

El sector turístico español, optimista de cara al segundo trimestre del año

Las expectativas de los hoteleros de cara a Semana Santa y la temporada de primavera 2015 son positivas respecto a la misma época del año pasado,

según el Observatorio de la Industria Hotelera, elaborado por PwC para CEHAT. El índice OHE General, que recoge las perspectivas de los hoteleros jun-

to con las previsiones macroeconómicas, sube un 5,3% respecto a la temporada de Semana Santa y primavera de 2014 y se sitúa en los 64,41 puntos.

Por primera vez desde 2008, año en el que se empezó a elaborar el Observatorio de la Industria Hotelera, un 90% de los encuestados consideran que los españoles van a crecer o mantenerse respecto al año anterior y solo un 7,22% considera que van a decrecer. Al mismo tiempo, "solo un 5% de los encuestados manifiestan que su rentabilidad va a empeorar respecto al mismo trimestre del año pasado, la mayoría (61%) considera que la rentabilidad será similar y un importante 35% considera que será mejor debido a la mejora en el capítulo ingresos y por el mantenimiento de los cos-

tes generales". Hay que señalar que el sector lleva arrastrando una importante contención de costes en los últimos cinco años y que en la mayoría de las ocasiones no hay espacio para ahorros de costes relevantes.

Las previsiones para la temporada alta también son buenas y están basadas en las buenas perspectivas del mercado británico, "Preveamos que la llegada de visitantes pueda crecer hasta un 3%, impulsada por la depreciación del euro frente a la libra esterlina", apuntó el presidente de CEHAT, Juan Molas.

Actualidad / Págs. 16 y 17



El Observatorio de la Industria Hotelera Española, realizado por CEHAT y PwC, muestra una mejora sustancial de todos los indicadores analizados.

Los hoteleros califican al Gobierno de irresponsable por el nuevo IMSERSO

El Ejecutivo ha planteado un diseño de programa que penaliza gravemente la participación de los hoteles de tres estrellas, cuando han sido este tipo de establecimientos los que han sostenido este programa durante sus casi 30 años de existencia.

La preocupación entre los hoteleros es palpable, ya que muchos de ellos tienen toda su plantilla laboral de invierno organizada. En el diseño que han realizado los técnicos del IMSERSO no se ha tenido en cuenta ninguna mejora de la retribución hotelera ya que congela los precios de venta al público durante tres años por lo que "los hoteles de cua-

tro estrellas primados en este diseño tendrán que trabajar a menos de 20 euros por persona y día en pensión completa, cifras económicas fuera del mercado y que generan cuantiosas pérdidas al sector hotelero". Hay que recordar que en este programa empezaron a trabajar establecimientos de dos estrellas que hace unos años realizaron importantes inversiones para mantenerse en el mismo y subir de categoría a tres estrellas. Estos establecimientos pueden verse fuera de la contratación o con unos cupos tan reducidos que hacen inviable la actividad económica.

Actualidad / Pág. 19

Recta final de negociaciones para la Directiva europea de viajes combinados

El próximo 22 de abril está programada una reunión con representantes de las tres instituciones comunitarias —Consejo, Parlamento y Comisión Europea— que será clave para el futuro de esta pieza legislativa de vital importancia para la hostelería española. En el supuesto de que llegasen a un acuerdo, la Directiva sería una realidad en breve. CEHAT conjuntamente con el resto de las 42 asociaciones nacionales de hostelería de 27 países

europeos miembros de HOTREC, han manifestado su oposición al enfoque general aprobado por la presidencia italiana del Consejo. CEHAT ha enviado cartas a los representantes de la delegación de España en el Consejo, así como a las máximas autoridades del Ministerio de Industria, Energía y Turismo, alertándoles sobre los graves perjuicios económicos que podría ocasionar la futura regulación sobre viajes combinados en el supuesto de aprobarse tal y como acordó el Consejo el pasado mes de diciembre. El director de Asuntos Europeos de CEHAT, Didac García, analiza en su artículo las consecuencias directas e indirectas que la futura Directiva de viajes combinados tendría para la hostelería española.

Hotelería Europea / Pág. 8



Los viajes combinados generan dudas.

NOTICIAS EN BREVE

Inaplicación de convenios

Una de las principales novedades de la reforma laboral de 2012 fue la modificación del artículo 82.3 del Estatuto de los Trabajadores, flexibilizando los supuestos para que las empresas puedan inaplicar el convenio colectivo en determinadas materias reguladas por estos jornada de trabajo, horario, sistema de remuneración y cuantía salarial, entre otras, con el objetivo de dotar a las empresas de mecanismos que les permitieran adaptar sus obligaciones laborales a las circunstancias económicas, organizativas, técnicas y productivas sobrevenidas.

Laboral / Pág. 6



Impuestalia y Linguaserve, nuevos colaboradores de CEHAT

Linguaserve, compañía especializada en traducción, servicios lingüísticos y soluciones multilingües de última generación e Impuestalia, empresa especializada en la revisión de valores catastrales de inmuebles a efectos impositivos, se suman a la lista de Socios Colaboradores de CEHAT.

Actualidad / Págs. 15 y 20

SUMARIO

Editorial / Tribuna.....	3
Laboral.....	6
Actualidad.....	9
Informe.....	10
ITH.....	22
Asociaciones	28

Más de 14.000 establecimientos y 1.500.000 plazas, agrupadas en 64 asociaciones en todo el territorio nacional. Formación, seguridad, calidad, promoción, innovación...
CEHAT

CEHAT
 CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOTELES Y ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

Utilice este espacio publicitario para promocionar su negocio. Contacte con nosotros y le informaremos.



EQUOTEL

IMPULSAR LA IGUALDAD EN LAS
EMPRESAS TURÍSTICO HOTELERAS

Información sobre los beneficios de promover
la conciliación de la vida laboral y familiar.

Investigación Universitaria para detectar las causas
de las diferencias salariales.

Evitar situaciones en las que pueda existir
discriminación por razón de sexo.

Formación específica en materia de igualdad
entre mujeres y hombres. Herramientas
telemáticas para realizar Diagnósticos de Igualdad.

Asesoramiento para definir e implementar Planes
de Igualdad. Fondo documental y Unidad
especializada de apoyo al sector.

A desarrollar a partir de enero y plenamente
operativo antes de octubre de 2015.



CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOTELES Y ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

Presidente: Juan Molas
Secretario General: Ramón Estalella

EDITOR: Valentín Ugalde

DIRECTORA
Mónica González

COORDINACIÓN EDITORIAL: Eduardo Santamaría

COMITÉ EJECUTIVO: José María Carbó (Presidente de Honor); Juan Molas (Presidente); Ramón Estalella (Secretario General); Valentín Ugalde (Gerente); Javier García Cuenca, José Carlos Escoribano, Joan Gaspart y Javier Ila (Vicepresidentes); Luis Martí (Tesorero); Manolo Otero, José Luis Ascarza, Felipe Sordo, Santiago García Nieto, Miguel Mirones, Antonio Presencio, Jorge Marichal, Jaime García Calzada y Ana Berain (Vocales).

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



REDACCIÓN Y ADMINISTRACIÓN

✉ Lope de Vega, 13. 28014 Madrid / Apartado de Correos 10119. Madrid / ☎ 91 369 41 00 (20 líneas)

☎ Fax: 91 369 18 39 / ✉ E-mail: monica@cehat.com

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

SERVICIOS EDITORIALES: Aconfisa (Asesoría-Auditoría), Nexopublic (Consultoría), Nexo Creativo (Autoedición), Nexotel (Información Electrónica), Herero y Asociados (Marcas y Propiedad Intelectual), Nexodata (Base de Datos), Gráficas de Prensa Diaria (Impresión) y National Post (Distribución)

CEHAT, el Periódico de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos, es la Publicación Oficial de la Hostelería Española / © CEHAT es una Marca Registrada por la Confederación Hotelera © Copyright NEXO EDITORES SA (diseño y realización) / Depósito Legal B.32092-2004 / Impreso en España

UNA PUBLICACIÓN DEL GRUPO **Nexo**

EDITORIAL

Optimismo ante la temporada alta

LA HOTELERÍA, OPTIMISTA. La temporada de verano y su test previo, la Semana Santa, pintan bien para una gran mayoría de hoteleros españoles. El Observatorio de la Industria Hotelera, que elabora periódicamente CEHAT en colaboración con PwC, sube en las expectativas que el Sector tiene ante la temporada de Primavera y Semana Santa 2015.

La notoria mejora del OHE Hotelero, que sube casi el 12% respecto a la primavera y pascua del pasado año, afecta tanto a las pernoctaciones como al precio medio y, lo que es todavía más importante, a la rentabilidad.

Más esperanzador aún resulta que tal mejora esté relacionada con el mercado emisor español, que parece salir de una profunda depresión, ya que el 90% de los hoteleros cree que las reservas de los españoles van a crecer o mantenerse. Y ello pese al efecto en contra que se presumía a un año con una inusual yincana electoral, que crea no pocas incertidumbres en la ciudadanía.

El principal rasgo de optimismo de nuestros empresarios y gestores hoteleros se pone de manifiesto en el indicador clave de esta actividad: la rentabilidad. Más de un tercio (35%) de hoteleros considera que mejora el margen, frente a una minoría (5%) que cree que empeora, mientras cerca de dos tercios (61%) espera repetir. La explicación, tanto o más que la evolución de los ingresos, es la férrea contención de costes tanto en las cadenas como en los establecimientos hoteleros independientes.

Al buen funcionamiento del receptivo, que se ha visto afectado por la debacle del mercado ruso y la debilidad de algunos mercados clave de la Unión Europea, se suma el atentado de Túnez (dirigido directamente contra los intereses turísticos para desestabilizar este destino). Un golpe al Turismo que, aunque suponga el desvío de flujos turísticos europeos hacia destinos como Canarias, perjudica al conjunto del Turismo y la Hostelería tunecina, en la que la presencia empresarial española es notable.

Crecimiento del PIB, mejora en mercados europeos, inflación reducida, euro barato y bajada del petróleo son factores de una conjunción macroeconómica que, es de esperar, acabe reflejándose en el incremento del consumo en la Unión Europea en general y España en concreto.

Un optimismo que desmiente a aquellos que desde hace décadas identifican a los hoteleros con los campesinos del Turismo ("por duro o por blando, siempre lloviendo"), y que habla a las claras del esfuerzo y la eficiencia que demuestra el pujante Sector Hotelero español.

TRIBUNA HOTELERA

Impuestalia, un nuevo colaborador para el Sector Hotelero

Fernando Díez / Coordinador Impuestalia Sector Hotelero

IMPUESTALIA ES UNA empresa cuyo fin primordial es la obtención de ahorros en el pago de los tributos relacionados con los bienes inmuebles, especialmente en el IBI.

Con más de tres años de experiencia, acreditamos importantes logros tales como haber reducido en más de 105 millones de euros los valores catastrales y haber tenido un porcentaje del 95% de éxito en expedientes resueltos en reclamaciones al servicio catastral, consiguiendo en algunos casos una reducción de hasta el 56% en el impuesto anual en Hoteles, Centros Comerciales, Edificios de Oficinas, Hospitales o Centros Deportivos.

El éxito ya obtenido y la experiencia acumulada nos permiten, además, ofrecer un sistema de trabajo donde solo se devengan nuestros honorarios y cobramos si tenemos éxito en la reclamación al catastro, es decir, solo se cobra si se consigue un ahorro al cliente. Y dado que nuestros honorarios nunca superan el importe del ahorro del primer año, en ningún caso supone un coste o un incremento presupuestario a las empresas.

En este sentido, no tenemos dudas que la revisión de los valores catastrales de los bienes inmuebles, con todas las implicaciones que ello supone, debe constituir hoy en día un elemento esencial en la adecuada confección de los balances y demás documentos societarios que rigen la vida de una sociedad, o en su caso, de una persona física.

Así la adecuada valoración catastral de los activos inmobiliarios, tiene hoy en día una incidencia básica en el normal desarrollo de determinadas actividades empresariales, afectando, entre otros, a aspectos tan fundamentales como el tributario y el control de costes en general, aspecto relevante para una adecuada gestión de empresa.

Impuestalia presta servicios que procuran la optimización impositiva de los tributos locales asociados a la titularidad de los inmuebles mediante el análisis del valor catastral que sirve de base para el cálculo de los impuestos, fundamentalmente al Impuesto de Bienes Inmuebles (IBI), aunque también es extensible a otros tributos como el IAE, ITP y AJD, ISD o IIVTNU.

Para ello, se realiza un estudio inicial de los valores catastrales, en el que se constata, a través del equipo técnico y jurídico, la razonabilidad de los valores calculados por la Administración. Si se detecta una aplicación errónea de la normativa o discrepancias en los valores catastrales resultantes, el equipo de Impuestalia se encarga de todo el proceso de reclamación al Catastro hasta la corrección de los mismos y obtención del ahorro pretendido. En el caso

de los Hoteles y Alojamientos Turísticos ya se han obtenido importantes ahorros debido a las dimensiones de las edificaciones y a la complejidad de los cálculos de estos valores catastrales.

Cabe señalar que los errores en la valoración catastral pueden ser de muchas y de complicadas causas y además, distintos según qué zonas. En este sentido es muy importante contar con especialistas muy cualificados, apoyados en una cobertura técnica en todo el territorio nacional, para así poder analizar y argumentar esos errores recurribles ante la Administración. Para la mejor consecución de nuestros objetivos comunes con los clientes y obtener un ahorro fiscal, Impuestalia dispone de una oficina central, seis oficinas de apoyo y más de 165 técnicos con cobertura nacional.

