteles. ¿Cuáles son las ventajas de este sistema para los hoteles?
Sin duda nuestra bomba de calor Q-TON ha sido un producto con una excelente acogida en el canal. Es un producto único en el mercado que utiliza CO2 como refrigerante y que ofrece unos ahorros en términos de consumo energético incomparables, con un bajo perfil contaminante y de fácil instalación y mantenimiento. Algo que nuestros clientes de este Sector han valorado muy positivamente, y que seguiremos ofreciéndoles durante los próximos años.

Son más de 300 unidades las que tenemos instaladas en la Península y en las islas Baleares y Canarias, en diversas aplicaciones como centros deportivos, oficinas, comunidades de viviendas, industrias… pero principalmente en hoteles. Este sistema tiene un COP de 5,6 es decir, por cada kW consumido el equipo produce 5,6kW.

Son ya muchas cadenas internacionales las que cuentan con este sistema: NH Hoteles, RIU, Club Med, Vincci, Novotel, H10-Hotels, Courtyard by Marriot… pero también pequeños hoteles locales donde el ahorro energético es fundamental.

IMF renueva su colaboración con CEHAT

España es actualmente una potencia mundial en turismo, situándose en el Top 3 de países que más turistas reciben al año. Por este motivo, el mercado está incorporando las últimas tecnologías para mejorar la experiencia del visitante, desde el mismo momento en el que planea un viaje. Conscientes de esta situación, IMF Business School, referencia internacional en formación a empresas y particulares con más de 125.000 alumnos formados desde el año 2001, apuesta por una línea de formación en el sector turístico. IMF busca que sus alumnos se conviertan en profesionales del sector, y prepararlos para la nueva realidad de la industria turística.

Estos últimos años el sector turístico ha experimentado grandes impactos y cambios, desde la situación de Cataluña, la caída de Thomas Cook hasta el Brexit, que suponen un gran reto para los profesionales del sector, un reto en el que se puede trabajar a nivel formativo con los masters y cursos que desarrolla IMF en colaboración con CEHAT e ITH.

El Máster en Marketing Turístico: Innovación y Digitalización tiene como objetivo que sus alumnos se preparen para transformación digital del sector, incorporando las nuevas tecnologías a sus empresas o proyectos. Este Máster está dirigido tanto a recién licenciados en las áreas del turismo, economía o administración y dirección de empresas (ADE) como a profesionales y empresarios del sector que deseen profundizar en temas de innovación y marketing digital. El MBA en Dirección de Empresas Turísticas busca que sus alumnos sean capaces de desarrollar, implantar y monitorizar una estrategia exitosa de Dirección en este sector vital para la economía española. Esta formación va dirigida tanto a titulados universitarios que quieran enfocar su currículum en el ámbito del ocio y el turismo, como a profesionales del sector que quieran mejorar su posicionamiento en el mundo laboral.

Ambos masters se imparten en modalidad online apoyados en una plataforma tecnológica avanzada que permite al alumno acceder al estudio, sea cual sea su ubicación geográfica o su disponibilidad de tiempo. Los alumnos podrán conseguir una Doble Titulación de Máster por la Universidad Nebrija y por IMF Business School, y tendrán a su disposición todas las ventajas de IMF:

- Programa de becas y ayudas al estudio.
- Bolsa de empleo, en las que participan empresas como NH Hotel Group, Novotel Hotels & Resorts, Meliá Hoteles o Marriott.
- Tutorías ilimitadas.
- Masterclasses y sesiones de *networking.*
- Financiación hasta en 12 meses sin intereses ni intervención bancaria.
- Biblioteca y videoteca virtual.
- Acceso al Club VIP con descuentos en ocio, viajes, restaurantes…

La Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) apoya esta iniciativa con el objetivo de promover para el sector hotelero profesionales con una formación adecuada y actual, que permita a los hoteleros ser más competitivos con un talento humano a la cabeza del sector turístico mundial.

Business Unit Director
de ROCKWOOL

Miguel A. Gallardo

«El Sector Hotelero, imprescindible para el logro de la Agenda 2030»

ROCKWOOL Peninsular forma parte del Grupo ROCKWOOL, líder fabricante de aislamiento a base de lana de roca. Un material versátil que garantiza la seguridad y el confort de los edificios, al mismo tiempo que permite el ahorro energético de estos. La roca, la materia prima con la que se produce este elemento, es una fuente inagotable, ya que la Tierra genera 38.000 veces más roca cada año. De esta manera, la lana de roca se ha convertido en un imprescindible para afrontar los retos medioambientales a nivel global.

— Este ha sido su primer año como Business Unit Director de ROCKWOOL Peninsular. ¿Qué retos ha afrontado durante este periodo?

Durante este primer año, he afrontado diferentes retos tanto a nivel interno como externo. Desde el punto de vista de la compañía, hemos trabajado en la reorganización de nuestro equipo comercial para aumentar la eficiencia y mejorar la atención a nuestros clientes.

Por otro lado, a nivel externo, nos hemos encontrado con una desaceleración en el mercado de la construcción. Por ello, hemos puesto el foco en desarrollar mejores soluciones para la envolvente, es decir, tanto para la fachada como para la cubierta de los edificios, ya que se trata del área con mayor potencial de crecimiento en el ámbito residencial, y en el turístico y hotelero.

— Hábleme de ROCKWOOL Peninsular, ¿a qué se dedica?

ROCKWOOL Peninsular forma parte del Grupo ROCKWOOL, el primer fabricante a nivel mundial de soluciones para el aislamiento a base de lana de roca. La compañía se fundó en 1937 en Dinamarca y actualmente está presente en 39 países con una plantilla que ronda los 12.000 empleados.

El Grupo desembarcó en España hace más 30 años y cuenta con su oficina comercial en Barcelona y una fábrica en Caparroso (Navarra).

— ¿Qué es la lana de roca? ¿Cómo se puede aplicar en hoteles y alojamientos turísticos?

La lana de roca es un material versátil que forma la base de todos nuestros negocios. Este elemento, único en el mercado, concentra excelentes propiedades de aislamiento térmico, acústico y de protección contra incendios. Al mismo tiempo, la lana de roca es reciclable y encaja perfectamente en proyectos de circularidad.

La aplicación de este producto en hoteles y alojamientos turísticos nos permite conseguir un alto nivel de confort tanto térmico como acústico, en un entorno seguro en caso de incendio.

> Los hoteles pueden reducir el consumo de energía a través de una mejora en el aislamiento

Asimismo, hoy en día, el Sector Hotelero está más preocupado por su responsabilidad social y medioambiental y por ello, cada vez es más frecuente que este tipo de proyectos demanden certificados de eficiencia energética como el BREEAM o el LEED.

Hace pocos meses, el Gobierno modificó el Código Técnico de Edificación Español.

— ¿Qué cambios supone esta reforma para el Sector Hotelero?

El antiguo Código Técnico de Edificación Español (CTE) tenía unos criterios muy específicos. En este caso, la nueva normativa es más personalizable, se puede adaptar a las necesidades de cada proyecto.

Además, los cambios que suponen para el Sector Hotelero son los siguientes: la mitad del consumo energético de los alojamientos turísticos debe proceder de fuentes renovables; y si nos centramos estrictamente en el aislamiento, los nuevos edificios no presentan modificaciones importantes en este aspecto, en cambio, los rehabilitados deben aumentar de forma considerable los espesores respecto a los actuales.

— ¿Esta modificación se alinea con la Agenda 2030?

Sí, de hecho, está alineada directamente con el Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) número 13: 'Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos'. Y, también, está en línea con el Acuerdo de París de 2015, que pretende evitar el sobrecalentamiento del planeta en menos de 1,5 ºC hasta 2050.

La nueva directiva pretende conseguir un parque edificado sostenible y libre de emisiones de CO_2, donde la sostenibilidad, la salud y la eficiencia energética sean las principales tendencias en materia de edificación.

— Con el cambio climático en el punto de mira, ¿cómo influye esta realidad en los alojamientos turísticos?

En los hoteles y los alojamientos turísticos existe un gran consumo energético, ya que deben garantizar el confort térmico y lumínico a los usuarios. Por lo tanto, limitar la demanda y controlar el consumo energético son dos objetivos fundamentales para hacer frente al cambio climático y asegurar el correcto y competitivo funcionamiento de los edificios.

— ¿Los hoteles pueden ser eficientes energéticamente? ¿Cómo?

Sí, pueden ser eficientes energéticamente. Para poder lograrlo, existen dos vías: reducir el consumo de energía a través de una mejora en el aislamiento de la envolvente del inmueble -fachada y cubierta- o reducir el coste mediante la instalación de fuentes de energía renovables.

— En ROCKWOOL Peninsular, trabajan habitualmente en este Sector. ¿Cuáles son los últimos proyectos hoteleros en que ha trabajado ROCKWOOL Peninsular?