También es importante destacar que cuando el valor catastral supera al valor de mercado, contamos con la colaboración con KRATA SOCIEDAD DE TASA-

SACIÓN SA, tasadora oficial registrada en el Banco de España, y que sirve a nuestros clientes para la defensa jurídica del valor, que da al proceso una coordinación y efectividad añadida.

Para este año 2015, nuestro principal objetivo es seguir consolidándonos como empresa de referencia en el mercado, incrementar la confianza de los principales clientes y continuar con el ritmo de crecimiento que tenemos marcado.

Además, Impuestalia se muestra a favor de todas las reformas fiscales que provoquen mayor claridad en los tributos, dado que es esencial para la equidad fiscal del contribuyente y a ello nos dedicamos.

Impuestalia ha revisado más de 12.000 inmuebles de todo tipo: locales y centros comerciales, edificios de oficinas, hoteles, campos de golf, aparcamientos, etc. Uno de sus principales valores añadidos para sus clientes es la fórmula de 'trabajo a éxito', es decir, los honorarios se obtienen a partir del ahorro conseguido al cliente.

Queremos expresar nuestro agradecimiento a la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos para poder colaborar con este sector, tan importante para el desarrollo económico y social de nuestro país, y constituye además de una satisfacción, un compromiso que sin duda atenderemos con profesionalidad y dedicación.

Finalmente, agradecer a todos ustedes que integran el sector hotelero español, el tiempo que nos han dedicado y ponernos a su entera disposición para trabajar de una manera decidida y profesional en el estudio de sus inmuebles, con el objetivo que ya señalamos al inicio de este artículo, la obtención de un ahorro.

'Nuestro principal objetivo es seguir consolidándonos como empresa de referencia, incrementar la confianza de los principales clientes y continuar con el ritmo de crecimiento marcado'

CARTA DEL DIRECTOR A TODOS LOS LECTORES DE CEHAT

Estimados Amigos,

Como sabéis, en nuestro periódico nuestras Asociaciones, el Sector Hotelero en general y las Cadenas miembros son las protagonistas. Nuestro periódico es sin duda uno de los principales mecanismos de difusión que tenemos como colectivo, por lo que os animamos a utilizarlo. Mónica González es la responsable de coordinar sus secciones, por lo que podéis hacer llegar todas vuestros contenidos y propuestas a su dirección de correo electrónico (monica@cehat.com) con el material que queráis incluir.

El periódico de la CEHAT es el periódico de todos sus miembros y la colaboración de todas las Asociaciones y Cadenas miembros es vital para su funcionamiento.

Un cordial saludo.



Síguenos en **facebook**

Las 'nuevas' SOCIMI están de moda

Inversiones inmobiliarias

Desde el 1 de enero de 2013 contamos en España con las nuevas SOCIMI, un REIT plenamente equiparable en requisitos y régimen fiscal a los tradicionales REIT de nuestro entorno, si bien con algunas particularidades que, al menos en principio, pueden hacerlo especialmente atractivo para el inversor extranjero.



LUIS M. VIÑUALES

SOCIO DE GARRIGUES MADRID

Hace cinco años tuve la oportunidad de escribir un artículo para esta misma publicación titulado "Las SOCIMI: un singular REIT a la española". Corría el mes de mayo de 2010, apenas habían transcurrido cinco meses desde que entró en vigor la Ley que regulaba el primer vehículo de inversión inmobiliaria español que pretendía asimilarse a los REIT de nuestro entorno y ya todo apuntaba a un estrepitoso fracaso del mismo.

Concluía, no obstante, aquel artículo del año 2010 con una línea deliberadamente prudentes: "En cualquier caso, el éxito de las SOCIMI se presenta como incierto en el contexto de crisis actual y al margen del mayor o menor acierto de la Administración Tributaria en el diseño de su singular régimen fiscal."

Poco mérito tenía aquel comedido "vaticinio", pues no se precisaba ninguna bola de cristal para intuir que la irrupción de un régimen fiscal nuevo y desconocido en el ya maduro mundo de los REIT, coincidiendo en el tiempo con la aversión a la inversión en "ladrillo español", no era la mejor fórmula para retener, y mucho menos para atraer, inversores, en particular inversores extranjeros habituados a los tradicionales REIT de su entorno, muy distintos de nuestras antiguas SOCIMI.

Tres años y la dura evidencia de ninguna SOCIMI cotizada bajo el régimen original, fueron suficientes para que la Administración española advirtiera su error de querer reinventar la rueda de los REIT, y decidiera copiar el modelo que ya venían utilizando países de nuestro entorno (por ejemplo, el régimen REIT francés de las SIIC) e incluso mejorarlo en algunos aspectos. Y así, desde el 1 de enero de 2013 contamos en España con las nuevas SOCIMI, un REIT plenamente equiparable en requisitos y régimen fiscal a los tradicionales REIT de nuestro entorno, si bien con algunas particularidades que, al menos en principio, pueden hacerlo especialmente atractivo para el inversor extranjero.

Procede reproducir algunas líneas de aquel artículo de 2010 con las que pretendíamos explicar "de dónde vienen" los REIT y "qué se pretende" con ellos pues, sin duda, contribuirán al correcto entendimiento de las nuevas SOCIMI.

La inversión inmobiliaria representa un porcentaje relevante de la cartera de inversión de ahorradores privados, ya sea directamente o a través de Fondos y Planes de Pensiones, así como de muchos otros inversores institucionales, los cuales eligen con frecuencia gestionar su exposición al riesgo de la inversión inmobiliaria mediante la toma de participaciones en entidades cuyos valores coticen en mercados organizados. Cualquier gestor de patrimonios recomendará normalmente una distribución razonable de la inversión entre activos mobiliarios e inmobiliarios, contribuyendo estos últimos a lograr una adecuada diversificación del riesgo.

Así, con el fin de facilitar al pequeño ahorrador y también a inversores institucionales el acceso a determinadas inversiones inmobiliarias y promover una gestión profesionalizada de dichas inversiones, surgen en numerosos países vehículos de inversión cotizados y con un régimen fiscal especial: los "Real Estate Investment Trust". La mayor parte de estos regímenes surgen en la última década: Francia en 2003, o Alemania, Italia y Reino Unido en 2007, si bien toman como referencia los ya existentes desde antiguo en Estados Unidos, Holanda y Australia desde 1961, 1969 y 1971 respectivamente.

El régimen fiscal tradicional de los REIT, ya sea instrumentado en forma de transparencia fiscal, exención, sujeción a tipo cero o no sujeción, persigue evitar la doble imposición económica al eliminar un nivel de tributación, dejando al REIT libre de gravamen. La ausencia de tributación en el REIT permite equiparar, fiscalmente, al inversor que posee directamente el inmueble con aquel que lleva a cabo la inversión junto con otros a través de una sociedad.

Así, en sus orígenes, los REIT no persiguen una tributación reducida de las rentas inmobiliarias para favorecer al sector inmobiliario con respecto a otros sectores, sino simplemente facilitar el acceso del pequeño inversor a determinadas inversiones inmobiliarias sin que la interposición de un vehículo societario que gestione eficientemente dicha cartera perjudique su tributación. Este planteamiento alcanza especial relevancia en relación con inversio-

nes difícilmente accesibles individualmente para el pequeño inversor de forma directa por el volumen de financiación requerido, como es normalmente el caso del sector inmobiliario comercial: parques empresariales, centros comerciales, hoteles y logística.

La posibilidad de que las acciones de las SOCIMI se negocien en el Mercado Alternativo Bursátil (MAB), un mercado más flexible y menos costoso que el mercado continuo, pero que también cuenta con la supervisión, indirecta, de la Comisión Nacional del Mercado de Valores, junto con un requisito de capital social mínimo razonablemente asequible cuando hablamos de inversiones inmobiliarias (5 millones de euros) están haciendo que el régimen de las SOCIMI sea accesible no sólo para los grandes proyectos (Merlin, Grupo Lar, ...) sino también para otros de menor envergadura (Entrecampos, Promorent, ...). Asimismo, la posibilidad de contar con un período transitorio de dos años para cumplir con, entre otros, el requisito de cotización, ha permitido que muchas sociedades hayan optado por la aplicación del régimen fiscal especial de las SOCIMI con la esperanza o en la confianza de llegar a cumplir todos los requisitos necesarios en este período transitorio. Finalmente, no cabe duda de que el resurgir del mercado inmobiliario español, que presentó un encefalograma plano durante los tres años en los que el antiguo régimen fiscal de las SOCIMI estuvo en vigor (desde 1 de enero de 2010 a 31 de diciembre de 2012), ha contribuido favorablemente al éxito de las nuevas SOCIMI.

Así, podemos decir sin temor a equivocarnos que, transcurridos poco más de dos años de vida de las nuevas SOCIMI éstas se han convertido en el vehículo de moda para canalizar las inversiones en inmuebles urbanos destinados al arrendamiento. Un régimen fiscal similar al de los REIT de nuestro entorno (i.e. no tributación de las rentas de la SOCIMI en el Impuesto sobre Sociedades con obligación de distribución anual de un 80% de los beneficios del ejercicio) y una clara mejoría del panorama inversor en el sector inmobiliario español han sido las claves del éxito. El régimen fiscal especial de las SOCIMI puede resultar más o menos atractivo en función del inversor:

-En el caso de personas físicas residentes en España los dividendos y plusvalías que obtengan de las SOCIMI tributarán a los tipos previstos para las rentas del ahorro (entre el 19% y el 23%), en tanto que si hubieran invertido directamente en dichos

inmuebles las rentas del alquiler podrían haber tributado a los tipos marginales de la escala del gravamen del IRPF.

-En el caso de personas jurídicas, los dividendos y plusvalías que obtengan de las SOCIMI tributarán al tipo regular del Impuesto sobre Sociedades, por lo que al fin y al cabo lo que se consigue es un diferimiento del gravamen sobre los beneficios no distribuidos.

-En el caso de los inversores no residentes, los dividendos y plusvalías derivados de su participación en las SOCIMI tributarán, en España, a tipos que oscilarán entre el 0% y el 19%.

El codiciado tipo del 0% a nivel de la SOCIMI no resulta de aplicación si los accionistas con una participación de al menos el 5% en la SOCIMI no tributan sobre los dividendos percibidos a un tipo de al menos el 10%. En esos casos, se dispara un gravamen especial en la SOCIMI del 19%, solamente sobre los beneficios correspondientes a dichos accionistas.

¿Son los activos inmobiliarios hoteleros aptos para poder beneficiarse del régimen fiscal especial de las SOCIMI? Sí, siempre que la explotación de los inmuebles se realice en régimen de arrendamiento. Y es que la explotación del inmueble que alberga un establecimiento hotelero puede ser desarrollada a través de distintas fórmulas: desde un contrato de arrendamiento de inmueble sometido a la Ley de Arrendamientos Urbanos en el que el propietario del inmueble no asume el riesgo del

negocio hotelero (más allá que el de la insolvencia del arrendatario), hasta un contrato de gestión hotelera en el que el propietario del inmueble asume plenamente el riesgo del negocio hotelero cuya gestión bien realiza por sí mismo o encarga a un operador, pasando por contratos híbridos en los que el propietario comparte el riesgo del negocio con el arrendatario pactando un alquiler del inmueble ligado a los beneficios de la explotación hotelera.

En principio, no podrían beneficiarse del régimen fiscal especial de las SOCIMI los beneficios obtenidos por una sociedad que explote su propio hotel, ya sea directamente o mediante un contrato de gestión suscrito con un operador hotelero. En cuanto a los modelos de explotación híbridos entre el contrato de arrendamiento de inmuebles y el contrato de gestión hotelera, será relevante concluir sobre la naturaleza jurídica y económica de los mismos a la hora de optar por la aplicación de este régimen fiscal especial.

Las anteriores reflexiones sobre el régimen fiscal de las SOCIMI y su aplicación al sector hotelero conducen a una reflexión probablemente más profunda sobre las ventajas e inconvenientes de separar la propiedad del inmueble de la gestión del hotel que alberga. La obligatoriedad de que el objeto social de las SOCIMI consista en el arrendamiento de inmuebles no debería, por tanto, constituir un impedimento para que este atractivo vehículo inversor sirva también de impulsor del sector hotelero en nuestro país.



Los REIT persiguen facilitar el acceso al pequeño inversor y a determinadas inversiones inmobiliarias.



Soluciones Sencillas a Cuestiones Importantes



Criterios de inaplicación de convenios colectivos por la Comisión Consultiva de los mismos

La Comisión Consultiva Nacional de Convenios Colectivos ha flexibilizado los requisitos para la inaplicación de los convenios colectivos tras la reforma laboral de 2012

Una de las principales novedades de la reforma laboral de 2012 fue la modificación del artículo 82.3 del Estatuto de los Trabajadores, flexibilizando los supuestos para que las empresas

puedan inaplicar el convenio colectivo en determinadas materias reguladas por estos -jornada de trabajo, horario, sistema de remuneración y cuantía salarial, entre otras-, con el objeti-

vo de dotar a las empresas de mecanismos que les permitieran adaptar sus obligaciones laborales a las circunstancias económicas, organizativas, técnicas y productivas sobrevenidas.



CARLOS SEDANO

ASESOR LABORAL DE CEHAT

Si esta intervención no se solicita o tampoco consigue lograr un acuerdo, las partes deben recurrir a los procedimientos de solución extrajudicial de conflictos existentes a tal efecto, y cuando estos no fueran aplicables o no hubieran solucionado la discrepancia, cualquiera de las partes puede someter la solución de la misma a la CCNCC, cuando la inaplicación de las condiciones de trabajo afecte a centros de trabajo de la empresa situados en el territorio de más de una comunidad autónoma.

Las resoluciones de la CCNCC constituyen, por tanto, la única fuente de conocimiento sobre este remozado mecanismo de flexibilidad interna, que ha cobrado un gran protagonismo en el presente y pasado inmediato de multitud de empresas con dificultades para cumplir con las obligaciones laborales reguladas en los convenios colectivos.