Las soluciones de lana de roca de ROCKWOOL se han utilizado en varios proyectos hoteleros. Entre ellos, destacaría la rehabilitación del Hotel VP Plaza de Madrid o el Hotel Innside Zaragoza y también en la construcción de nuevos como el Grupotel Playa de Palma (Islas Baleares).

En todos ellos, hemos aplicado productos ROCKWOOL, tanto para interiores como exteriores, que contribuyen a mejorar el confort y la seguridad de los usuarios, así como a la sostenibilidad de los edificios.

#techYhotel2020, el 'showroom' de FITURTECHY

El Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) presentó, un año más en FITURTECHY 2020, su proyecto de 'showroom' que organizó junto a 24 empresas líderes en el Sector, durante los días 23, 24 y 25 de enero en el marco de FITUR.

Broomx

MK360, el primer proyector inmersivo del mundo

Ignasi Capellà, cofundador, CMO y responsable de Desarrollo de Negocio en Broomx, ha presentado sus novedades en FITUR.

- ¿Qué producto han presentado para el Sector Hotelero?

Hemos llevado el primer proyector inmersivo del mundo, el MK360, que permite transformar espacios y crear experiencias inmersivas disfrutando de contenidos de realidad virtual, proyectándolos en las paredes o en el techo de una habitación. En definitiva, transformamos espacios convirtiéndolos en espacios o temáticas totalmente nuevos.

- ¿Para qué fin está pensado?

Dentro de los hoteles hemos visto diferentes casos de uso que ya se están aplicando. Uno es en habitaciones VIP o *premium*, donde se crea un nuevo concepto de habitación imersiva en la que el cliente tiene una aplicación con un montón de vídeos de artistas visuales de todo el mundo, incluso él puede convertirse en artista y dibujar, pintar, transformar el espacio a su gusto, utilizar sus propias fotos y vídeos para personalizar su espacio.

Otros casos de uso se da en salas de eventos y reuniones como herramienta para sorprender a los asistentes. Otro caso está vinculado a la gastronomía. Tenemos varios clientes que han creado conceptos de experiencias gastonómicas inmersivas. También puede ser como un espacio multifuncional, para exposiciones para los huéspedes del hotel.

Cerium

Una plataforma de televisión totalmente interactiva

El director general de Cerium, Juan Antonio Just, ha ofrecido dos productos para el Sector Hotelero en FITURTECHY.

- ¿Qué novedades han llevado a FITUR?

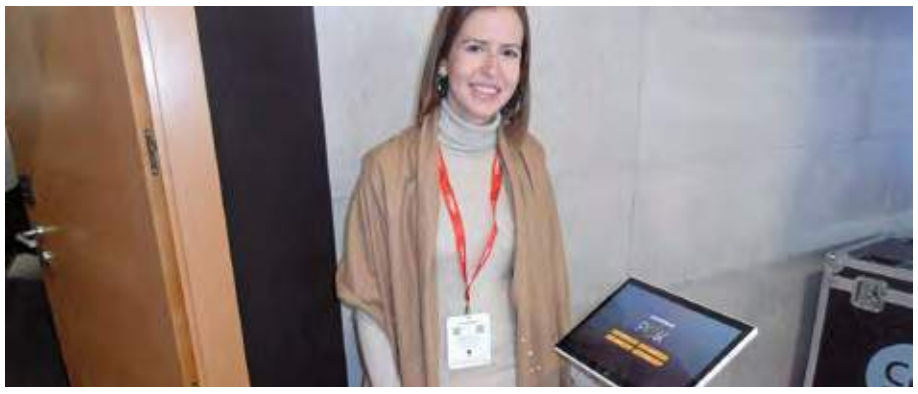
Principalmente, nuestra plataforma de televisión IPTV. Aparte de esta televisión tan fantástica de cristal, que se puede integrar y la podemos comercializar para nuestros clientes, lo importante es lo que hay detrás, la plataforma. Es una plataforma de televisión que, además de ver la televisión de una forma normal, con cualquier tipo de contenido, es una plataforma de interacción con el cliente. Todos los servicios que tiene el hotel se pueden configurar para acceder directamente desde aquí, sin tener que ir a recepción, de una forma interactiva. Se pueden reservar los servicios y, posteriormente, pagar.

- Cuentan con otro producto que va muy ligado a la seguridad.

Sí. Hemos desarrollado una plataforma de acceso a la red WiFi que nos permite controlar el acceso a la red. Tiene un servicio de Policía IP con el que controlamos toda la trazabilidad de todas las conexiones y, en caso de delito, sabremos desde dónde y a qué hora se ha cometido.

Además, esta plataforma es una herramienta de marketing fantástica porque el usuario accede con sus datos y permite identificar su comportamiento, que luego puede gestionarse desde un punto de vista de marketing.

Chapp



Solución de 'auto check-in' en los hoteles

Nivaria Ramírez, del área de Cliente de Chapp, expone las características de una de las soluciones que tiene disponibles la compañía para los hoteles.

- ¿Qué ofrece Chapp a la hotelería?

La solución que hemos llevado este año es el *auto check-in* en hoteles. La nueva funcionalidad que tenemos es el reconocimiento facial, y se incorpora junto con todas las funcionalidades anteriores. Lo primero que nos pide la solución es que busquemos la reserva, la encontramos y nos pide que escaneemos el DNI en el escáner y, a partir de aquí, en menos de cinco segundos nos va a registrar todos nuestros datos sin necesidad de hacerlo manualmente. Puede servir también, por ejemplo, para cambiar el tipo de desayuno, de habitación, etc. Luego, puedes firmar. Asimismo, la firma biométrica se envía directamente a la policía y el resumen de toda la reserva se puede enviar por *mail*, procedemos al pago y grabamos la llave.

Por otro lado, Antonio García, de HP, habla sobre el dispositivo físico donde está integrada la solución de Chapp.

El dispositivo es muy versátil. Se puede tener el equipo orientado hacia el visitante para que haga un *auto check-in* o se puede girar y orientarlo hacia el recepcionista para trabajar con el dispositivo y, además, podemos separarlo del puesto y hacer un *check-in* más personalizado con el cliente en una zona más tranquila del hotel.

Chargy

Cargadores móviles y en mobiliario para los clientes del hotel

Laura Lozano, cofundadora y CEO de Chargy, comenta los beneficios de sus cargadores móviles para el sector turístico.

- ¿Qué ventajas tienen los cargadores de Chargy para el Sector Hotelero?

Los hoteles están muy interesados en las generaciones *millennial* y Z, que son perfiles interesados en la ecosostenibilidad y que tienen una necesidad de estar operativos con el teléfono móvil. Entonces, si no tienen batería en su dispositivo, no pueden hacer el *check-in*, ir al aeropuerto, pagar... Para ello, nosotros tenemos una serie de cargadores de distintos formatos a disposición de los huéspedes, que se pueden poner tanto en las habitaciones como en la recepción del hotel, que se pueden llevar y cargar sus dispositivos mientras hacen turismo por la ciudad o acuden a una reunión.

Lo interesante para el hotel es que el usuario no puede cargar el teléfono hasta que previamente se ha descargado una aplicación y ha respondido a una serie de preguntas. Así, el hotel consigue una serie de datos del cliente muy útiles.

- ¿Qué tipo de cargadores tienen?

Tenemos cargadores móviles, como he comentado antes, pero también tenemos otros, que van incrustados en cualquier mobiliario. El dispositivo se pone encima del área de carga y listo. Por otro lado, también podemos integrar nuestra aplicación dentro de la aplicación propia del hotel.

Cleanity

Permufes a medida del cliente para distintos ambientes

Mariam Burdeos, directora general de Cleanity, presenta sus productos de limpieza e higiene industrial.

- ¿Qué novedades han presentando para el Sector Hotelero en FITUR?

Tenemos una gama especializada para Horeca, que se llama Cleanity Essence, que se dedica a crear ambientes corporativos con los que se pueda conectar tanto la marca como el cliente, vinculándolos con emociones. Hemos llevado a la feria dos difusores con un perfume hecho a medida para el ambiente, que tiene unos toques marinos y cítricos para que puedas transportarte a una zona de relax.

Además, también hemos llevado un robot, que consiste en reproducir a pequeña escala lo que nosotros trabajamos con los clientes, es decir, nosotros detectamos las necesidades que nos da el cliente y vemos qué materias primas necesitamos para hacer el perfume a medida. Entonces, este aparato lo que hace es crear un odotipo que es un logotipo olfativo para hacer este perfume a medida del cliente.

¿Para qué zonas de los hoteles están pensado estos perfumes a medida?

Trabajamos con hoteles para hacer perfumes a medida de la marca y que cuando entre un cliente a su establecimiento pueda relacionar ese perfume a su marca. Normalmente, nos centramos en las zonas de acceso para que el cliente pueda recibir ese impacto olfativo.

¿Les piden un perfume diferente para cada zona?

Sí. Incluso podemos fabricar distintos productos con un mismo perfume.