Pasando al análisis de las mismas, este revela, como anticipábamos, que la mayoría de descuelgues solicitados por las empresas y sometidos al examen de la CCNCC han versado sobre la cuantía salarial. Es fácil entrever, por tanto, que las causas esgrimidas han sido mayoritariamente económicas, recordando en este punto que el artículo 82.3 del Estatuto de los Trabajadores entiende que estas concurren "cuando de los resultados de la empresa se desprenda una situación económica negativa, en casos tales como la existencia de pérdidas actuales o previstas, o la disminución persistente en su nivel de ingresos ordinarios o ventas. En todo caso, se entenderá que la disminución es persistente si durante dos trimestres consecutivos el nivel de ingresos ordinarios o ventas de cada trimestre es inferior al registrado en el mismo trimestre del año anterior". Es objeto de verificación por parte de la CCNCC, a fin de constatar las alegadas causas económicas, la documentación contable aportada por las empresas, recabándose además informe de la Inspección de Trabajo y Seguridad Social.

Cuando la CCNCC verifica las pérdidas, o la disminución persistente en el nivel de ingresos ordinarios o ventas, es frecuente que acuerde no sólo la inaplicación de los incrementos salariales previstos en el convenio colectivo para determinado periodo, sino que admite incluso la disminución de un deter-



Desde que fuera aprobada la reforma laboral de 2012, la CCNCC ha intervenido en un total de 5.220 descuelgues hasta octubre de 2014, afectando a 251.764 trabajadores.

Desde que fuera aprobada la reforma laboral de 2012, la Comisión Consultiva Nacional de Convenios Colectivos (en adelante, la CCNCC) ha intervenido en un total de 5.220 descuelgues hasta octubre de 2014, afectando a 251.764 trabajadores. El noventa por ciento de los mismos ha versado sobre cuestiones relacionadas con la cuantía salarial y algo más del noventa y cinco por ciento se han efectuado sobre convenios colectivos de sector, mientras que el resto ha afectado a convenios colectivos de empresa.

Debe recordarse que el nuevo redactado del artículo 82.3 del Estatuto de los Trabajadores, tras establecer como premisa que los convenios colectivos obligan a todos los empresarios y trabajadores incluidos dentro de su ámbito de aplicación y durante todo el tiempo de su vigencia, señala que por acuerdo entre la empresa y los representantes de los trabajadores se puede proceder, previo desarrollo de un periodo de consultas, y cuando concurren causas económicas, técnicas, organizativas o de producción, a inaplicar en la empresa las condiciones previstas en el convenio colectivo aplicable, ya sea de sector o de empresa. Las condiciones sobre las que puede versar la inaplicación o "descuelgue" son las siguientes: a) jornada de trabajo; b) horario y distribución del tiempo de trabajo; c) régimen de trabajo a turnos; d) sistema de remuneración y cuantía salarial; e) sistema de trabajo y rendimiento; f) funciones, cuando excedan de la movilidad funcional; y g) mejoras voluntarias de la acción protectora de la Seguridad Social.

Está previsto que el periodo de consultas tienda a la consecución de un acuerdo; no obstante, cuando este no se alcance, cualquiera de las partes puede someter la discrepancia a la comisión paritaria del convenio.

minado porcentaje de los conceptos retributivos salariales vigentes al momento de la solicitud; ahora bien, modulando generalmente a la baja tal porcentaje respecto del solicitado por la parte empresarial (sopesando la lógica oposición de los representantes de los trabajadores), así como el periodo de vigencia de la medida solicitada, en búsqueda de un criterio de proporcionalidad.

Asimismo, varias resoluciones de la CCNCC han admitido la inaplicación de las mejoras voluntarias de la acción protectora de la Seguridad Social (principalmente, el complemento de incapacidad temporal derivado de contingencias comunes y profesionales), con excepción de aquellas que pudieran atentar contra la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres (complementos de las prestaciones derivadas de las situaciones de maternidad y riesgo durante el embarazo). Ha considerado en cambio que no puede practicarse el descuelgue sobre conceptos extra salariales, al no estar comprendidos en el apartado d) del artículo 82.3 del Estatuto de los Trabajadores. Igualmente se ha considerado incompetente para atender la petición de inaplicación de determinadas previsiones convencionales en materia de transformación de contratos de duración determinada en indefinidos,

al considerarlas no incluidas en las materias de descuelgue reguladas en el artículo 82.3 del Estatuto de los Trabajadores.

Junto a medidas de tipo salarial, la CCNCC ha aprobado otras consistentes en aumentos de jornada, si bien en uno y otro caso se ha opuesto a su aplicación retroactiva, al considerar que los efectos de sus resoluciones solo pueden proyectarse hacia el futuro, y no pueden afectar a mensualidades en las que ya se ha prestado trabajo efectivo, en las que por tanto el salario se ha devengado, todo ello en virtud del principio de irretroactividad general de las normas consagrado en el artículo 9.3 de la Constitución Española y artículo 2.3 del Código Civil.

También ha considerado la CCNCC factible la solicitud de descuelgue con la negociación o revisión del convenio colectivo de referencia, razonando que ambos procedimientos son diferentes y totalmente compatibles, en tanto la norma no establece ningún tipo de incompatibilidad entre ambos. Igualmente ha concluido que la inaplicación del convenio colectivo no excluye futuras decisiones empresariales de extinción, suspensión de contratos de trabajo y/o reducciones de jornada de trabajo colectivas, en la medida que los efectos de la inaplicación resultaran insuficientes, en tan-

to que la figura del descuelgue, como el resto de mecanismos de flexibilidad interna, constituyen una alternativa a la destrucción de empleo que, sin embargo, pueden no garantizar de forma definitiva la corrección de la situación económica empresarial, en cuyo caso sería factible el uso de esos otros mecanismos.

En cambio, ha denegado la inaplicación del convenio colectivo solicitada en aquellos casos en que, dictado un laudo con carácter previo, o alcanzado un acuerdo retributivo determinado entre las partes, no se hubiera acreditado a partir del mismo y hasta la solicitud un empeoramiento sustancial de las circunstancias económicas que justificara una nueva petición.

En definitiva, el organismo tripartito parece haber buscado el equilibrio entre las pretensiones empresariales solicitadas y las consideradas necesarias, ponderando que la medida concedida fuera suficiente para la conveniente redirección de la crisis empresarial pero no excesiva en perjuicio de los trabajadores afectados, lo que ha conlleva a que la mayoría de las resoluciones hayan tenido un signo parcialmente estimatorio, aceptándose por tanto la inaplicación del convenio colectivo, pero minimizando al máximo su entidad, mediante el ajuste de la rebaja en las cuantías o en la duración de la medida.



Ahorra energía con una solución a la medida de tu empresa.

En Gas Natural Fenosa, nos comprometemos con tu eficiencia, ayudándote a **reducir el coste energético de tus instalaciones y garantizándote el ahorro**, para que sólo tengas que preocuparte de tu negocio.

Gestión energética integral



Más información

900 40 20 20

www.gasnaturalfenosa.es/solucionesamedida

eficienciaenergetica@gasnaturalfenosa.com

soluciones
eficiencia
energética

gasNatural 
fenosa

Viajes Des-combinados

La nueva Directiva de viajes combinados podría perjudicar seriamente a la hostelería

El director de asuntos europeos de CEHAT, Didac García, analiza las consecuencias negativas que tendría para los hoteles españoles si la futura Directiva de viajes combinados fuese una realidad tal y como

la aprobó la presidencia italiana del Consejo el pasado mes de diciembre. El próximo 22 de abril está programada una reunión con representantes de las tres instituciones comunitarias —Consejo, Parlamento y

Comisión Europea— que será clave para el futuro de esta pieza legislativa de vital importancia para la hostelería española. En el supuesto que llegasen a un acuerdo, la Directiva sería una realidad en breve.



DIDAC GARCÍA CARRETÉ
DIRECTOR DE ASUNTOS
EUROPEOS DE CEHAT

La tramitación de la revisión de la Directiva de viajes combinados ha sido un despropósito desde el principio. ¿Qué prisa o motivos tenía el antiguo Parlamento Europeo en aprobar en primera lectura una pieza tan importante para el

teles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), ha hecho llegar a las autoridades europeas y nacionales su firme oposición a las disposiciones del citado enfoque general del Consejo que no tiene en cuenta las especificidades de la hostelería y que, de ser aprobado como tal, dañaría seriamente nuestro sector, especialmente a las pequeñas y medianas empresas.

Son varios los aspectos del "enfoque general" que deben ser analizados. En primer lugar, se mantiene el porcentaje del 20% para determinar si los "otros servicios turísticos" son lo suficientemente significativos como para constituir un paquete cuando éstos se combinan con el servicio de alojamiento. Este porcentaje tan bajo convertirá en paquetes múltiples servicios complementarios proporcionados habitualmente por los hoteles que en la

ción con los hoteles más caros. Finalmente, este porcentaje tan bajo significa que los mismos servicios en el mismo hotel se considerarían a veces como parte de un paquete y en otras ocasiones no, dependiendo de la variación del precio normal de la habitación del hotel. Para volverse locos.

El enfoque general del Consejo tampoco aporta muchas luces sobre qué debemos entender por los llamados acuerdos de asistencia en viaje ("assisted travel arrangements"). De hecho, la definición de los citados acuerdos propuesta en el enfoque general es incapaz de definir qué se entiende como tales "de una manera específica". El resultado es una definición imposible de aplicar que en la práctica conllevará la desinformación permanente del consumidor.

Por si no tuviéramos poca confusión, el último párrafo del artículo 3-2 del enfoque general del Consejo afirma que "combinaciones donde no más de un servicio de viaje de los contemplados en los puntos (a), (b), o (c) se combina con un servicio de viaje contemplado en la letra (d) del apartado 1, si este último servicio (...) se agrega solamente después que la prestación del servicio de viaje contemplado en los puntos (a), (b), o (c) ha comenzado".

La parte de la frase subrayada parece contradecir la definición de paquete prevista en la propuesta de Directiva que establece que si un consumidor reserva una habitación de hotel y decide llamar al hotel varios días o semanas más tarde (pero antes del comienzo del contrato hotel) para reservar un servicio extra, esto no constituye un paquete. CEHAT ha solicitado que se enmiende el párrafo subrayado para que quede claro que los servicios añadidos después de la conclusión del contrato prin-

cipal no deben ser considerados como paquetes.

Y tanto ruido ¿para qué? ¿en qué se verían perjudicados los hoteles en el caso de que sus servicios pasaran a estar regulados por la futura Directiva de viajes com-

de las personas a su país si existiera servicio de transporte ofrecido por el hotel en el paquete.

Al estar regulados por la Directiva de viajes combinados, los hoteles también tendrían la obligación de ofrecer una informa-

«Los hoteles pasarían a ser directamente responsables por cualquier incidencia que ocurriera durante la prestación de los otros servicios turísticos»

binados? En primer lugar, pasarían a ser directamente responsables por cualquier problema o incidencia que ocurriera en/durante los otros servicios turísticos. Por ejemplo si un cliente se resbalase en el suelo mojado de la opera y se rom-

ción específica al consumidor de todas y cada una de las actividades que se ofrecen en sus paquetes, que difiere de la información facilitada por el hotel sobre sus servicios propiamente dichos. Ello conllevaría modificar,

«Los hoteles tendrían la obligación de disponer de un fondo de garantía/seguro para proteger a los consumidores de una eventual insolvencia del hotel»

piera una pierna, el cliente podría denunciar al hotel que le ha vendido las entradas al ser parte de un paquete, en lugar de denunciar a la opera. Asimismo, los hoteles tendrían la obligación de disponer de un fondo de garantía/seguro

por ejemplo, todas las webs de los hoteles. Otro aspecto en el que la hostelería saldría muy perjudicada al estar regulada por la Directiva de viajes combinados, sería que la citada Directiva puede acabar prohibiendo las ofer-

«Los hoteles no podrían realizar ofertas 'no reembolsables', con lo que tendrían limitada su capacidad para hacer ofertas especiales de última hora»

para proteger a los consumidores ante una eventual insolvencia del hotel (al ser considerado el organizador del paquete). Esta garantía debería asegurar poder devolver al cliente cualquier pre-pago realizado así como la repatriación

tas/promociones "no reembolsables", con lo que los hoteles verían limitada su capacidad de realizar ofertas/promociones especiales y no reembolsables para reservas con mucha antelación o de última hora.

«El porcentaje propuesto del 20% convertiría en paquetes múltiples servicios complementarios ofrecidos habitualmente por los hoteles»

turismo europeo un mes antes del fin de su legislatura cuando era público y notorio que la totalidad de los sectores afectados por la directiva denunciábamos importantes lagunas e indefiniciones? El sentido común dictaba que hubiese sido el nuevo Parlamento

actualidad están sujetos a la Directiva sobre los derechos del consumidor. Por ejemplo, dos personas se alojan en un hotel por dos noches con un coste total de 200 euros. Durante su estancia allí, compran, a través del hotel, entradas para un museo

«Los hoteles más económicos que ofrecieran este tipo de servicios complementarios alcanzarían más fácilmente ese porcentaje y tendrían una gran desventaja competitiva»

Europeo, a la postre el encargado de negociar con el Consejo y la Comisión el texto final, el que hubiese aprobado el texto en primera lectura. Pero si mal salió del Parlamento no mucho mejor le ha ido a la desventurada propuesta legislativa con su paso por el Con-

(30 euros = 15 euros cada una) y alquilan bicicletas también para los dos días (50 euros = 12,5 euros persona/día). Este alquiler tendría la clasificación de "otros servicios turísticos". El coste total sería de 280 euros. Al ser el coste de los "otros servicios tu-

«Los mismos servicios en el mismo hotel se considerarían a veces como parte de un paquete o no, dependiendo de la variación normal del precio del hotel»

sejo. La presidencia italiana, por la importancia que el turismo representa para el país alpino, se obsesionó con conseguir un acuerdo durante su mandato. Cuando se dieron cuenta que la posición común no era posible, el pasado mes de Diciembre, se aprobó tarde y mal un "enfoque general" con la oposición de nueve países europeos y las serias reservas de otros tres países. La Confederación Española de Ho-

rsticos" superior al 20% del alojamiento, estos clientes ya no estarían amparados por la Directiva de consumidores sino por la Directiva de viajes combinados. Además, de aplicarse finalmente el criterio del porcentaje del 20%, los hoteles más económicos que ofrecen este tipo de servicios complementarios llegarían más fácilmente a este porcentaje y en consecuencia tendrían una gran desventaja competitiva en compara-



Con la nueva Directiva de viajes combinados, los hoteles deberían ofrecer información detallada de todos los servicios que se incluyeran en sus paquetes.

Las empresas madrileñas reclaman protagonismo para el turismo en la política económica regional

Total apoyo al ente único público/privado para que coordine toda la promoción turística del destino Madrid

La Unión Empresarial por la Promoción Turística de Madrid presenta el Documento de Propuestas Empresariales del Sector Turístico,

del Ocio y de la Hostelería para el Programa Electoral de los Partidos Políticos. Madrid debe orientarse hacia

los mercados internacionales para explotar adecuadamente sus abundantes recursos turísticos.

En el marco del intenso debate promovido por la Unión Empresarial por la Promoción Turística de Madrid, en relación a los retos y prioridades a los que debe enfrentarse la gestión pública de las políticas turísticas para Madrid, la Unión Empresarial ha convocado el acto de hoy para llevar a cabo la presentación del Documento de Propuestas Empresariales del Sector Turístico, del Ocio y de la Hostelería para el Programa Electoral de los Partidos Políticos.

Antonio Gil Presidente de La Unión comenzó su intervención señalando que los favorables datos de crecimiento del pasado año 2014 no deben ocultar los problemas estructurales que viene sufriendo el turismo madrileño. En efecto, Madrid a pesar del incremento del número de visitantes y pernотaciones que viene acumulando, se encuentra en situación de desventaja con respecto a las principales capitales europeas presentes en el ranking de las 20 ciudades más turísticas de Europa.

De acuerdo con los datos del Euromonitor Madrid es la única ciudad en el TOP 20 del ranking de ciudades turísticas europeas en la que el turismo nacional representa más del 50% de su actividad turística, concretamente el 51%, ocupando la última posición con respecto al porcentaje de visitantes extranjeros con solo un 49%, cuando la media de las principales ciudades turísticas europeas es del 79,3%. Viena con el 95% de turismo extranjero seguido de Ámsterdam con un 93% ocupa las primeras posiciones y Barcelona cuenta con un 78% de turismo internacional.

Además, esta situación se viene acentuando ya que de los 10 millones de visitantes que ha tenido Madrid en 2014, más del 55% ha sido turismo nacional y el 45% turismo internacional, lo que supone, a pesar del incremento del número de visitantes, un mayor retroceso porcentual de visitantes extranjeros.

Con respecto a la motivación de los viajes, se produce también en Madrid una excesiva dependencia del turismo de negocios que representa un 45% de la actividad turística, siendo éste el porcentaje más alto del ranking de las 20 principales ciudades turísticas. Es decir, sólo el 55% de los visitantes madrileños lo hacen por ocio, cuando la media en el ranking europeo del porcentaje de visitantes que viajan por este motivo es del 78,1%, destacando en este contexto Venecia que ocupa la primera posición con el 93%, seguida de Florencia con el 92% y de Varsovia con el 89%. En el caso de Barcelona el 77% de sus visitantes lo hacen motivados por razones de ocio o vacaciones.

Como conclusión de todo lo anterior el principal reto al que tiene que hacer frente el turismo de Madrid es su dependencia excesiva con respecto al turismo de negocios realizado por los propios españoles en Madrid.

Toda esta información hace necesario tomar conciencia de que Madrid necesita abordar un cambio de 180° en el diseño de sus políticas turísticas que permita modificar su inadecuado mix de demanda y la dependencia del turismo de negocios nacional, explotando las enorme potencialidades que Madrid tiene a nivel del turismo internacional.

Partiendo de todo lo anterior y fruto del debate técnico, empresarial y sectorial, la Unión ha elaborado el "Documento de Propuestas Empresariales del Sector Turístico del Ocio y de la Hostelería para el Programa Electoral de los Partidos Políticos" dirigido a identificar los objetivos y prioridades que deberían abordarse durante la próxima legislatura para potenciar la actividad turística en Madrid.

Como punto de partida el documento de propuestas empresariales plantea la necesidad de apoyar decididamente el recientemente creado Ente único

para la promoción turística, la Asociación Turismo Madrid, como órgano de coordinación entre las administraciones y basado en la colaboración público/privada, y que, con la participación de las administraciones, Cámara de Comercio, organizaciones sectoriales y empresarios del sector, se convierta en el órgano profesional de promoción turística que sitúe a Madrid en el lugar que le corresponde en el concierto de los principales destinos turísticos europeos.

Anuncio de nueva ronda de contactos con los partidos políticos

Una vez hecho público el documento de propuestas empresariales las organizaciones integradas en La Unión han hecho pública su voluntad de mantener una nueva ronda de contactos con los partidos políticos para conocer la valoración de los mismos sobre las propuestas empresariales.

Dar un paso hacia la eficiencia... no es tan difícil.

GENERYA

Pero nadie como nosotros para ponérselo tan fácil.



- ✓ Auditoría energética.
- ✓ Gestión externa de la energía.
- ✓ Consultoría.
- ✓ Proyectos de reforma energética.

GENERYA pone en sus manos un servicio de *gestión energética* destinado a obtener beneficios sin incremento de costes. Un medio por el cual podrá descubrir y confiar en los beneficios que otras actuaciones de eficiencia energética podrán suponer.

www.generya.com
info@generya.com

'Check-In' en hoteles

El Principio de Consentimiento del Usuario Vs el Deber de Protección Ciudadana

El check-in en la recepción del hotel es percibido por algunos consumidores y usuarios que entran a registrarse como un proceso que denota desconfianza, ello al ser ejercitado por parte del establecimien-

to un "control" ab initio sobre el huésped, que redundará en un trámite de consecuen- te espera y leve molestia que culmina con la confiscación temporal de la documen- tación más preciada de todo ciudadano,

cual es la tarjeta de crédito y el Documento Nacional de Identidad (DNI). El abogado de Tourism & Law, Fernando de Llano, analiza esta transacción que genera des- confianza entre los clientes.



FERNANDO DE LLANO

ABOGADO DE
TOURISM & LAW

En un entorno social en el que "el cliente siempre tiene razón" y el afianzamiento de la posición de poder auto-otorgado por todo aquel que paga un servicio o va a pagarlo (el "porque yo lo pago"), muchas voces se han alzado y muchas hojas de reclamación de han escrito por parte de aquellos que, Constitución Española en mano o en mente, muestran sus quejas y dudas directas al respecto de la "legalidad" de que un establecimiento privado les prive de la documentación que, por imperativo legal de la Ley Orgánica 1/1992, de 21 de febrero, sobre protección de la seguridad ciudadana (LOPSC), es cierto que nos obliga a todos a llevar siempre con nosotros el DNI. Y cuando digo "siempre", digo "siempre, salvo que...". Porque no es aconsejable afirmar nada tajantemente en cuestiones de leyes, se lo digo yo, que me dedico a esto.

Tal obligación inexcusable pareciera venir contenida en el artículo 9.2 de la mentada Ley Orgánica, que establece que el DNI "es intransferible, correspondiendo a su titular la custodia y conservación, sin que pueda ser privado del mismo, ni siquiera temporalmente, salvo los supuestos en que, conforme a lo previsto por la Ley, haya de ser sustituido por otro documento."

Poco sabe el ciudadano que, muy al contrario de lo que él parece pensar, el Hotel que solicita ese documento y que incluso le solicita hacer una copia del mismo, no sólo podría estar velando por la seguridad de su estancia en el establecimiento, sino que también está cumpliendo con los deberes y obligaciones que le impone, precisamente, la misma norma protectora. En efecto, es la LOPSC la que, en su artículo 12.1, establece lo siguiente:

"Las personas naturales o jurídicas que desarrollen actividades relevantes para la seguridad ciudadana, como las de hospedaje, el comercio o reparación de objetos usados, el alquiler o el desguace de vehículos de motor, o la compraventa de joyas y metales preciosos, deberán llevar a cabo

las actuaciones de registro documental e información previstas en la normativa vigente."

Por su parte, el artículo 13.4 del mismo cuerpo legal, y en relación a las medidas de seguridad, establece que:

"Los titulares de los establecimientos e instalaciones serán responsables de la adopción o instalación de las medidas de seguridad obligatorias, de acuerdo con las normas que respectivamente las regulen, así como de su efectivo funcionamiento y de la consecución de la finalidad protectora y preventiva propia de cada medida, sin perjuicio de la responsabilidad en que al respecto puedan incurrir sus empleados."

Por lo tanto, y sin entrar siquiera a mencionar las muy numerosas regulaciones autonómicas y provinciales al respecto de las obligaciones de recabo de información e identificación por parte de los departamentos de recepción de los hoteles en España, puede decirse sin miedo al error que los titulares de los establecimientos hoteleros y sus empleados están obligados a adoptar todas las medidas de seguridad obligatorias mediante actuaciones de registro documental e información que, además, ha de estar a disposición de los Cuerpos de Seguridad del Estado para aquellos supuestos en los que la actuación de petición de información sea efectuada al Hotel.

Así las cosas, y cuando parecía que todo iba a aclararse, nos encontramos con la Ley de Protección de Datos para generar, si cabe, más controversia.

Es así que la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal (LOPD), establece en su art. 6.1 el conocido como "Principio del consentimiento", según el cual siempre han de recabar nuestro consentimiento expreso para solicitarnos datos de carácter personal. Y cuando digo "siempre", ya sabe usted que me refiero a "siempre, salvo que..." ¿verdad?

Efectivamente, y siendo por supuesto cierto que, según el artículo citado, "el tratamiento de los datos de carácter personal requerirá el consentimiento inequívoco del afectado, salvo que la ley disponga otra cosa"; y siendo igualmente cierto que el Tribunal Constitucional ya incluyó a la recogida de datos personales como sujetas claramente a ese derecho a consentir o no en ello (Sentencia nº 292/2000, de 30 de noviembre); sin embargo no menos cierto resulta el hecho de que es en ese mismo artículo 6, solo que en su apartado 2, donde se recoge precisado un matiz y una excepción al Principio del Consentimiento expreso. No en vano, el artículo 6.2 recoge lo siguiente:

"No será preciso el consentimiento cuando los datos de carácter personal se recojan para el ejercicio de las funciones propias de las Administraciones públicas en el ámbito de sus competencias; cuando se refieran a las partes de un contrato o precontrato de una relación comercial, laboral o administrativa y sean necesarios para su mantenimiento o cumplimiento; cuando el tratamiento de los datos tenga por finalidad proteger un interés vital del interesado en los términos del artículo 7, apartado 6, de la presente Ley, o cuando los datos figuren en fuentes accesibles al público y su tratamiento sea necesario para la satisfacción del interés legítimo perseguido por el responsable del fichero o por el del tercero a quien se comuniquen los datos, siempre que no se vulneren los derechos y libertades fundamentales del interesado."

Bueno, pues ya tenemos el lío en la cabeza otra vez ¿no? Menos mal que para eso están los abogados y los jueces. Por eso, hemos de irnos a lo que se cuece realmente en el "campo de batalla" donde se interpreta la aplicación de la ley en base a los hechos probados. Por eso hemos de acudir a los procedimientos de los organismos competentes en la materia.

En ese sentido, la Resolución de la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD), en el Expediente Nº: E/00235/2007, determinó como probado que, ante una denuncia interpuesta por un consumidor y usuario sobre falta de consentimiento expreso (Principio de Consentimiento del artículo 6.1 LOPD) al respecto de la petición de copia de DNI para la contratación de un terminal de teléfono, y tal y como se refleja en la hoja de reclamaciones cumplimentada por el denunciante, a éste "se le informó de la finalidad para la que se le requería la copia del D.N.I, así como el destinatario del documento donde podría ejercitar sus derechos", ello a

través de un impreso de solicitud en el que se contenía que la finalidad de recabar la copia del DNI era, entre otras, para acreditar la titularidad de la persona solicitante y para evitar conductas fraudulentas.

Probado lo anterior, y si bien el Fundamento de Derecho II de la resolución del expediente señala, como no puede ser de otra manera, que los derechos del afectado a consentir sobre la recogida y uso de sus datos personales y a saber de los mismos son elementos característicos del derecho fundamental a la protección de datos cuyo tratamiento tiene que contar con el consentimiento del afectado, señala también que: "en su defecto, debe acreditarse que los datos provienen de fuentes accesibles al público, que existe una Ley que ampara ese tratamiento o una relación contractual o comercial entre el titular de los datos y el responsable del tratamiento que sea necesaria para el mantenimiento del contrato."

Pero lo relevante de la resolución se encuentra en el Fundamento de Derecho III, que reza así:

"No parece que en el presente caso pueda derivarse infracción alguna derivada del tratamiento sin consentimiento de los datos del denunciante, habida cuenta que la solicitud del DNI se realiza en el seno de una relación comercial precisamente para evitar que sus datos puedan ser alterados o fraudulentamente utilizados sin su consentimiento. Consecuentemente, produciéndose la petición del DNI entre dos partes de un contrato -en el presente caso la adquisición de un Terminal- no puede entenderse producida la violación del artículo 6.1 LOPD por tratarse de una excepción contemplada en el artículo 6.2 LOPD precitado."