CM Creare

Pantallas LED personalizadas y ‘roll ups’ publicitarios

El director de CM Creare, Juan José Cobos, ha llevado a FITURTECHY algunas propuesta de sus servicios ausiovisuales. CM Creare cuenta con una experiencia en de más de 25 años en el mundo de los espectáculos y ahora se han adentrado en el sector turístico.

¿Qué productos tienen para los hoteles?

Contamos con pantallas a medida que se pueden personalizar, incluso para hacer un mostrador o pantallas con formas. La mayoría de las pantallas, por no decir todas, son unas pantallas rectangulares, son como una tele. Nosotros queremos enseñar a la gente que se pueden hacer pantallas con formas y proyectar contenido sobre ellas.

También tenemos *roll ups* específicos para publicidad en hoteles o en establecimientos de todo tipo. Llevan su base y tan solo es llegar, enchufar y funcionar, sin cables.

¿A los hoteles les ofrecen la plataforma o el *software* para poder gestionar ellos estos productos, o siempre va un empleado de vuestra empresa?

No, las pantallas se pueden gestionar a través de Internet, de hecho se pueden centralizar. A través de la nube de la empresa, pueden subir los contenidos a esa nube y de ahí iría a las pantallas, de tal manera que un hotel que tenga 30 establecimientos con pantalla, pueden hacer una gestión de contenidos desde uno solo.

En el caso de los *roll ups*, ¿son interactivos?

En este caso hemos utilizado pantallas LED, que era lo que más se amoldaba a las necesidades de este evento.

Easygoband

Un ‘software’ para la reserva de servicios de un hotel

El director comercial de Easygoband, Rafael Corral, presenta un *software* de gestión y reserva de servicios para un hotel.

- ¿Qué novedades han llevado a FITUR para los establecimientos hoteleros?

Nosotros hemos llevado a #techYhotel un tótem de reserva de servicios, que es una funcionalidad que tenemos dentro de nuestro paquete Host para Hoteles, en el cual el cliente del hotel puede hacer reservas de todos los servicios que le ofrezca el establecimiento. Cada hotel puede personalizar los servicios que ellos tienen y pueden organizarse en función de las horas, del personal que disponen y tener una información en tiempo real de las reservas que se van realizando, lo que también les permite gestionar mejor todos esos servicios.

Te identificas con una pulsera o con cualquier soporte NFC, te identificas en el tótem y este te identifica como huésped y te lleva dentro de tu portal del hotel como cliente. Cuando ya estás dentro del tótem, todas las reservas que haces van a tu perfil de huésped.

- ¿Ofrecéis el tótem y el *software*?

Nosotros aquí lo que vendemos es un *software*. Dependiendo de las funcionalidades que tiene tenemos tres planes: uno más estándar, uno intermedio y otro un poquito más complejo.

- ¿Desde la empresa ofrecen formación sobre el producto al establecimiento?

Sí. Al principio presentamos el proyecto y lo ponemos en funcionamiento, realizamos una formación a los empleados del hotel..., aunque es un muy sencillo.

Grupo ADD

La presencia de robots en los establecimientos hoteleros

José María Reina, comercial del Grupo ADD, expone las distintas utilidades que ofrecen al Sector los robots de su empresa.

- ¿Qué productos ofrecen a los hoteles?

Disponemos de soluciones de robótica para diferentes puntos del hotel (cafetería, servicio de habitaciones, habitación...). Uno de nuestros robots es Tokio, que lleva un *software* especialmente diseñado para el Sector Hotelero. Cuenta con navegación autónoma y reconocimiento facial; puede preguntar a los clientes por sus necesidades o agilizar el *check-in* y el *check-out*, por ejemplo. Y es totalmente personalizable.

Por su parte, Servobot, pensado también para el Sector Hotelero, sirve para llevar comida o bebida en el restaurante, ponerle cualquier detalle de *merchandising* o para el servicio de habitaciones.

Double O es un robot de telepresencia que está diseñado para moverse por espacios en los que la persona física no puede estar. Por ejemplo, si tú no puedes ir a FITUR porque estás en China, puedes conectar al robot y desde una aplicación verías lo que ve el robot, y la gente estaría viendo tu cara. Te podrías mover por la feria sin estar físicamente.

Nuestro último robot, Nairobi, es un robot humanoide que sirve como punto de información. Lo puedes poner a la entrada de los hoteles para dar la bienvenida a los huéspedes. Igualmente, puedes personalizarle las frases que quieres que diga. Tiene unos sensores, que cada vez que una persona pasa por delante, el robot le saluda o le da indicaciones.

Son un elemento diferenciador.

Halton

Campanas extractoras y control de la iluminación

Marcelo Castiglioni, director de Halton para el sur de Europa, presenta sus productos de extracción para hoteles y restaurantes.

- ¿Qué novedades tienen en hostelería?

Una de las novedades es el sistema Marvel, un sistema que regula automáticamente el caudal de extracción. El objetivo de esta tecnología es generar un sistema con un grado de eficiencia energética que permita optimizar consumos principalmente, dado que en una cocina la actividad no es lineal. Por ende, el consumo de todos los elementos de cocción de la cocina no es igual a las 10 de la mañana que a las 14 horas. Entonces el objetivo es que se regule automáticamente con una serie de sensores. Esto conlleva unos grandes ahorros de energía y puede permitir también reducir mantenimientos.

Por otro lado, es importante también el bienestar, es decir, para nosotros es importante que el usuario, ya sea el cocinero o el comensal, se sienta a gusto. En este sentido, creamos unas cortinas de aire perimetrales que nos permiten confinar el humo o el vaho de la cocina dentro del perímetro de la campana y en la sala exterior tener un determinado grado de confort, ya sea por temperatura, lumínico. También hemos desarrollado un sistema propio de luces LED pensadas para cocinas industriales, que determinan el reflejo en la zona. Podemos ajustar también la intensidad según la zona de la cocina.

Por último, otra novedad es la conectividad. Todas nuestras campanas van equipadas con un módem que recoge los datos de la actividad de las campanas.

Hotelspeaker

Control y gestión de la reputación 'online' de los hoteles

Deborah Carrer, directora comercial de Iberia y Latinoamérica de Hotelspeaker, comenta sus servicios para el Sector.

- ¿Qúe ofrece Hotelspeaker?

Es una herramienta de escucha social, donde respondemos a todos los comentarios públicos que reciben los hoteles en las diferentes plataformas. Una de las novedades es nuestra red de redactores profesionales. Tenemos un total de 100 redactores orientados a todos los idiomas. Aparte de facilitar ese tiempo al director a la hora de preparar las respuestas en los comentarios, hemos mejorado también la herramienta y con mucha más rapidez; los clientes reciben los *e-mails* en menos de 24 horas para validar las respuestas que preparamos.

- ¿Están enfocados a hoteles de todo el mundo?

Nuestro mercado principal es el mercado europeo, en concreto Francia y Bélgica, pero desde hace unos años estamos expandiéndonos en España y al resto del planeta.

- ¿Hacia qué tipo de hoteles están más enfocados?

Estamos enfocados a todo tipo de hoteles, desde hoteles de cinco estrellas hasta hoteles de dos que quieran o vean la necesidad de mejorar su calidad en lo que se refiere a la reputación *online*.

- ¿Cómo se hace el trabajo con el hotel?

Mas que nada es un servicio, no un *software*. Nos conectamos con el hotel a través de una pequeña plataforma, donde los clientes entran y ven todas las respuestas. Es el canal para comunicarnos entre nosotros. Nos consideramos como una extensión más del hotel.

HP

Vivir experiencias gracias a la realidad virtual

Melchor Sanz, director de Tecnología e Innovación de HP, comenta su presencia en FITURTECHY 2020.

- ¿Qué han llevado a FITUR?

Coincidiendo con el *late motiv* de este año, 'el efecto mariposa', hemos creado una experiencia inmersiva, gracias a One Digital Consulting, utilizando las mariposas (cuando una mariposa hace algo arrastra al resto de mariposas, hace que varíen su comportamiento).

- ¿Qué aplicaciones tiene para el Sector Hotelero esta realidad virtual?

Por ejemplo, un factor importante es cuando un hotelero está decidiendo cómo es su hotel; la realidad virtual le permite adelantarse al resultado final del hotel y tomar decisiones cambiantes de cómo puede ser el diseño sin tener que invertir en nuevos rediseños y nuevas maquetas. Tenemos una aplicación donde te pones unas gafas, te metes dentro de una habitación y puedes cambiar el aspecto de las luces, el suelo, las paredes o el mobiliario, y de esta manera apreciar de una forma directa y experimentar cómo se sentiría el huésped con los cambios del diseño.

Otra experiencia que estamos haciendo es My Smart Destination, donde colocamos en el hotel una unidad 3D para que el huésped pueda realizar de manera inmersiva una experiencia real de lo que va a vivir dentro de esa ciudad que está visitando; y también decidir qué otro destino va a elegir. De esta manera, la experiencia que le adelantamos con la realidad virtual inmersiva es realmente lo que se corresponde a la realidad.