Caso resuelto. Podemos concluir, por tanto, que el problema no es que el Principio de Consentimiento y el deber de colabora-

ción con las Fuerzas de Seguridad que tienen los hoteles estén en contraposición o lucha enfrentada, nada de eso. En realidad, todo depende de las excepciones ("salvo que..." ¿recuerda?) y, sobre todo, depende de que ambos derechos y obligaciones cuenten con una normativa y con unas acciones de salvaguarda y protección de los derechos de todos, ciudadanos y hoteles.

Todo esto es relativamente sencillo de cumplir para todos, pues no es más que acatar lo que exige la LOPD, esta vez en base a su artículo 5.1, a la hora de informar al cliente de la existencia de un fichero o tratamiento de datos de carácter personal, de la finalidad de la recogida de éstos y de los destinatarios de la información, así como del carácter obligatorio o facultativo de su respuesta a las preguntas que les sean planteadas y de las consecuencias de la obtención de los datos o de la negativa a suministrarlos, así como de la posibilidad de ejercitar los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición, y De la identidad y dirección del responsable del tratamiento o, en su caso, de su representante.

Y para eso están no sólo los carteles a la vista dentro del establecimiento, sino las fichas de entrada o tarjetas de admisión del cliente, que al hacer el Check-in ha de ser leídas y firmadas expresamente por él antes de aposentarse tranquilamente en su habitación.

Mientras esa información esté suministrada y la fotocopia de la documentación recabada sea destruida una vez el cliente abandone el establecimiento y trata correctamente según dispone la LOPD, ningún usuario tendrá razón cuando se queje en el trámite de Check-in, y ningún titular y/o empleado de establecimiento tendrá que temer al respecto de una petición de hoja de reclamación en ese sentido.



El tratamiento de los datos de carácter personal requerirá el consentimiento inequívoco del afectado, salvo que la ley disponga otra cosa.



Los usuarios de LIVE pueden manejar todos los módulos de su negocio conectados a la plataforma desde cualquier dispositivo fijo o móvil /nos encargamos de recoger y consolidar toda la información de diversos sistemas y la presentamos en un simple formato

«La respuesta está siendo abrumadora y lo mejor es que están siendo capaces de apreciar el poder de la plataforma LIVE»

Reuel Ghosh, presidente fundador y CEO de eRevMax

HABLAMOS CON Reuel Ghosh, presidente fundador y CEO de eRevMax, que presenta su nueva plataforma online de distribución para el sector hotelero

Pregunta: ¿Cuéntanos sobre la nueva plataforma LIVE que eRevMax ha lanzado recientemente.

Respuesta: Nuestra nueva plataforma LIVE está diseñada para consolidar bajo un solo sistema toda la información y gestión de sus herramientas relacionadas con la distribución online de un hotel, lo cual supone una revolución en la forma en que el hotelero podrá controlar su negocio. Esto significa literalmente que el hotelero puede acceder con una sola clave de acceso a través de LIVE a múltiples sistemas utilizados a diario a nivel operacional. Tanto si es usuario de soluciones eRevMax, como de algún sistema de recomendación de precios como PriceMatch, o bien de nuestro motor de reservas integrado o herramientas de control de reputación Online, los usuarios de LIVE pueden manejar todos los módulos de su negocio conectados a la plataforma desde cualquier dispositivo fijo o móvil. Esto supone que se acabó el estar conectado a diez diferentes pantallas abiertas al mismo tiempo para monitorizar su negocio. Toda la información se canaliza e integra completamente en LIVE dándote toda la información de forma fácil para manejar cambios y actuar de forma proactiva.

P: ¿Cuál es su visión sobre la forma en que LIVE va revolucionar la forma en que el hotelero de usar la tecnología a nivel operacional en su día a día?

R: Por poner un ejemplo, PriceMatch, solución de recomendación de precios está completamente integrada a en la plataforma LIVE. En el listado de tareas de LIVE, se muestran las recomendaciones de precios pendientes de aplicar. Pulsando un botón se muestra el detalle de los cambios sugeridos, y pulsando el botón de "aceptar recomendación" las tarifas se cambian directamente en todos los canales. Así de fácil. En definitiva estamos simplificando considerablemente todo el proceso de trabajo del revenue hotelero.

R: ¿Cómo está siendo la reacción de los hoteleros?

R: En una palabra, genial! La respuesta está siendo abrumadora y lo más genial es que rápidamente están siendo capaces de apreciar el poder de la plataforma LIVE. No solo estamos centralizado información de Business Intelligence,



El presidente de eRevMax, Reuel Ghosh.

sino estamos tratando e interpretando esta información. Como sabes en eRevMax ya llevamos catorce años desarrollando diversos tipos de informes de Business intelligence. Se tratan informes con gran cantidad de información, cientos de páginas. Pero al final ¿Qué hace el hotelero con tanta información? Lo que en realidad necesita extraer es la inteligencia que les ayude a mejorar los resultados de su negocio. Lo que estamos desarrollando en estos momentos es todo tipo parámetros que creen alertas en caso de riesgo u oportunidad de negocio. Esto podría ser cualquier oportunidad para generar más ingresos a través de cualquier canal de distribución o gracias a los comentarios de clientes que están recibiendo. En las últimas ferias en las que hemos estado presentes nos hemos encontrado con partners y clientes que describían la plataforma LIVE con adjetivos como dinámica & innovadora, excepcional, revolucionaria y esto es realmente gratificante para nosotros.

P: ¿Qué es único en la plataforma LIVE?

R: Lo que tiene de único es su simplicidad - no hay que aprender nada. Nosotros nos encargamos de recoger y consolidar toda la información de diversos sistemas y la presentamos en un simple formato que simplemente llama a la ejecución de acciones. Por ejemplo, en lugar de tener que consultar un informe de precios para los próximos 30 días, el hotelero recibe la visión desde una perspectiva más fácil que le llevará a

tomar acciones. Recibirá también notificaciones sobre cualquier cambio o discrepancia. No es nuestra intención decir al hotelero lo que tiene que hacer - sino mostrarle lo que puede hacer en cada momento para no perder una oportunidad de negocio y el hotelero decide. Teniendo como base la plataforma LIVE, tú decides cuantos y qué tipo de servicios adicionales quieres tener dentro de la misma. ¿Necesitas el

Channel Manager? ¿Quizá el comparador de tarifas? ¿Gestión de comentarios de clientes? ¿O bien el motor de reservas? ¿Necesitas un sistema de revenue management? ¿O un CRM - Customer relationship management? La lista sigue... de hecho ya hemos identificado alrededor de veinticuatro categorías de servicios que vamos a integrar en eRevMax LIVE Network este año.

P: ¿Podrías darnos más detalles sobre el impacto que va producir eRevMax LIVE Network (ELN) en la industria hotelera?

R: eRevMax LIVE Network o ELN funciona como una tienda Online que permite al hotelero adquirir, accede y trabajar sobre aplicaciones de sistemas colaboradores integrados con eRevMax. Estamos realizando integraciones con una amplia selección de Programas de gestión hotelera que hará posible que los clientes de eRevMax suscritos a estos servicios tengan acceso a toda esta información desde el panel de control de LIVE. Hasta el momento te puedo decir que la respuesta de los mayores sistemas ha sido realmente positiva. Estamos muy ilusionados con las integraciones en las que estamos trabajando en estos momentos y que tendremos disponibles próximamente.

P: ¿Cómo ha sido la reacción del mercado Español a la plataforma LIVE?

R: La reacción del mercado español ha sido muy positiva. Históricamente ha sido uno de los principales mercados usuarios de nues-

tro conocido RateTiger Channel Manager y comparador de tarifas y sin duda uno de los mercados más maduros de Europa en lo que se refiere al conocimiento, utilización de herramientas de Revenue, comprensión y aplicación estrategias de revenue hotelero.

Sin embargo con tanta variedad de sistemas utilizados, cantidad de información, tanto conocimiento y tanta estrategia a aplicar, surgen nuevas necesidades.

LIVE llega justo en el momento justo en el que el revenue hotelero en España está listo para dar nuevo paso de gigante. Por supuesto LIVE viene provisto de un Channel Manager completamente nuevo y comparativa de tarifas, con nueva tecnología que funciona en la nube. Una nueva interfaz de usuario realmente simple e intuitiva, con inventario compartido y con nuevas integraciones XML bidireccionales con canales de distribución, motores de reservas y PMS. Si bien, lo más grande es que dentro de la magnitud de LIVE, el Channel Manager pasa a ser una pequeña pieza dentro del gran engranaje de diversos sistemas que se comunican entre sí.

En LIVE se consolida, cruza y presenta toda la información relevante de forma dinámica para ayudarnos en la toma decisiones estratégicas, en el momento adecuado y así maximizar los resultados de nuestro negocio Online. LIVE realmente va a suponer un avance importante en el mundo del Revenue.



eRevMax LIVE Network o ELN funciona como una tienda online que permite al hotelero adquirir, accede y trabajar sobre aplicaciones de sistemas colaboradores integrados.

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 es-

tablecer una relación de confianza y beneficio mutuo entre ellos y las Asociaciones que forman CEHAT y que redundan en la mejora del sector turístico español.

AXPOIBERIA

Axpo Iberia es una filial del grupo suizo Axpo, uno de los grupos energéticos más prestigiosos. Con una experiencia de más de 100 años, suministra energía a tres millones de clientes en Suiza y tiene presencia en 20 países europeos. Desde su implantación en el mercado ibérico en 2002, Axpo Iberia ha ido ampliando poco a poco sus líneas de negocio en España y Portugal, cubriendo en la actualidad un amplio abanico de servicios: comercialización de electricidad y gas; gestión de energía para productores de régimen especial; Centro de Control de Generación y Despacho Delegado; productos estructurados y trading de electricidad, biomasa y derechos de emisión.

Axpo suministra electricidad en alta tensión (actualmente más de 5 TWh anuales) a una amplia cartera de clientes en sectores industriales y grandes-medianas empresas en España y Portugal. Axpo certifica que la energía eléctrica suministrada a sus clientes procede de fuentes renovables contribuyendo, de este modo, a la protección del medio ambiente y la lucha contra el cambio climático.

Axpo, especializada en el desarrollo de productos a medida y la optimización de la factura eléctrica.

BASSOLS

Hijo de J. Bassols, fundada en el año 1790, es la empresa textil europea con más experiencia demostrada en el diseño, la fabricación y la distribución textil. En Bassols pensamos constantemente en las necesidades de los clientes y en la evolución de los hábitos de consumo. Pensar el futuro para crear el presente, éste es el reto que hemos asumido con éxito durante más de 200 años. Desde la base del diseño hasta el tejido y la prenda acabada, todos los procesos que realizamos están sometidos a rigurosos controles, para garantizar el alto nivel de calidad al que hemos acostumbrado a nuestros clientes.

Contacto: Tel. 93 207 04 50
Fax: 93 207 64 65
Mail: bassols@bassols.es
Web: www.bassols.es

ControlWRAP

ControlWRAP asegura las maletas de sus clientes, cajas, mochilas, carros para bebés y cualquier objeto antes, durante y después del vuelo. El sistema aplica una resistente capa de film estirable impreso con el logotipo del hotel, que protegerá el equipaje de

sus clientes de cualquier peligro durante el viaje, al mismo tiempo su hotel se promocionará en todos los aeropuertos del mundo. También proporciona impermeabilidad, protección contra la manipulación malintencionada y sella la maleta en caso de que esta tenga alguna cuerda suelta, esté rota o abierta, minimizando el riesgo de dañar el equipaje durante el viaje y en las bandas transportadoras de los aeropuertos.

Web: www.controlwrap.com
Contacto: Carlos Gatón
Móvil: +34 657 978281
international@controlwrap.com

DIRECTO

Este Grupo de consultoría compuesto por ingenieros, economistas y auditores tiene como fin la búsqueda de información y gestión de informes para obtener subvenciones y líneas de financiación.

Contacto: 902.120.325
www.directo.es

ESCUELA PROFESIONAL DE HOSTELERÍA DE JEREZ

La Escuela Profesional de Hostelería de Jerez constituye un centro emblemático en la formación de los profesionales del sector hostelero. Dotada de unas inmejorables instalaciones se ha convertido en un referente de calidad con proyección en la realidad andaluza.

Contacto: 956 03 50 50
www.escuelahosteleriajerez.org

GAT

GAT Gestión de Activos Turísticos diseña e implanta soluciones de gestión en hoteles, resorts, apartamentos turísticos y campos de golf. Interviene de modo temporal o permanente (Interim Management o gestión a largo plazo). Se distingue porque además de definir la estrategia y el plan de acción concreto y personalizado, los ejecuta con su equipo de más de 20 profesionales dedicados a todas las áreas relevantes en la gestión de los hoteles.

GAT es reconocida en el sector por su capacidad y agilidad en la búsqueda de la solución concreta para cada gestión hotelera, con experiencia contrastada de hacerse cargo del negocio de forma inmediata, tanto por cambio de operador como por la transformación del establecimiento a uno con franquicia de marca internacional, cumpliendo los estándares y reposicionando el hotel. Actualmente gestiona el Hotel Rey Juan Carlos I de Barcelona, el Hotel Intercontinental Mar Menor de

Murcia y The Residences Mar Menor, entre otros.