Kaudex

Innovación en interiorismo y a medida del cliente

Elena López López, del departamento de Interiorismo de Kaudex, presenta algunas soluciones de la compañía para hoteles.

- ¿Cómo ha sido la presencia de Kaudex en #techYhotel ?

En esta edición de FITURTECHY hemos llevado tejidos que fuesen con las características técnicas que requería el espacio. A nivel de tecnología es lo que más puedo destacar.

Por otro lado, hemos utilizado materiales como la resina impresa, que se puede utilizar para revestimientos verticales y horizontales o en mobiliario. Lo bueno de este material es que se puede adaptar a cualquier proyecto, ya sea en paredes, mobiliario o una encimera de baño, por ejemplo. Como novedades de diseño, la mezcla de textura, de colores, lo que se va demandando. Terciopelos, vinilos, materiales más resistentes al fuego... Las líneas son redondeadas, tienden a la amabilidad en las formas. Cuando diseñamos una habitación, vamos a la experiencia en sí de los huéspedes.

Respecto a los armarios, siempre abiertos, nada de puertas, lo más ligero posible y que no ocupe espacio visual.

Nosotros nos adaptamos un poco a la demanda del proyecto, porque las cadenas ya tienen el diseño. Entonces ahí nos adaptamos por los costes. También nos vienen muchas propiedades u hoteles más sencillos que lo necesitan todo. Entonces ahí ya incluimos el diseño desde cero e intentamos plasmar todas las propuestas que nos hacen.

Littium

Movilidad urbana con bicicletas eléctricas

El fundador de Littium, Estebe Gorbea, presenta algunos modelos de bicicletas eléctricas para el sector turístico.

- ¿Qué productos son los que ofrecen para los establecimientos hoteleros?

Uno es el modelo Ibiza, que es una bicicleta eléctrica plegable, que lo que más la diferencia del resto es la portabilidad, ya que puedes meterla en una habitación pequeña, en el maletero de un coche... Y destacamos también en la autonomía del producto. Tiene unas baterías que, depende del usuario, puede alcanzar hasta 100 kilómetros de distancia. Esto, de cara al cicloturismo en hoteles, tanto para movilidad urbana en el centro de las ciudades como para hoteles más a las afueras, creemos que tenemos un producto bastante afín al servicio del usuario del hotel.

El otro producto es el modelo Berlín. Es una bicicleta clásica, de tipo holandesa, con un tamaño más grande. Con un diseño *vintage*, es una bicicleta de más talla, que necesita más espacio, pero también es más cómoda y puedes transportar más equipaje gracias a sus dos alforjas, una a la derecha y otra a la izquierda.

- ¿Cómo trabajan con los hoteles para que ofrezcan sus productos?

Lo que estamos ofreciendo es un modelo en *renting*. Hemos hecho un producto completo, no solo ofrecemos el producto de la bicicleta sino que incluimos un seguro y el mantenimiento. Es un *renting* a 24 meses y la verdad es que creemos que este año, con este formato de servicio, será más fácil acceder porque no hay que invertir un capital en una flota completa.

Mews Systems

Una plataforma con multitud de herramientas

Ildefonso Moyano, director general de Mews Systems para España y Portugal, presenta las novedades de su plataforma.

- ¿Qué novedades tienen?

El pasado año sacamos diferentes innovaciones en lo que es la herramienta propiamente. Creamos un *marketplace* donde están los 330 *partners* que tenemos integrados ahora mismo, con lo cual el hotelero puede ir, dentro de su propio PMS, a la parte de *marketplace* y ver todas las herramientas disponibles y con un *clic* puede contratarlas, conectarlas al PMS y en 30 minutos estaría funcionando. Esto es brutal; poder conectarse a un programa de *revenue* en 30 minutos es espectacular.

- ¿Se necesita algún tipo de formación?

No, porque en todo caso, luego se puede ofrecer toda la formación que necesiten, pero lo que es la integración entre sistemas, realmente podrían empezar a usarlo en cuestión de 30 minutos.

- ¿Qué otras novedades ofrecen?

Otra de las cosas que sacamos fue el *check-out online*. Somos de los pocos que permitimos hacer el *check-in online*, la estancia, los servicios... y también hacer el *check-out online*. Con esto lo que hacemos es que cuando un cliente llega a la recepción y le preguntan si has consumido algo del minibar u otro servicio, ve su factura y si está de acuerdo pulsa un botón y se carga automáticamente en su tarjeta de crédito, se emite la factura final y la recibe en su correo electrónico en formato PDF. Todo esto a día de hoy es lo que se está demandando. Entonces nosotros nos adelantamos.

Morph

La arquitectura ayuda a crear hoteles especiales

Mauricio Real, director de Expansión del estudio de arquitectura Morph, comenta su participación en FITURTECHY.

- ¿Cómo ha sido vuestra presencia en FITUR?

Hemos creado el espacio de techYhotel en el que había un conglomerado de marcas. Además, hemos ido a aprender, a ver cuáles son las últimas tendencias en los hoteles, cómo se están dirigiendo a los clientes... Nosotros diseñamos hoteles y entonces queremos saber cómo va a ser el hotel de futuro.

- Los hoteles tienen sus ideas pero los arquitectos tienen las suyas propias, que se tendrán que integrar.

Yo creo que la tendencia de los hoteles es mirar hacia el cliente y su experiencia. Cada persona va a un hotel por una causa muy particular y los hoteles deben especializarse. Nosotros tenemos que ayudar a los propietarios de los hoteles a que su establecimiento sea especial y que el cliente palpe y note esa especialización. Ese es nuestro trabajo, intentar entender cómo hacer especial un producto y cómo hacérselo ver a los clientes.

- ¿Existe alguna tendencia, a nivel de arquitectura, en los hoteles?

Yo creo que va a empezar, sobre todo en hoteles de costa, la creación de áreas especiales para los clientes. Obviamente, un hotel costero es muy difícil de especializar, pero sí puedes hacer áreas concretas, por ejemplo un área para niños otra para séniors, otra para *millennials*..., con un gran área central de zonas comunes que sí puedan compartir.

Pikolin

Colchones inteligentes y canapés eléctricos

Alvaro Baztán, responsable de Nuevos Negocios en Pikolin, expone las novedades de la compañía para la hotelería.

- ¿Qué novedades ofrecen al Sector?

Para el Sector Hotelero hemos llevado a FITUR dos productos: un colchón inteligente y un canapé con elevador eléctrico.

El colchón inteligente es una evolución del colchón que ya se vende en las tiendas desde el año pasado y que lleva cinco años seguidos siendo el producto del año en la categoría de descanso. La tecnología se llama SmartPik y el colchón más conocido se llama eDream. Es un colchón que analiza, a través de una *app* móvil cómo descansa el cliente y le ayuda a mejorar su descanso. El asistente para el sueño le hace preguntas sobre sus hábitos, mide la temperatura de la habitación, monitoriza sus movimientos... y con ello ofrece recomendaciones para mejorar su descanso.

- ¿A qué tipo de hoteles va dirigida esta novedad?

De momento, solo ha estado de test en algunos hoteles. La tecnología en sí está desarrollada, solo habría que vincularla con el hotel. Hay hoteles que lo están valorando.

-¿Y respecto al canapé eléctrico?

El canapé eléctrico está pensado para las camareras de piso. Este sistema les ayuda a elevar la cama para poder hacerla con mayor comodidad. El sistema se activa con una tarjeta y la cama eleva lentamente, por seguridad. Además, se separa del cabecero, lo que ayuda a limpiar por debajo de la cama.

Porcelanosa

La construcción de hoteles sostenibles y de diseño

Porcelanosa Grupo ha presentado en #techYhotel sus propuestas para construir hoteles sostenibles y de diseño.

- ¿Qué productos concretos han mostrado a los hoteleros?

Inspirado en la piedra natural, el *lobby* de este espacio ha mostrado las propiedades técnicas y estéticas de la colección Durango Acero de Porcelanosa. Con una superficie desgastada similar a la caliza beige, las piezas utilizadas de 100 x 100 centímetros crean espacios indefinidos con un diseño homogéneo y sobrio.

Lo mismo ocurre con Urban Caliza Natural de Venis, presente en el dormitorio. Lo más destacado de este material es el toque desenfadado y único que otorga a los espacios. La versatilidad que tienen cada una de sus series facilita que su uso sea apto tanto para pavimento como para revestimiento. Un conjunto que enfatiza la intimidad de dicha estancia con el vinílico Linkfloor Contract Clay de L'Antic Colonial, cuyo trenzado convierte el cabecero de la cama en una pieza original y ligera.

La calidez y elegancia que tiene la madera también se ha podido percibir en el vestidor y la zona de estar, pavimentadas con la colección Vancouver Nude de Starwood y Devon Riviera de PAR-KER®.

Por otro lado, la apuesta por la ecoeficiencia de cada una de las ocho empresas de Porcelanosa Grupo se ha consolidado con los nuevos productos y soluciones técnicas de Butech. El mejor ejemplo es R-Eco, el adhesivo con el que se han colocado cada una de las piezas de esta exposición y que reduce la contaminación por plásticos.

PressReader

El quiosco digital más grande del mercado

Camilo Gómez, gerente de PressReader en España, detalla las características de su plataforma de publicaciones.

- ¿Cuál es su oferta para los turistas?

En PressReader damos la posibilidad a los huéspedes de los hoteles de acceder a miles de publicaciones de todo el mundo, unas 7.500 publicaciones de 120 países en 60 idiomas diferentes, de contenido internacional y nacional, el cual pueden tenerlo disponible de manera inmediata a partir del dispositivo propio del huésped, el cual cuando llega al hotel, a través de su red WiFi, tiene acceso a nuestro contenido entrando por la aplicación o por la página *web*. La principal diferencia con el contenido de la aplicación es que el contenido en esta se puede descargar y se queda guardado en el dispositivo del huésped, por lo que se convierte en un valor añadido.

- ¿Es un servicio gratuito para el cliente?

Exacto, es un servicio gratuito. El modelo de negocio es un B2B, en el cual nuestro cliente o *partner* es el hotel o la cadena. Actualmente trabajamos en todo el mundo, tenemos muchos acuerdos internacionales, por ejemplo con Accor, NH, Barceló, Meliá... No tienen porqué ser solo hoteles, sino también estamos hablando de apartamentos.

PressReader es como un Netflix o un Spotify pero de periódicos y revistas. Es el quiosco digital más grande del mercado. También trabajamos con aerolíneas, cruceros, universidades, bibliotecas... Somos tecnología, por lo que podemos personalizar el servicio según el *partner*.

Resuinsa

Estampación digital y textiles inteligentes

La empresa española Resuinsa ha llevado a #techYhotel, en FITUR, dos de sus grandes novedades tecnológicas: por un lado, su revolucionaria técnica de estampación digital Indathren y sus textiles inteligentes con la tecnología RFID que permiten ofrecer soluciones a la carta para hoteles y lavanderías industriales.

- ¿En qué consiste la estampación digital Indanthren?

Es una novedad que reinventa el diseño textil del *hospitality* al permitir personalizar los textiles según estilos, ambientes o tendencias respetando la calidad y la sostenibilidad. La estampación digital Indanthren es un avance tecnológico que permite a los establecimientos diseñar los textiles hasta el mínimo detalle y adaptarlos a las temporadas, al espíritu de cada hotel y restaurante, a las tendencias y a los cambios. Esta tecnología ya está siendo utilizada por las principales cadenas hoteleras de todo el mundo y ha conseguido revolucionar el diseño al permitir a cada cliente personalizar los textiles más allá de las tendencias.

¿Qué ventajas tienen los textiles inteligentes con tecnología RFID?

Incorporar la tecnología RFID supone un notable valor añadido. Cualquier hotelero que la utilice podrá conocer, por ejemplo, cuántos lavados tienen una de sus prendas, cuántas prendas envía a la lavandería y cuántas le devuelven, el número de artículos que tiene en el almacén de cada piso de un hotel, incluso un control total de los hurtos. Además, el lavandero podrá controlar la rentabilidad en su lavandería mediante el control de la vida útil de la ropa.

Roca

Lavabos, espejos, platos de ducha e inodoros

La compañía Roca ha presentado en FITURTECHY varios productos específicos para el baño de los hoteles.

- ¿Qué novedades han llevado a FITUR?

En primer lugar, el lavabo configurable. Está hecho todo de Surfex, un material que combina resina con piedra, y la novedad es que puedes configurar tanto el ancho, que puede ser de 45 o 50 centímetros, como el largo, que puede llegar hasta los 160 centímetros. En cuanto a las cubetas, se pueden elegir incorporar hasta cuatro y que vayan integradas o sobre encimera. Además, se puede añadir un faldón, en el cual se pueden incluir toalleros del mismo material, además de una pequeña balda.

También tenemos el espejo Iridia, que incluye una luz LED que recorre todo el perímetro del espejo, que puede ser cuadrado o redondo. Como novedad, podemos añadir placas antivaho, así, a la hora de ducharte hace que puedas verte en perfectas condiciones.

Por otro lado, tenemos el plato de ducha Cratos, que es de porcelana, al que se ha añadido un esmalte que hace que sea antideslizante. Este plato, además, se puede fabricar totalmente a medida y en varios colores.

Por último, una novedad, que acaba de salir, es el In-Wash con In-Tank, un inodoro que integra el depósito de agua en la propia taza. Gracias a la eliminación de la cisterna, In-Tank simplifica extraordinariamente el proceso de instalación. Además, este inodoro cuenta con varias funciones de lacado de la persona y se puede ajustar la temperatura y la presión.

Schneider Electric

Cargadores en hoteles para vehículos eléctricos

Marina Vera, especialista en proyectos de movilidad de Schneider Electric, cuenta la oferta que tienen la compañía enfocada al turismo.

- ¿Qué novedades tienen para el Sector Hotelero?

En Schneider Electric tenemos muchas soluciones para el Sector Hotelero, pero queremos destacar los puntos de recarga para vehículos eléctricos, tanto para garaje exterior de los hoteles como para el interior o bien en centros comerciales, edificios y demás. Esta oferta le aporta al hotel una imagen más sostenible porque la idea es que los vehículos se carguen con energías renovables y, además, esos vehículos no van a contaminar. El cliente que vaya a ese hotel va a ser un cliente más mentalizado con el medio ambiente, de un mayor poder adquisitivo y, al final, es algo que se retroalimenta. El cliente cada vez está más dispuesto a pagar más por un hotel que sea más sostenible.

- ¿Desde cuándo ofrecen los cargadores eléctricos?

Este producto lo hemos lanzado hace poco, aproximadamente un año.

- ¿Y a qué tipo de hoteles está dirigido?

Estamos enfocados a hoteles medio-altos, que sean grandes y tengan espacio, y que tengan un cliente que vaya a utilizar un vehículo eléctrico.

Ahora mismo, la mayor demanda que tenemos procede de Baleares y Canarias, dos territorios donde es más fácil que la gente y los turistas usen un vehículo eléctrico, ya que al ser islas, no tienen problemas de largas distancias.

Signify

Un amplio catálogo de soluciones de iluminación para los hoteles

Signify ha colaborado un año más con el ITH en FITUR con soluciones creativas de iluminación adaptándose al diseño que el estudio Morph había ideado para el hotel del futuro.

- ¿Qué ofrece a los hoteles?

El amplio catálogo de soluciones de iluminación de Signify nos permite abarcar cualquier necesidad dentro del hotel reforzando tanto la sostenibilidad como la innovación tecnológica de sus instalaciones a través de la luz.

Como se ha podido ver en la instalación de FITURTECHY, en nuestros proyectos podemos ir desde las eficientes y más elementales fuentes de luz LED (montaje con tubos LED) hasta los sistemas de iluminación más sofisticados de luz integrada en materiales (Luminous Textil permite la emisión de imágenes a través de paneles textiles) pasando por la integración del IoT y la luz con soluciones como Interact Hospitality. Para mejorar la experiencia en la habitación, el cliente puede elegir la ambientación que desee dependiendo del momento o de su estado de ánimo, controlando la tonalidad e intensidad de la luz. Signify se ha encargado de adaptar, con cada detalle, a las emociones de forma personalizada para cada huésped, a través de la iluminación.

En el stand, además, hemos contado con luminarias, tanto de Philips como de otras marcas del grupo, como las líneas de luz de Iltiluce. Todo pensado para que el huésped viva una experiencia inolvidable.

Veltia

Un secador de manos y pelo en un mismo producto

Miquel Canut, gerente de Veltia, detalla las características de un nuevo secador para los establecimientos hoteleros.

- ¿Cuál es su principal novedad?

Hemos patentado un secador de manos y de pelo —la salida de aire—, al que hemos reducido mucho el ruido y se puede instalar en las habitaciones de los hoteles. Está pensado como sustituto real de las toallas de mano y para los hoteles de bajo coste, que aunque tengan que mantener las toallas de cuerpo, sí puedan eliminar las de mano. Esta parte de sostenibilidad supone un gran ahorro para el hotel. Había una tendencia en el mercado de eliminar todas las botellitas de *amenities* y ahora en este línea hemos desarrollado este secador, que sirve para secarse las manos y, con un elevador, también el pelo.

- ¿Desde cuándo llevan comercializándolo y que penetración está teniendo en el Sector Hotelero?

Empezamos hace un año con el secador de manos y la doble funcionalidad de pelo y mano la hemos lanzado en FITUR, a través del ITH, por el interés en sostenibilidad, que es un elemento importante para ir encauzando el mercado hacia este tipo de producto.