GRUPO COSENTINO

Grupo Cosentino, compañía global española y de propiedad familiar, produce y distribuye superficies innovadoras para su aplicación en bufets, encimeras, mostradores, zonas comunes, suelos, escaleras, etc. Los materiales de Cosentino se adaptan perfectamente a las necesidades de los hoteles, con las más altas características técnicas y el diseño más idóneo tanto en la creación de nuevos hoteles como en la reforma de los ya existentes. Contacto: Francisco Javier Arzac de la Peña, responsable de Hoteles. fjarzac@cosentino.com

INTERMUNDIAL

Intermundial es el broker de seguros especialista en turismo que crea y comercializa productos únicos tanto para las empresas del sector turístico como para los viajeros: soluciones a medida para hoteles y alojamientos turísticos; seguros para turoperadores, agencias de viaje, y otras empresas turísticas, así como para sus empleados; seguros para todo tipo de viajes (vacaciones, aventura, cruces, ejecutivos, etc.). Intermundial realiza estudios de riesgos y diseña planes de pólizas que respondan exactamente a las necesidades de los hoteleros. Telf.: 91 290 30 82
www.intermundial.es

“LA CAIXA”

Líder en el sector financiero español, con un gran conocimiento del sector hotelero, al que ofrece una atención especializada y soluciones específicas adecuadas a su actividad. Por este motivo, se ha creado ServiTurismo, una oferta centrada en proporcionar productos y servicios financieros dirigidos a las empresas hoteleras que, unida a la amplia red de oficinas, le ofrece las respuestas que el mercado y su negocio requiere. www.lacaixa.es/empresas

LINGUASERVE

Linguaserve es una compañía especializada en el diseño, desarrollo e implantación de soluciones GILT (globalización, internacionalización, localización y traducción) de última generación. La empresa proporciona soluciones tecnológicamente avanzadas y servicios capaces de superar las barreras tecnológicas, lingüísticas, culturales, globales, locales y multimedia que tienen las empresas.

Linguaserve implementa desarrollos tecnológicos para poner

a disposición del cliente una plataforma basada en tecnología Internet para canalizar los servicios de traducción, localización y gestión de contenidos multilingües. Actualmente trabaja con más de 30 idiomas y cuenta con una amplia red de colaboradores homologados en todo el mundo.

Entre sus clientes figuran Administraciones Públicas, bufetes de abogados y organismos internacionales, así como empresas nacionales y multinacionales de distintos sectores incluyendo: construcción, consumo y alimentación, energía, financiero, patentes y marcas, sanitario, tecnologías de la información, medios de comunicación y turismo, entre otros. <http://www.linguaserve.com/>

LUMELCO

LUMELCO, más de 50 años de experiencia. Para poder ofrecer el mejor servicio a nuestros clientes y cubrir sus necesidades, LUMELCO está constantemente estudiando las tendencias del mercado. Por eso, en los años 80 decidimos incorporar equipos de aire acondicionado firmando un contrato de exclusividad con una de las mayores multinacionales japonesas: Mitsubishi Heavy Industries. Desde entonces Lumelco ha ido creciendo y profesionalizándose, incorporando un equipo de trabajo especializado que abarca todo el territorio nacional, ofreciendo una atención individualizada y personalizada, soporte técnico y unos cortos plazos de entrega, siempre orientado a ayudarle a crecer en su negocio. En 2005 se incorpora la energía solar térmica: Kingspan Solar, en una apuesta por las energías renovables, y respeto del medio ambiente. En 2011 se comienza a comercializar los equipos de absorción de Broad, microgeneración y bomba de calor alimentada por gas natural y microgeneración de Aisin, grupo Toyota.

MYPROVIDER

MyProvider es la primera comunidad online exclusiva para hoteles y sus proveedores; herramienta única en el mercado español que permite a los hoteles localizar, gestionar, pedir presupuestos e incluso valorar los mejores servicios y productos de empresas especializadas. Contacto: 902 027 057
www.myprovider.es

NESTLE

NESTLE, empresa líder mundial en alimentación presente en el mundo del fuera del hogar en España a través de NESTLÉ PRO-

FESSIONAL, le ofrece una gama completa de productos para hoteles que abarca diversidad de categorías entre las que destacan Bebidas Calientes, Cereales para el desayuno, Productos Culinarios y Postres, Snacks y Chocolates, y Helados.

Contacto: foodservices@nestle.es
Telefono: SAC: 934805008 / 902112113 (Helados)
swww.nestleprofessional.es / www.helados.nestle.es

PIKOLIN

Se ha firmado este acuerdo para ofrecer unas condiciones ventajosas a los establecimientos asociados a CEHAT en la adquisición y renovación de colchones, para dar respuesta a toda la tipología de usuarios que se alojan en estos establecimientos.

Contacto: Cristina Pineda.
Teléfono: 91 485 26 30
www.pikolin.es

RENOLIT

El grupo RENOLIT es uno de los principales fabricantes internacionales de láminas termoplásticas de alta calidad y especialista en el desarrollo y producción de soluciones para conseguir una fiable y total estanqueidad, ya sea en piscinas, depósitos, cubiertas, etc. Desde hace más de 65 años la empresa multinacional sigue fijando los estándares en cuanto a calidad e innovación. Su sistema RENOLIT ALKORPLAN es la solución óptima para la construcción y rehabilitación de todo tipo de piscinas privadas y públicas, mercado en el que es referente mundial.

Contacto: RENOLIT Ibérica, S.A. Ctra. Del Montnegre, s/n | 08470 Sant Celoni (Barcelona) - Tel: 93 848 42 26 Mail: renolit.iberica@renolit.com - www.renolit.com

SODEXO

Sodexo es la única empresa del sector que integra una oferta completa de servicios innovadores basada en más de 100 profesiones. En España da servicio a 425.000 personas, sus servicios On Site se basan en un modelo de Facility Management orientado a lograr una combinación óptima de reducción de costes y garantía de servicio.

A través de más de 100 servicios, Sodexo responde a las necesidades del sector hotelero gracias a sus más de 48 años de experiencia ofreciendo servicios que van desde la recepción, limpieza y mantenimiento, hasta servicios de restauración y gestión de plagas o climatización.

Contacto: 91 602 40 00
www.solucionesdeserviciosodexo.es

Compra de energía inteligente y sostenible

Los usuarios demandan servicios sostenibles

El consumo energético es la segunda partida más importante, tras los gastos de personal, dentro de la estructura de costes de explota-

ción de cualquier negocio hotelero y su reducción se ha convertido a lo largo de los últimos años en un eje estratégico fundamental. No

obstante, la complejidad regulatoria y la falta de información convierten a menudo su gestión en un laberinto complicado.

Por otro lado, en el sector hotelero hay otros dos aspectos clave a tener en cuenta como son la eficiencia energética y el impacto medioambiental que supone el uso de la energía, en línea con los compromisos del protocolo de Kyoto y, sobre todo, con las últimas tendencias detectadas entre los usuarios que demandan un servicio sostenible y con el menor impacto posible en el entorno.

En lo que se refiere al control del gasto energético, es importante precisar que esta partida está condicionada por la combinación de dos aspectos fundamentales: el consumo propiamente dicho y la modalidad de contratación del suministro eléctrico. Y la mejor forma de reducir la factura es trabajando sobre ambos: por un lado, con un contrato de suministro que se adapte al perfil de cada industria o empresa; y por otro, controlando el consumo (evitando consumos innecesarios como climatización excesiva o iluminación innecesaria, etc.), algo que se puede y debe optimizar con herramientas más avanzadas de monitorización y la ayuda de un centro de control.

La mayoría de los hoteles desconocen el potencial de ahorro que suponen los contratos a medida y siguen contratando su energía una vez al año a un precio fijo, perdiendo la oportunidad de beneficiarse de importantes ahorros, que en años previos han llegado a alcanzar hasta un 15%. No todos los establecimientos son iguales ni pueden utilizar una fórmula común que garantice el máximo ahorro, por lo que Axpo Iberia

ofrece una asesoría personalizada para desembocar finalmente en una amplia variedad de alternativas innovadoras que permiten optimizar el gasto energético al adaptar el producto contratado a cada perfil de consumo real.

Y en lo que respecta a las herramientas de eficiencia energética, Axpo eOpener aporta al usuario información detallada en tiempo real de los consumos por áreas o sub-áreas permitiendo disponer de información completa para tomar decisiones y aplicar medidas correctoras en caso necesario. Tener información de los picos de potencia y el consumo de reactiva en tiempo real facilita tomar decisiones inmediatas para poner solución y evitar penalizaciones innecesarias; conocer a cuánto asciende el gasto en energía cualquier día del mes, sin tener que esperar a la factura de la comercializadora, permite llevar un mejor provisionamiento de costes.

Energía verde y rentable

Axpo Iberia certifica que la totalidad de la energía eléctrica suministrada procede 100% de fuentes renovables contribuyendo, de ese modo, a la protección del medio ambiente y a la lucha contra el cambio climático. Cada vez son más los hoteles que optan por contratar un suministro eléctrico con garantías de origen "verde", que tiene el mismo precio que la energía procedente de fuentes contaminantes y sin embargo contribuye a reducir la huella de carbono, mostrando su compromiso con la sostenibilidad.

Los beneficios de la contratación de un suministro con certi-

ficación medioambiental son varios: por un lado, ayuda al cumplimiento de los protocolos y normativas medioambientales exigidas por certificaciones como la ISO 14001 o la Certificación EMAS; adicionalmente, aporta indudables beneficios de imagen para las empresas, ya que los aspectos medioambientales son cada vez más valorados los clientes; y por último, este tipo de energía contribuye a reducir la huella de carbono que se produce a lo largo de la vida útil de muchos productos.

Las empresas llevan ya muchos años tomando conciencia de sus emisiones de gases de efecto invernadero, midiendo sus consecuencias y realizando grandes esfuerzos para detectar mejoras a lo largo de todo el ciclo de vida de sus productos. En ese sentido, la contratación de energía "verde" procedente de fuentes renovables resulta una iniciativa sencilla, sin costes añadidos y con un valor de imagen muy importante para empresas y organizaciones.

Cualquier consumidor, con independencia de su ubicación geográfica y volumen de consumo, ya puede contratar Energía Verde sin tener que pagar más y sin hacer ningún cambio en sus instalaciones ni en sus hábitos de consumo.

Garantía de origen

La factura eléctrica de cualquier compañía comercializadora debe especificar qué tipo de energía ha utilizado para generar electricidad, indicando la composición actual de la electricidad que suministra. Aunque la electricidad



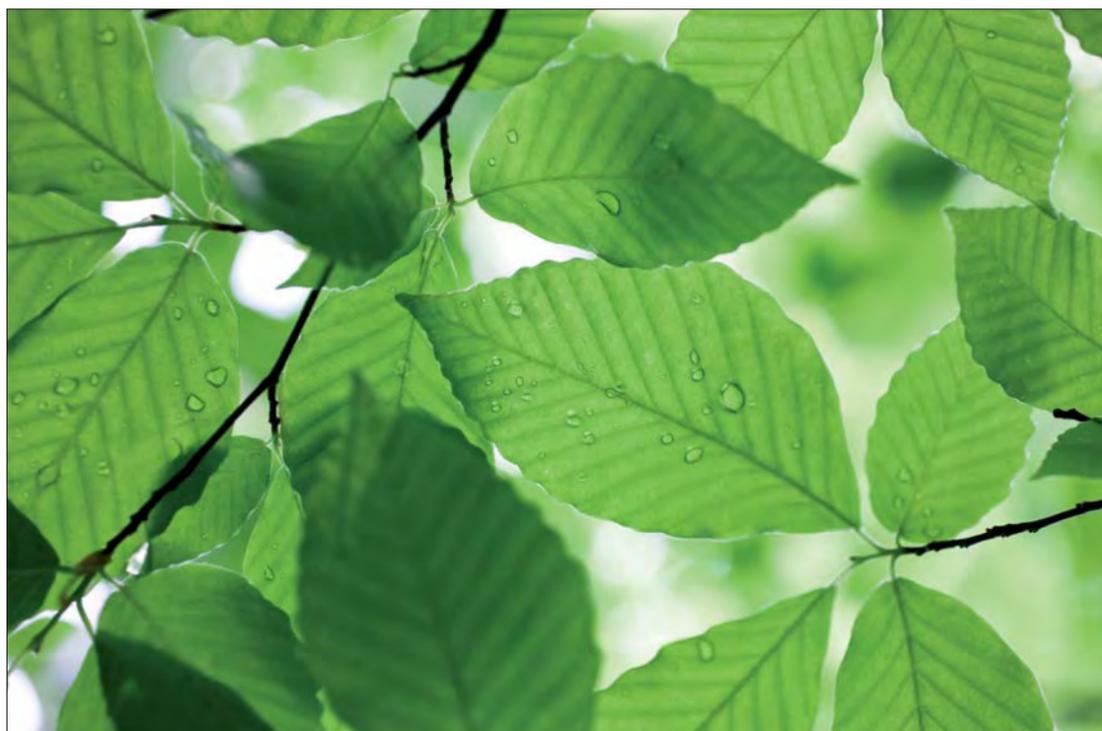
eOpener aporta al usuario información detallada en tiempo real de los consumos por áreas o subáreas.

que consumimos es indistinguible de la que consumen otros consumidores conectados al mismo sistema eléctrico, sí es posible garantizar su origen.

Para determinar qué electricidad es renovable se utiliza el Sistema de Garantía de Origen, recogido en la Directiva 2001/77/CE con el objetivo de que el consumidor pueda conocer en detalle el origen de la energía que consume y el impacto ambiental asociado.