- ¿Decía que estaba enfocado a hoteles de baja gama?

Sí, a los más económicos. Les será rentable porque eliminarán las toallas de mano y su correspondiente gestión y coste. Además, contribuye con la sostenibilidad porque se elimina la huella de carbono de la logística de lavandería, secadora y su transporte.

Zennio

Control de acceso y domótica en las habitaciones

Javier Giménez, director de Desarrollo Hotelero de la empresa Zennio, expone algunos productos de su compañía dirigidos a los hoteles.

- ¿Qué novedades tienen para el Sector?

En #techYhotel hemos presentado nuestra última novedad, que es el IWAC (Indoor Control Access). Es muy novedoso porque está incrustado en la puerta de la habitación y tiene una serie de funcionalidades, como el antirrobo, que evita que la gente pueda entrar con una tarjeta como se hace habitualmente. Además, tiene la posibilidad de comunicarse tanto con los clientes como con el personal del hotel. A través de la tarjeta de entrada a la habitación el hotel sabe si es un cliente o alguien de mantenimiento y le puede dar distintas instrucciones. Por ejemplo, una persona de mantenimiento sabe si una habitación está desocupada y lista para limpiar solo con pasar su tarjeta o si esa habitación es una de la que tiene designadas para limpiar. El sistema tiene unos pilotitos LED, que en función del color y como lo quieran programar, el personal sabe lo que tiene que hacer en la habitación.

- ¿Qué otros productos ofrecen?

Siempre hemos tenido el control habitual de la habitación. Zennio tiene patentado un algoritmo, con el que cada vez que hay una entrada o una salida de la habitación, el elemento de la puerta hace un barrido en la habitación y sabe si está ocupada o desocupada para posteriormente poder actuar como se quiera. En general, se puede controlar un gran número de posibilidades.

HOSTELCO
THE HOTEL & RESTAURANT TRADE SHOW

20-23 ABRIL 2020
RECINTO GRAN VIA

Fira Barcelona
Alimentaria Exhibitions

www.hostelco.com
#hostelco

FOCUS ON HOSPITALITY BUSINESS

HOSTELCO 2020, el encuentro decisivo para todos los profesionales de la hotelería

Nuestra industria vive un momento clave. La personalización de las experiencias, la sostenibilidad y la tecnología están transformando el sector como nunca antes.

Conscientes de ello, **Hostelco y CEHAT-ITH suman fuerzas** para potenciar la industria hotelera y ofrecer la oferta más completa y transversal, desde **equipamiento** y productos de diseño hasta sistemas de control y gestión específicos para la hotelería. Una alianza que fomenta el **conocimiento**, promueve el debate y facilita el **networking** entre todo el ecosistema del sector.

Asiste en directo a la revolución de la industria hotelera.

Hostelco es una oportunidad única para conocer de primera mano las **novedades** en equipamiento específicas para la hotelería y descubrir las **últimas tendencias** a través de mesas redondas, talleres y espacios de actividades.

HOSTELCO Live Arena

HOSTELCO Live Hotel

¡Ven a Hostelco, un centro de negocios de primer nivel, que reúne a toda la cadena de valor de la hotelería!

RESERVA TU AGENDA DEL 20 AL 23 DE ABRIL DE 2020.
Regístrate en HOSTELCO a través del programa VIP BUYERS CEHAT-ITH. Descubre todas las ventajas del programa e inscríbete:

Co-located event
Alimentaria

Coorganizador:
felac
FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE ASOCIACIONES DE FABRICANTES DE MAQUINARIA PARA HOSTELERÍA, COLECTIVIDADES E INDUSTRIAS AFINES

Talento y actitud, ejes de la gestión del cambio y el liderazgo en la transformación digital

La OTD de Ashotel celebra su primer aniversario con un balance positivo de actividades y resultados, recogidos dentro de las acciones de soporte a la innovación de la patronal

Conceptos como el talento y la actitud de las personas son los ejes principales que se deben tener en cuenta en la gestión del cambio y el liderazgo para la transformación digital de las empresas. Este ha sido el tema sobre el que ha pivotado la jornada 'Desafíos en la transformación digital en la hostelería', organizada por la Oficina de Transformación Digital (OTD) de Ashotel en la Factoría de Innovación Turística, FIT Canarias.

En la bienvenida, el presidente de Ashotel y de CEHAT, Jorge Marichal, incidió en esa idea. "Esta transformación debe ir de la mano de personas y sentimientos, porque nos olvidamos con mucha frecuencia del componente humano en medio de tanto artilugio e invadidos por datos que muchas veces no tenemos tiempo de analizar", dijo Marichal, quien añadió que "el talento es la clave, debemos volver a él como punto de referencia y Ashotel está convencida del camino iniciado en transformación digital, situando el factor humano en el centro de la actividad".

Por su parte, el consejero delegado de Turismo de Tenerife, David Pérez, se mostró partidario de trabajar de la mano sector público y privado; apuntó que la transformación digital es "un proceso inclusivo en el que todos tenemos que estar" y añadió que "Tenerife tiene un reto muy importante por delante: aplicar esa transformación digital a todo su territorio". Pérez informó de un nuevo departamento de innovación en Turismo de Tenerife y que se está a punto de firmar un convenio con Segittur, mediante el cual desarrollar conceptos como gobernanza, accesibilidad, innovación y sostenibilidad en el turismo.

Finalmente, el concejal de Desarrollo y Empleo del Ayuntamiento de Adeje, Manuel Luis Méndez, puso como ejemplo de esa creencia en la transformación digital la propia Factoría de Innovación, entidad impulsada por el Ayuntamiento, la Cámara de Comercio, Ashotel y el Cabildo tinerfeño en un sector que es motor de la economía, "siempre innovador y resiliente ante coyunturas internacionales a las que hemos sabido responder con éxito". Méndez destacó la apuesta de Adeje por esa innovación, que ejemplificó con un importante proyecto para convertir el municipio en Destino Turístico Inteligente y para el que cuentan con una subvención de 4 millones de euros de Red.es.

Liderazgo y gestión del cambio

La jornada contó con dos ponencias destacadas, a cargo de expertos de primer nivel nacional e internacional. En primer lugar, Juan Ferrer, consultor, *speaker*, formador y *coach* ejecutivo, especializado en la gestión del cambio y en la creación de inteligencia liderazgo colectivo, abordó en su ponencia 'Tipos de liderazgo requeridos en la digitalización' la importancia de tener en cuenta que liderar la digitalización no es solo una cuestión de tecnología. Por su parte, Mamen Perera, experta en liderazgo, gestión del cambio y estrategia, abordó en su ponencia 'El cambio cultural como palanca de la transformación digital' su propia experiencia personal cuando era la directora de la delegación española de una multinacional, con unos 300 empleados, que se tuvo que enfrentar "de la noche a la mañana" a la crisis económica de 2009.

Balance del primer año de OTD Ashotel

Las responsables de la OTD Ashotel, Eliana Bautista y Candelaria Santos, hicieron balance de las actividades y resultados del primer año de actividad de este proyecto, recogido dentro de las acciones de soporte a la innovación de Ashotel. Desde la OTD se hizo hincapié en el interés de Ashotel por la innovación y el desarrollo sostenible, a través de la creación de herramientas como ésta, que sirven de apoyo para que ninguna empresa se quede rezagada.

Soria&Trufa atrae a nuevos visitantes

La Agrupación Soriana de Hostelería y Turismo, ASOHTUR, ha organizado las VI Jornadas de Soria&Trufa, que reúnen en esta edición a 11 restaurantes de Soria capital y provincia. El evento se celebra hasta el 31 de marzo y suma el esfuerzo de los restauradores sorianos a otras acciones de promoción en torno al producto puestas en marcha por instituciones públicas y privadas.

"Soria hace trufa. El turista lo sabe porque se la metemos por los ojos y eso lo estamos haciendo bien", asegura Carlos de Pablo (Casa Vallecas, Berlanga de Duero), uno de los restauradores que participan en las VI Jornadas de Soria&Trufa, que muestra así su satisfacción por el desarrollo de la presente edición, que finaliza el 31 de marzo.

Hasta un 30% de nuevos clientes, según la experiencia de Óscar García (Baluarte, Soria, una Estrella Michelin) y con alguna ampliación de plantilla de hasta un 30%, caso del restaurante de Ángel Cortés (Duque, en Medinaceli), es el balance provisional de Soria&Trufa, que llena los fines de semana estos meses y atrae a visitantes incluso entre semana.

La grandeza de la trufa garantiza un público repetidor, "pero vienen bastantes nuevos comensales de Madrid, País Vasco y Barcelona, si hay puente allí, aporta bastante. Valladolid empieza a verse", asegura Carlos de Pablo desde Berlanga, opinión que refrenda desde La Chistera (Soria capital), José Antonio Antón.