El impacto ambiental de la electricidad depende de las fuentes energéticas utilizadas para su generación. En una escala de A a G (donde A indica el mínimo impacto medioambiental y G el máximo),

toda la energía comercializada por Axpo Iberia es de Clase A (el valor medio nacional corresponde al nivel D). La energía renovable está avalada por los certificados RECS ("Renewable Energy Certificate System") emitidos y administrados por un organismo independiente, que emite un certificado por cada KWh producido, una vez que verifica que el mismo procede de fuentes renovables. Ese KWh se puede vender y comprar en el mercado eléctrico. Los certificados emitidos permiten evidenciar que una parte de la energía producida por una determinada empresa eléctrica procede de fuentes renovables.



La mayoría de los hoteleros desconocen el beneficio de las energías renovables.



Es importante utilizar fuentes renovables para proteger el medio ambiente.

Eficiencia energética y sostenibilidad, claves para mantener la competitividad del sector turístico

II Congreso de Eficiencia Energética y Sostenibilidad

Durante los días 10, 11 y 12 de marzo Barcelona ha acogido el II Congreso de Eficiencia Energética y Sostenibilidad en el sector turístico, donde han participado más de sesenta ponentes de todos los ámbitos relacionados con el mundo turístico tanto del sector público como privado, donde ha quedado claro que la sostenibilidad es un factor esencial.

Tras estas jornadas ha quedado claro que la eficiencia energética y la apuesta por la sostenibilidad en toda la cadena de valor del sector turístico ya es un requisito esencial, tanto por la necesidad de gestionar de forma óptima los recursos para ser más competitivos económicamente como por la valoración que cada vez más el turista tiene de los alojamientos y actividades que apuestan por la preservación del medio ambiente.

A esta segunda edición del Congreso de Eficiencia Energética y Sostenibilidad en el sector turístico acudieron cerca de 400 congresistas, pertenecientes a 311 empresas, 207 del sector privado y el resto a instituciones públicas.

Por sectores de actividad, fabricantes, sector hotelero y destinos turísticos, empresas de servicios y representantes de la administración fueron los que tuvieron mayor representación entre los congresistas. Un público que tuvo la oportunidad de conocer de primera mano qué retos tiene por delante el sector turístico para conseguir ser Smart Destination, una baza fundamental para el sector de nuestro país si quiere seguir siendo uno de los principales destinos turísticos a nivel mundial.

La inauguración del Congreso contó con la presencia del Consejero del Departamento de Empresa y Ocupación de la Generalitat de Catalunya, Felip Puig; la Teniente de Alcalde de Economía, Empresa y Empleo del Ajuntament de Barcelona, Sònia Recasens; el jefe de la Oficina de Representación de la Comisión Europea en Barcelona, Ferran Tarradellas; y el director general del Grupo El Instalador, Iñaki García Ocejo.

Ya en la inauguración quedó patente que en Cataluña y en concreto en la ciudad de Barcelona están apostando por un modelo de turis-

mo de calidad, ya que este sector, como comentó Felip Puig, además de fuente de ingresos es parte de la imagen de Cataluña; por tanto, desde la administración están apostando por su desarrollo "con planificación, normativas e instrumentos fiscales que permiten apostar por la promoción de un turismo sostenible". La suma de esfuerzos y sinergias que favorezcan a las empresas para una mejor gestión de sus recursos es fundamental, ya que, como apuntó, así se hacen más competitivos y sirve de reclamo de cara a clientes que valoran la apuesta por el medio ambiente.

En definitiva, el trabajo conjunto entre la administración pública y el sector privado es fundamental para que este tipo de iniciativas consigan grandes éxitos.

Tras la inauguración se dio paso al desarrollo del congreso, con un primer día de carácter más institucional en la que se celebró la primera ponencia magistral a cargo de Ferran Tarradellas, jefe de la Oficina de Representación de la Comisión Europea en Barcelona, y dos mesas redondas: "Smart Destinations y la contribución de la eficiencia energética y sostenibilidad en términos de competitividad" y "Smart Hoteles". La jornada se cerró con una recepción institucional por parte de la ciudad de Barcelona en el Recinto Modernista de Sant Pau.

Las dos jornadas posteriores tuvieron un carácter más técnico donde se intercalaron, conferencias magistrales, ponencias y mesas redondas en las que se habló, de infraestructuras turísticas inteligentes, la colaboración público-privada, el reto de la movilidad sostenible en los destinos turísticos; el papel de las Empresas de Servicios Energéticos en la integración de tecnologías; los sistemas de control, supervisión y mejora continua



El congreso se ha posicionado como una cita clave en el sector de la energía y el turismo bajo el prisma de la eficiencia energética y la sostenibilidad.

en los alojamientos turísticos, las fórmulas de financiación y de apoyo tanto europeas como Fondos Regionales, banca y fondos de inversión, las diferentes iniciativas regionales y europeas en sostenibilidad turística; el papel de las redes de distrito de calor y frío en este sector, o la visión de toda la cadena de valor, desde el cliente, pasando por los turoperadores, hoteles y, finalmente, el destino.

De esta forma, se ha podido repasar con detalle las necesidades, inquietudes y progresos de este heterogéneo sector en cuanto a ser más eficientes y sostenibles. La exposición de casos de éxito sobre proyectos en eficiencia energética han permitido constatar que es posible y rentable apostar por este tipo de actuaciones. La colaboración público - privada para conseguir Smart Destinations se ha planteado como una buena solución para impulsar este mercado.

II Premios eeST2015

En el marco del congreso, el día 11 de marzo fueron entregados en un acto celebrado en el Hotel AC Barcelona Forum los II Premios eeST 2015, en sus cinco categorías:

El Premio Smart Mobility ha sido para Toyota y Urbaser por sus acciones desarrolladas conjuntamente y el impulso en el ámbito de la movilidad sostenible en favor de la ciudad, los ciudadanos y los turistas de Barcelona. El Premio fue entregado por Mercè Rius, directora del Institut Català d'Energia, a José Luis Rodríguez García, Fleet Senior Manager de Toyota y Santiago Losada de Urbaser.

El Premio Smart Innovation ha sido para Green Bending por su proyecto Impact Energy, generador de energía mediante un minidigestor prefabricado para residuos orgánicos de hoteles y restaurantes. Jordi Clos, presi-

dente del Gremi d'Hotels de Barcelona, fue el encargado de entregar el premio a Albert Mateu, CEO de Green Bending.

El Premio Smart Communication ha sido concedido a Twenergy por su labor en cuanto a la difusión y comunicación de la eficiencia energética y la sostenibilidad. El premio lo recogió María Roiz Val, subdirectora de Proyectos Estratégicos, Desarrollo y Calidad Comercial de Endesa, que le fue entregado por Joan Abad, subdirector general de Ordenación Turística de la Dirección General de Turismo de la Generalitat de Catalunya.

Innovat Hotels ha recibido el Premio Smart Accomodation por el proyecto Twentytú y la gestión eficiente de los recursos y de la energía, galardón que recogió Ignasi Uñó Pérez, administrador Innovat Hotels de mano de Carme Rubió i Soto, Subdirectora general de Programación Turística de la Dirección General de Turismo.

Por último, el Premio Smart Destination se ha concedido a la ciudad de Barcelona como referente por su labor compromiso y fomento de sostenibilidad y la eficiencia energética. Iñaki García-Ocejo, director general del Grupo Editorial El Instalador, ha sido el encargado de entregar el galardón a Sonia Recasens, segundo Teniente de Alcalde del Ajuntament de Barcelona.

III Edición eeST

El Congreso se ha posicionado como una cita clave en el sector de la energía y el turismo bajo el prisma de la eficiencia energética y la sostenibilidad. Por su relevancia en cuanto a ponentes y contenidos, puesta en escena, perfil de asistentes y formatos de participación.

En las próximas semanas se anunciará la ciudad y las fechas elegidas para la III edición, en la que se seguirán fomentando los pilares para convertirse en un destino turístico inteligente.



Juan Molas junto a Jordi Clos y Felip Puig durante el Congreso.



Algunos de los participantes en el congreso sobre energía y sostenibilidad.

El Tribunal aplica la cláusula 'Rebus Sic Stantibus'

Marca un antes y un después para el Sector Hotelero Español

La reciente Sentencia del Tribunal Supremo número 591/2014 de 15 de octubre de 2014, estima el recurso de casa-

ción presentado por la cadena hotelera ACCOR y acepta modificar a la baja la renta de un arrendamiento de edificio

hotelero sobre la base de la crisis económica actual y la falta de rentabilidad de la explotación hotelera.



DANIEL JIMENEZ

SOCIO DE SLJ ABOGADOS

Esta sentencia viene a consolidar la nueva jurisprudencia del Tribunal Supremo sobre la cláusula "rebus sic stantibus", que ha supuesto una interpretación más flexible de esta doctrina jurídica que permite la modificación de un contrato cuando se han alterado de forma imprevisible las bases económicas tomadas en cuenta cuando se celebró.

El Tribunal Supremo en una reciente sentencia que puede considerarse un verdadero hito para

el sector hotelero, acepta la petición de dicha cadena hotelera internacional de rebajar la renta pactada por el alquiler del edificio donde se ubicaba uno de sus hoteles, por motivo de la crisis económica y la falta de viabilidad económica del hotel.

La cadena hotelera había suscrito en 2006 contrato de larga duración de arrendamiento de un edificio destinado a uso hotelero. Tras algunos años de explotación, la crisis económica general y la crisis del sector hotelero urbano, había impactado gravemente en los resultados de explotación y el hotel arrojaba pérdidas importantes y prolongadas. Al mismo tiempo, la empresa promotora del edificio había alcanzado un acuerdo en relación a otro edificio hotelero, por el cual venía a rebajar la renta a otro operador del sector en un 50%, reconociendo expresamente el impacto que la crisis económica había tenido en el rendimiento de ese otro hotel.

La Sentencia del Tribunal Supremo número 591/2014 de 15 de octubre de 2014, acepta el recur-

so de casación que había formalizado ACCOR y realiza afirmaciones que pueden ser muy relevantes para otros casos semejantes. Se razona que para aplicar la cláusula rebus sic stantibus hay que atender al caso concreto y que debe demostrarse que la crisis económica ha impactado no solo a nivel general, sino en el concreto contrato cuya modificación se esté solicitando.

Además, el cambio de las circunstancias, debe haber provocado un resultado reiterado de pérdidas o a la completa desaparición de cualquier tipo de beneficio. Para valorar su aplicación deberá compararse el contexto económico en el que se suscribió el contrato, con aquel otro que da lugar a la petición de modificación y decidir si el riesgo del contrato lo debe soportar únicamente el operador o las dos partes.

La modificación de la renta que acuerda el Tribunal Supremo no es indefinida sino que se establece en el lapso de tiempo transcurrido entre la interposición de la demanda y el cierre del ejercicio 2015.

En nuestra opinión esta sentencia puede tener efectos prácticos muy relevantes, en particular para el sector de los hoteles urbanos, que todavía no ha experimentado una recuperación con respecto a la situación previa a la crisis económica. La doctrina establecida por el Tribunal Supremo podrá ser alegada por los operadores hoteleros en futuras negociaciones dirigidas a actualizar la renta arrendaticia para adaptarla a nuevas circunstancias de mercado. Además, y en última instancia, podría dar

lugar a la interposición de nuevas demandas, cuando la negativa de los propietarios de inmuebles a negociar una rebaja de la renta, sea irrazonable y no esté justificada. Sin duda, la Sentencia favorecerá la renegociación de contratos frente a la alternativa, siempre más perjudicial, de cierre de la explotación hotelera.

Daniel Jiménez ha dirigido el procedimiento que ha dado lugar a la Sentencia del Tribunal Supremo comentada en este artículo.



El Tribunal Supremo ha aplicado la cláusula 'Rebus Sic Stantibus'.

Objetivo común: Reducir el alquiler turístico ilegal

El alquiler de viviendas y apartamentos turísticos representa gran parte de las pernoctaciones en nuestro territorio, un sector que atrae a miles de viajeros y que cada vez se ve más amenazado por el alquiler ilegal que pone en peligro no solo la campaña turística, sino el futuro de uno de los sectores más importantes de nuestro turismo.

La Agencia Valenciana de Turismo ha creado, conjuntamente con las distintas asociaciones empresariales de alquiler turístico de las tres provincias, una Mesa de Intrusismo donde se están llevando a cabo acciones encaminadas a proteger los derechos tanto de empresas, como de clientes y propietarios de viviendas. Una muestra es la intensificación de las campañas de inspección, invitando a las empresas a registrarse y a particulares dar de alta sus las viviendas en la administración correspondiente.

Según palabras de Mariano Espinosa, Presidente de AEA (Asociación de Empresas de Alquiler de Viviendas de la Provincia de Alicante), "la inspección es fundamental para disuadir las actuaciones fraudulentas, pero deben ir acompañadas de otras medidas como la inscripción de todas las viviendas en la administración de Turismo - una medida aprobada y que se

ha puesto en marcha-, de manera que todas las viviendas en alquiler turístico estén registradas y este número de registro aparezca en todas las publicaciones y medios donde se publicite dicha vivienda".

"Son medidas -continua Espinosa- que sugieren a los portales, agencias, intermediarios, etc., a publicar el número de registro, una acción que beneficia la imagen del destino, trasmite una garantía de profesionalidad que finalmente percibe el cliente. El turista quiere pasar unas vacaciones tranquilas y saber que está en buenas manos, no hay que olvidar que muchos de los que repiten acaban adquiriendo su vivienda en la zona y terminan generando un valor sobre la economía no solo a corto plazo, sino a medio y largo plazo. Nuestro objetivo no debe estar basado en un resultado inmediato, sino en consolidar nuestro destino como un destino de futuro. No son medidas vacías, son medidas que prestigian nuestro destino, cuando un potencial consumidor entra en internet desde su país, o ciudad, y ve que detrás de la vivienda que quiere alquilar hay un sello, una garantía de calidad, profesional e institucional, todos terminamos ganando".