Los hoteles de Sevilla se forman en recursos turísticos accesibles

La Asociación de Hoteles de Sevilla ha organizado en el Hotel Ribera de Triana unas jornadas formativas muy interesantes, para conocer recursos turísticos accesibles, gracias a la Fundación ONCE y la Fundación ACS. Durante la mañana se escucharon diferentes testimonios de personas con discapacidades muy diversas, a las que les gusta viajar y demandan destinos accesibles y de calidad.

En Europa hay 37 millones de turistas con movilidad reducida, más sus acompañantes, que gastan de media un 30% más que el resto de turistas.

Carmen Fernández, arquitecto técnico de la Fundación ONCE, presentó los resultados obtenidos en el último Observatorio de Accesibilidad Universal del Turismo en España, donde destaca que el 94% de las personas con discapacidad ha viajado al menos una vez en los últimos dos años y que el gasto medio que hacen es de 813 euros, mientras que de media de un turista sin discapacidad en España se gasta 637 euros.

Es verdad que muchas de las necesidades de las personas con diversidad funcional dependen de medidas muy costosas y de espacios de los que a veces no se disponen en los hoteles, pero hay otras que sólo requieren concienciación y voluntad. Así podríamos resolver muchas de las barreras que existen en los establecimientos turísticos.

Al margen de las normas y leyes que exigen diferentes cosas en materia de accesibilidad en los alojamientos turísticos, en estas jornadas han quedado patentes varias demandas que las personas con discapacidad piden de manera primordial:

- Formación mínima del personal, que cuando no haya posibilidad de tener recursos técnicos, los trabajadores del hotel tengan un mínimo de conocimientos y puedan ayudarles a traspasar esas barreras con las que se encuentran cuando llegan a un hotel.

- Información útil en la *web*: mostrar lo que de verdad cada establecimiento tiene accesible y si dispone de habitaciones adaptadas de alguna forma, que aparezcan al consultar disponibilidad.

- Mostradores de recepción accesibles. Hay diseños muy bonitos que no rompen la estética y ayuda a comunicarse de mejor forma con personas en sillas de ruedas.

- Plan de evacuación accesible. No sólo para personas sin discapacidad, sino también para los que sí la tienen.

- Señalización de la recepción y de los servicios del hotel de forma clara para discapacitados.

Las personas con discapacidad sólo buscan integración, normalización para poder viajar igual que cualquier persona y ser autónomos.

Hay que tener en cuenta además dos cosas: el turismo accesible es sinónimo de turismo de calidad, aporta siempre un beneficio para cualquier tipo de cliente, porque siendo accesible se atrae también al turista no discapacitado, por el compromiso que la empresa ha adquirido con estos servicios de accesibilidad. Y por otro lado, también hay que saber que el turista con discapacidad es un cliente más fiel que cualquier otro perfil, porque si les haces sentir cómodo en tu hotel, volverá.

Durante las jornadas se han visto varios casos de éxito de destinos que han apostado de manera especial por el turismo accesible y Ávila es uno de ellos. Rosa Jiménez de Miguel, del Ayuntamiento de Ávila, ha señalado que lo más importante en esta materia es la concienciación de todos: población, organismos públicos, etc. Ellos disponen de guías gratuitos para personas discapacitadas, *web* de turismo accesible con lectura fácil, patrimonio accesible, etc.

Navartur cierra sus puertas con 44.000 visitantes, un 11% más que en la edición anterior

La 15º edición de la Feria Internacional de Turismo Reyno de Navarra Navartur ha cerrado con un 11% más de visitantes que en 2019, un éxito que ha sido celebrado tanto por organizadores, como por los destinos y empresas participantes.

En esta edición han destacado nuevos destinos como Costa Brava, las Regiones de Oporto y Norte de Portugal y Nueva Aquitania en Francia, que participaron por primera vez en Navartur. Todos esos destinos, según dicen, han despertado la curiosidad de las decenas de miles de visitantes que este fin de semana han pasado por el palacio de congresos de Baluarte.

Los visitantes han destacado la amplia oferta de destinos y propuestas para sus viajes y el amplio programa de actividades, destacando las presentaciones de destinos, degustaciones gastronómicas y catas de vinos.

En cuanto a los destinos participantes, han resaltado la calidad de los visitantes de la feria, entre quienes se observa interés por informarse y descubrir nuevos destinos. Un 60 % de los visitantes reconoce que Navartur le ayuda a decidir el destino de sus próximas vacaciones.

Éxito de Navartur Negocios que logra cientos de intercambios

En la agenda dirigida a los profesionales del sector, el 3º Congreso Internacional de Turismo Gastronómico, FoodTrex Navarra 2020, que se ha celebrado en el marco de Navartur, ha resultado igualmente un "éxito de asistencia, con la participación de casi 200 profesionales y expertos ponentes de Estados Unidos, Canadá, Irlanda, Reino Unido, Portugal y España. El congreso está Patrocinado por Gobierno de Navarra, Ayuntamiento de Pamplona e INTIA-Reyno Gourmet y cuenta con la colaboración de la Asociación de Hostelería y Turismo de Navarra y de WFTA (World Food Travel Association). Durante el programa del congreso, expertos ponentes, asistentes y periodistas especializados de España, Estados Unidos y Reino Unido han visitado distintos lugares de Navarra donde han podido conocer nuestra oferta en Turismo enogastronómico, lo que sin duda contribuirá a que la oferta Navarra sea más conocida en mercados de Estados Unidos y Reino Unido. Una de las novedades del 3º congreso ha sido el Encuentro B2B especializado en Turismo Gastronómico, que se ha celebrado con decenas de intercambios comerciales que han permitido a los empresarios del sector dar conocer nuevos productos, y ganar nuevos mercados. En este Encuentro B2B, han participado un total de 21 compradores internacionales, entre los que ha destacado la presencia de turoperadores y agencias de Estados Unidos, Portugal y España. El *workshop* ha ofrecido a los profesionales un formato de trabajo que ha favorecido las reuniones entre la oferta y la demanda en mesas de trabajo en torno a las que se reunieron empresas del sector.

Los Hoteles de Zaragoza organizan el 'I Recital de Jotas Románticas'

La Asociación de Hoteles de Zaragoza y Provincia organizó el 'I Recital de Jotas Románticas' desde el jueves 13 al sábado 15 de febrero, coincidiendo con San Valentín, día de los enamorados.

Se trata de una acción que se desarrolló en diferentes alojamientos de la capital zaragozana para el disfrute tanto de los visitantes como del público residente. Un recital de carácter gratuito que se realizó en los espacios más acogedores y singulares de los hoteles, convirtiéndose así en escenarios para estas actuaciones únicas.

Los recitales corrieron a cargo del grupo folclórico Orgullo Aragonés, un conjunto procedente de las escuelas de jota de El Burgo y Fuentes de Ebro. Con varios discos profesionales, Orgullo Aragonés está presente en multitud de celebraciones privadas y civiles, ofreciendo su dilatada experiencia y ganas en la organización de esta primera actuación cultural en los hoteles de Zaragoza. La programación cultural de los hoteles se ampliará a lo largo del año con otras acciones celebradas en años anteriores con gran éxito, como los microteatros, los conciertos en verano y los monólogos.

Estos recitales de jotas románticas se realizaron a partir de las 20 horas en tres establecimientos hoteleros. El jueves 13 de febrero, el primer espacio en acoger la actuación fue la Bóveda del Albergue de Zaragoza, uno de los referentes culturales en la ciudad. El viernes 14, día de San Valentín, fue el turno de uno de los hoteles referencia en el centro de Zaragoza: el hotel Silken Reino de Aragón. Por último, el sábado 15 de febrero fue el turno para el recién inaugurado Hotel Insside by Melià Zaragoza, que abrió la azotea del alojamiento para acoger esta actuación única.

Grupo Blendio pasa a formar parte de las empresas que colaboran con Hostelería de Cantabria

El grupo de Automoción ha firmado un convenio de colaboración con la Asociación Empresarial de Hostelería de Cantabria (AEHC) a través del que pasa a formar parte de la imagen corporativa de este colectivo compuesto por más de 1.850 empresas del sector.

El presidente de la AEHC, Ángel Cuevas, ha agradecido al consejero delegado de Grupo Blendio, "su compromiso con la Asociación de Hostelería de Cantabria" y ha avanzado que la Asociación "divulgará entre los asociados toda la información, ofertas y novedades de la empresa".

Por su parte, Emilio Criado ha resaltado que "es un honor para Blendio pasar a formar parte de las más de mil ochocientas empresas que conforman la AEHC y ser parte activa de las actividades que allí se realizan". "Desde Blendio apostamos siempre por el futuro para poder ofrecer soluciones de movilidad a todos los asociados", ha añadido.

Blendio es el grupo de concesionarios oficiales Citroën, DS, Ford, Kia, Mazda, Nissan, Maxus, Aixam y Peugeot Scooters. Tiene presencia en Cantabria, Asturias y la provincia de Pontevedra.

La experiencia de su concesión origen, Citroën Autogomas, caracteriza la calidad de su trabajo. Esto lleva a los clientes que les eligen a salir plenamente satisfechos de sus concesionarios. Son conscientes de cómo tratar con los que desean comprar un nuevo vehículo: están al lado del cliente en cada una de las fases de la venta y de la post venta, desde la elección del coche hasta cualquier mantenimiento o reparación. Los servicios que ofrecen son hechos a medida para el cliente: desde la financiación como el rent a car y el renting, hasta lo relacionado con el seguro para conducir con tranquilidad y protegidos. Aprovechando el pago en cuotas mensuales es posible adquirir el modelo con mejor equipamiento de las marcas de las que disponen y pagarlo cómodamente según la situación financiera del cliente.

El Turismo Activo, una apuesta de GAT para desestacionalizar, enfocado como una experiencia en destino

Desde GAT estamos continuamente trabajando con el objetivo mejorar la experiencia de nuestros clientes en los resorts e instalaciones que gestionamos

Consideramos que viajar nos permite descubrir cosas nuevas, conocer otras culturas, abrir nuestras mentes, disfrutar e interactuar con los locales y con otros viajeros, descubrir la belleza del paisaje, de los animales…por esta razón queremos ofrecer a nuestros clientes la autenticidad de las experiencias, la satisfacción global de su viaje basada en el contacto con la naturaleza, la creación de comunidad con amigos, familiares o incluso con uno mismo.

No nos centramos únicamente en los atributos del producto, sino en el conocimiento de las experiencias, en su diseño e identidad. Por ello, ofrecemos a nuestros clientes la posibilidad de vivir el destino que visitan de una forma distinta, disfrutando de forma integrada e integral de la hospitalidad, la profesionalidad y el contacto con la población local.

Y así, ponemos a su disposición la posibilidad de caminar por las dehesas donde se cría el cerdo ibérico, de visitar las almazaras donde se obtiene el aceite de oliva virgen extra o pasear por los viñedos. La experiencia se construye a través del conocimiento y la vivencia memorable.

Disfrutar de enclaves privilegiados como los parques naturales de nuestro entorno con diferentes ecosistemas, flora y fauna típica de la zona y avistar aves de distintas especies.

Realizar travesías de pesca ligera, disfrutar de increíbles puestas de sol a bordo de un velero o pasear a caballo por playas vírgenes.

Propuestas que supongan una mezcla entre la innovación y la tradición como es el caso de los talleres de elaboración de productos artesanales, relacionados tanto con la cultura local como con la materia prima y productos típicos de la zona.

Nuestra filosofía es la protección del medio ambiente, beneficiándonos de sus recursos, pero a la vez respetándolos. Compaginando turismo y deporte con el propósito de impulsar el disfrute de todas las personas que nos visitan en términos de sostenibilidad.

En todos nuestros resorts contamos con campos de golf ubicados en espacios privilegiados donde disfrutar de la naturaleza, el deporte y de las amistades. Deporte en el que tenemos una experiencia consolidada desde hace varios años.

Estamos adaptando espacios para ofrecer las mejores instalaciones al segmento del cicloturismo, con gran demanda emergente en nuestros hoteles atraídos por la climatología, infraestructuras, orografía, seguridad y la gastronomía de nuestros enclaves.

Ofrecemos a *runners* y triatletas, los deportistas tanto profesionales como aficionados estancias e instalaciones pensadas para sus entrenamientos, competiciones, vacaciones deportivas o training *stages*, en los entornos naturales cercanos a nuestros resorts, lugares con un clima templado que hacen que sea más apetecible disfrutar del deporte y de los encantos de los emplazamientos.

Nuestros hoteles, además, ofrecen la posibilidad de completar tu entrenamiento en el gimnasio y disfrutar de servicios especializados de fisioterapia o spa.

Y si importante es el entorno natural y unas instalaciones preparadas, no lo es menos el cuidado de la oferta culinaria completando así el círculo virtuoso saludable. Por ello brindamos a nuestros clientes comidas nutritivas y servicios a medida para que todo este a la altura de sus expectativas. Que cada necesidad o demanda particular encuentre en nuestros establecimientos una respuesta completa y adecuada.

También apostamos por experiencias relacionadas con el equilibrio cuerpo-mente a través de la práctica del yoga, el mindfulness y otras disciplinas para equilibrar los canales del cuerpo.

“Con todas y cada una de nuestras propuestas de experiencias ambicionamos hacer realidad vuestras ilusiones, despertar las emociones y regalaros los mejores momentos”.

Carmen Garayar,
consejera ejecutiva de GAT
Gestión de Activos Turísticos

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 redunda 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 trasporte 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@campofriofg.com
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, aúna 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 metodología 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

GAT

GAT – Gestión de Activos Turísticos es un referente en lo que a Interim Mangement 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
Fenando Diez - fdiez@impuetalia.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 Fundación InterMundial.
www.intermundial.es

LITTIUM 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, LITTIUM (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 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

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 posicionado 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

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

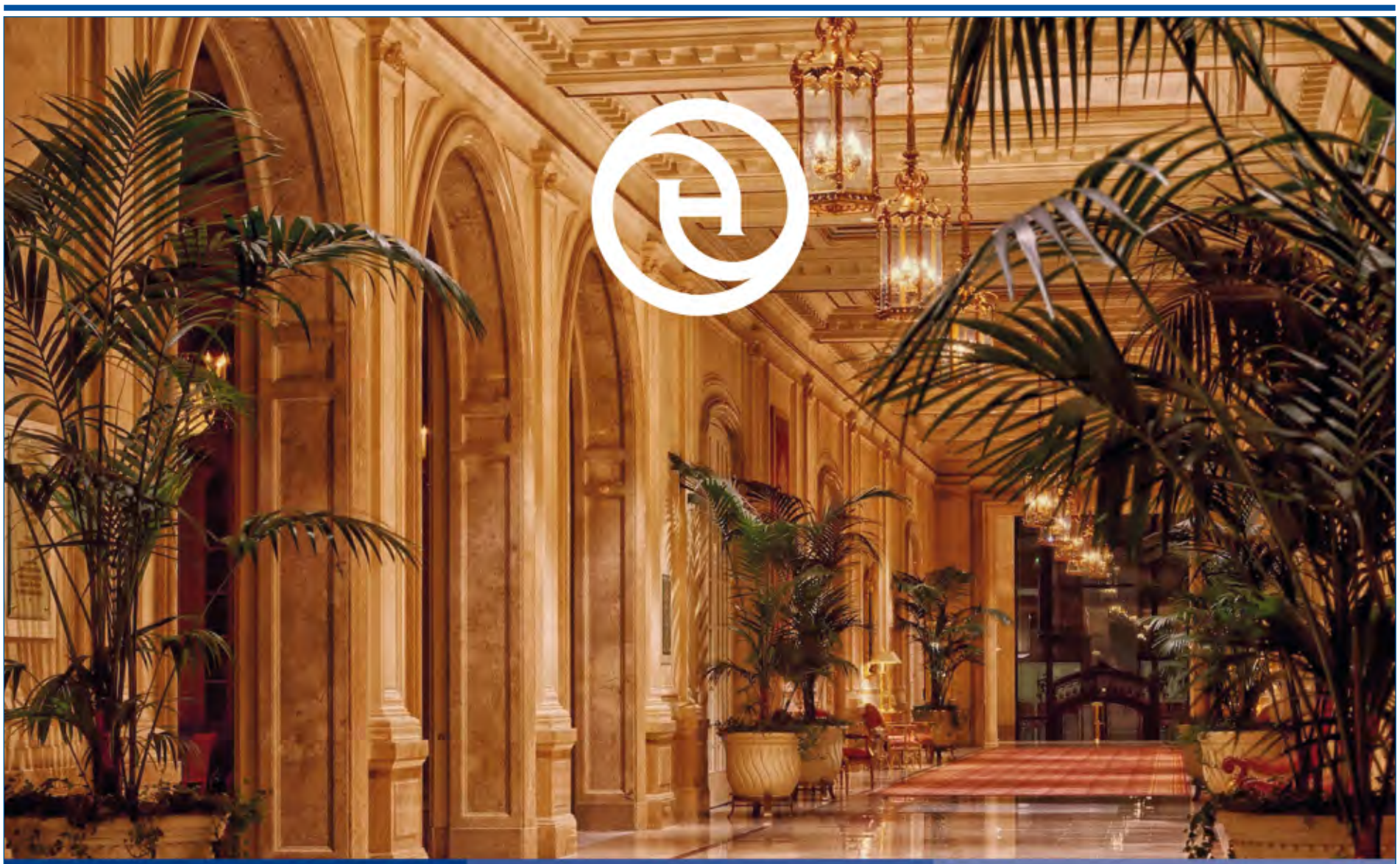
CEHAT
CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOTELES Y ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

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

Orense, 32, 28020 Madrid · Teléfono: 902 01 21 41 · Fax: 91 556 73 61 · E-mail: humi@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