Impuestalia firma un acuerdo de colaboración con CEHAT

Impuestalia, empresa especializada en la revisión de valores catastrales de inmuebles a efectos impositivos, y la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) han suscrito un acuerdo de colaboración cuyo objetivo es contribuir a optimizar la fiscalidad de sus establecimientos asociados. Este convenio abre la posibilidad a todos los asociados a la Confederación Española de Hoteles a beneficiarse de una revisión de su Impuesto de Bienes Inmuebles. En total, podrán incorporarse más de 14.000 establecimientos repartidos por todo el territorio español.

El acuerdo ha sido firmado por Ramón Estalella, Secretario General de la CEHAT y por Antonio de Pablo-Romero Carranza, en representación de Impuestalia. Ambas partes manifestaron la importancia del trabajo a realizar en beneficio de todo el sector hotelero.

El convenio convierte a Impuestalia en Socio Colaborador de la Confederación Española de Hoteles, lo que supondrá para la empresa un salto cualitativo en su estrategia de expansión a nivel nacional. La firma ya cuenta con 6 delegaciones territoriales y más de 100 colaboradores repartidos por toda la geografía.

Impuestalia ha revisado más de 12.000 inmuebles de todo

tipo: locales y centros comerciales, edificios de oficinas, hoteles, campos de golf, aparcamientos, etc. Uno de sus principales valores añadidos para sus clientes es la fórmula de "trabajo a éxito", es decir, los honorarios se obtienen a partir del ahorro conseguido al cliente.

La CEHAT, cuya finalidad primordial es la representación, defensa y fomento de los intereses comunes de sus miembros,

trabaja activamente en todos aquellos asuntos relacionados con la innovación tecnológica, calidad, promoción turística, seguridad física y de las instalaciones y estadísticas para la mejora permanente de los establecimientos hoteleros y apartamentos de España, constituyendo un elemento esencial en la mejora de un ámbito fundamental para el desarrollo económico y social de España.



Acuerdo firmado por Antonio de Pablo y Ramón Estalella.

El Sector Hotelero se muestra optimista de cara al segundo trimestre del año

Estudio realizado por CEHAT y PwC

Las expectativas de los hoteleros de cara a Semana Santa y la temporada de primavera 2015 son positivas respecto a la misma época del año pasado, según el Obser-

vatorio de la Industria Hotelera, elaborado por PwC y la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT). Se espera un crecimiento en los viajes y

pernoctaciones de los españoles en la temporada de Primavera-Semana Santa 2015. Se prevé una subida del 5,3% respecto a la temporada del año pasado.

El índice OHE General, que recoge las perspectivas de los hoteleros (OHE Hotelero) junto con las previsiones macroeconómicas (OHE Macroeconómico), sube un 5,3% respecto a la temporada de Semana Santa y primavera del año pasado y se sitúa en los 64,41 puntos.

Respecto al índice OHE Hotelero, que mide las perspectivas de los hoteleros relativas a varios campos, se sitúa en los 64,28 puntos, lo que supone una subida del 11,8% respecto a la Semana Santa y primavera del año anterior.

Según las perspectivas analizadas por el OHE Hotelero, hay expectativas positivas en la mayoría de conceptos analizados,

y se observa una mejoría de las previsiones en cuanto a pernoctaciones, precio medio y rentabilidad. Por su parte, las perspectivas de evolución respecto a la estancia media, el esfuerzo promocional y el gasto publicitario, no alcanzan valores positivos, aunque mejoran respecto al mismo periodo analizado.

Hay que destacar que por primera vez desde 2008, año en el que se empezó a elaborar el Observatorio de la Industria Hotelera, un 90% de los encuestados consideran que los españoles van a crecer o mantenerse respecto al año anterior y solo un 7,22% considera que van a decrecer.

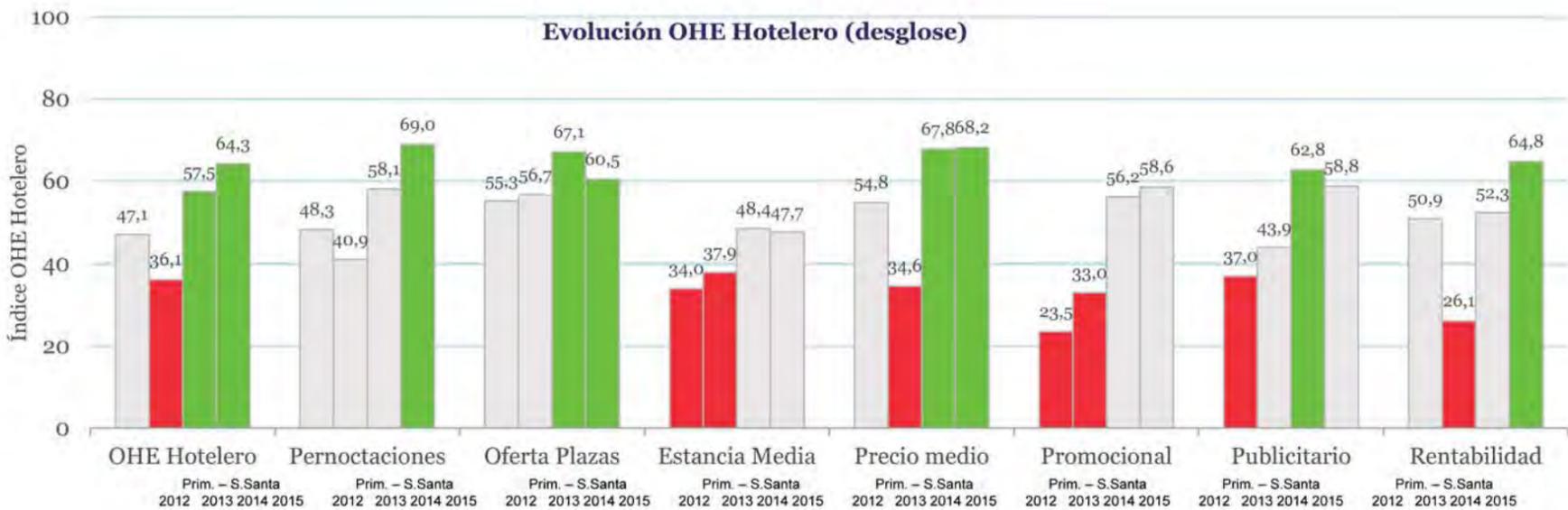


Juan Molas, David Samu y Ramón Estalella en la presentación de datos ante los medios de comunicación.

Sección III

Índice OHE Hotelero - desglose

Hay expectativas positivas en los conceptos analizados, observándose una mejoría de las previsiones en pernoctaciones, precio medio y rentabilidad.



Fuente: Elaboración propia

Tan solo los valores de estancia media, esfuerzo promocional y gasto publicitario no alcanzan valores positivos, si bien todos ellos salvo el ultimo mejoran respecto del periodo anterior



Al mismo tiempo, solo un 5% de los encuestados manifiestan que su rentabilidad va a empeorar respecto al mismo trimestre del año pasado, la mayoría (61%) considera que la rentabilidad será similar y un importante 35% considera que será mejor debido a la mejora en el capítulo ingresos y por el mantenimiento de los costes generales.

También hay que señalar que el sector lleva arrastrando una importante contención de costes en los últimos cinco años, y que en la mayoría de las ocasiones no hay espacio para ahorros de costes relevantes.

Las expectativas del sector hotelero suben respecto al mismo periodo del año pasado y se mantiene la tendencia optimista que se viene observando desde hace un año para este segundo trimestre, que si bien comparado con el verano, no es el trimestre que registra mayor número de pernoctaciones pero una buena

pretemporada veraniega si permite que al final de año las empresas puedan cerrar ejercicios con resultados mejores que el año anterior.

"Si se mantienen los crecimientos registrados en los primeros meses del año situados en el 4,5% podríamos superar en el mes de junio los 28 millones del pasado año pudiéndose alcanzar cifras de 29,5 millones de turistas internacionales", aseguró el presidente de la Confederación, Juan Molas.

Las perspectivas son que el buen tiempo acompañe esta Semana Santa con una recuperación del mercado nacional que viajara mas días con un aumento de estancia media hasta los cinco o seis días.

Las Islas Canarias, concretamente Fuerteventura y Lanzarote, será uno de esos destinos que han incrementado su oferta entre un 10% y un 15% para recibir a españoles y también a franceses e italianos que han desviado su des-

tino tras los últimos atentados acontecidos en Túnez.

Molas puntualizó que "Túnez no va a salvar la temporada" sino que compensará las caídas del mercado ruso que han sido "espectaculares" con caídas del 65% en la reserva de vuelos y cerca del 79% en la reserva de alojamientos en los primeros meses del año.

En relación al OHE Macroeconómico, que recoge las perspectivas macroeconómicas, éste alcanza los 64,81 puntos para esta temporada de Primavera-Semana Santa, situándose también en valores positivos. Entre los factores que influyen positivamente en este resultado destacan: las perspectivas de crecimiento del PIB español y de los países más cercanos hacia donde van dirigidas nuestras exportaciones, la baja tasa de inflación y el abaratamiento del euro. Asimismo, tiene una influencia importante el moderado precio de la energía, de

la que no se espera un crecimiento en los próximos meses, y el optimismo acerca de la situación económica de la Unión Europea para los próximos seis meses, reflejado en el último Consenso Económico de PwC. Según este estudio, que recoge la opinión de más de 300 expertos del ámbito empresarial, financiero y universitario, un 70,6% considera que la situación económica de la Unión Europea será mejor, el 22% estima que será igual y solo un 7,4% considera que será peor.

En opinión de David Samu, "es probable que observemos un repunte en el RevPar y flujo de turistas -doméstico y extranjero- en Madrid y Barcelona, gracias a las importantes ferias y eventos internacionales que se celebrarán en los próximos meses. Es el caso, por ejemplo, de la recientemente celebrada Mobile World Congress en Barcelona, o la Cumbre Mundial del World Travel &

Tourism Council, que acogerá Madrid el próximo mes de abril, tras siete años ausente. Por otra parte, la estabilización de las tasas aeroportuarias, las expectativas de crecimiento del PIB para 2015 y de disminución en la tasa de desempleo son otros factores que creemos contribuirán a mejorar la imagen de España en el exterior."

La presentación del Observatorio contó también con la participación de Ramón Estalella, secretario general de CEHAT.

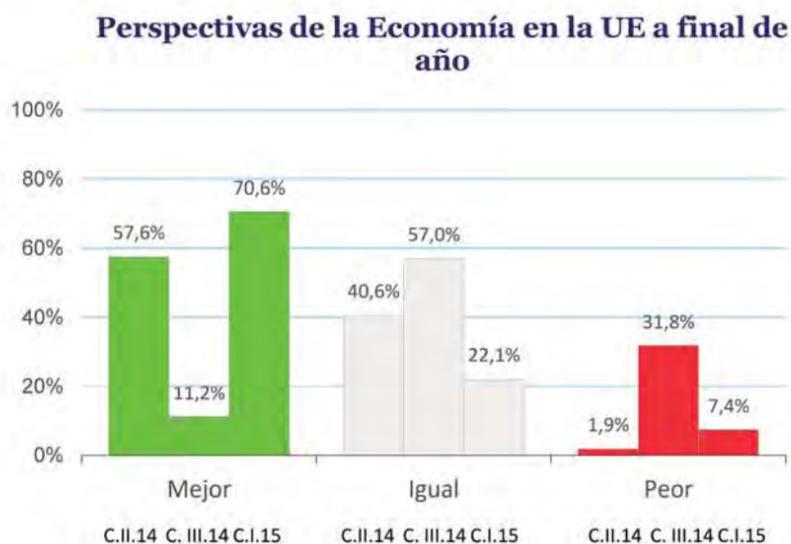
Nota metodológica

El índice OHE General se elabora a partir del análisis macroeconómico de los principales mercados emisores de turistas a España (índice OHE Macroeconómico) y los resultados de una encuesta de perspectivas sectoriales enviada a los asociados de CEHAT, que representan más de 1,5 millones de plazas hoteleras en toda España.

Sección II

Coyuntura y perspectivas macroeconómicas Índice OHE Macro

El 70,6% estima que la situación económica en la Unión Europea a finales de 2015 será mejor que en el ejercicio anterior, frente a la estimación de 11,2% del invierno de 2014-2015. Asimismo, sólo el 29,5% de los encuestados opinan que la situación será igual o peor, frente al 88,8% del ciclo anterior.



El Consenso Económico trimestral de PwC recoge las expectativas de un pool de más de 300 expertos pertenecientes a empresas financieras y no financieras, universidades y centros de investigación, asociaciones empresariales y profesionales y otras instituciones.



El turismo será uno de los sectores donde el Big Data tendrá un mayor impacto

La 6ª Jornada de Tendencias HTSI-Magma HC 'Big Data. Mejores Prácticas y Aplicaciones en el sector Servicios' analizó de qué manera el análisis Big Data puede implementarse en el sector

Servicios y cómo es necesario ir más allá de la mera gestión de los datos para que las empresas puedan usarlo en la toma de decisiones. La Jornada fue organizada conjuntamente por la Facul-

tad de Turismo y Dirección Hotelera Sant Ignasi (HTSI) - Universitat Ramon Llull y Magma Hospitality Consulting, consultora estratégica y de gestión especializada en el sector hotelero.

Sorprendentemente estamos sólo al inicio de una revolución social y tecnológica. Las organizaciones del siglo XXI y las cadenas hoteleras aún más tienen ante sí un reto y una oportunidad sin precedentes, la de construir sobre el caudal de información que se genera en Internet (Big Data) un nuevo modelo de relación para sus clientes actuales y potenciales. De hecho, el Big Data nos sitúa más allá de los hechos, transforma nuestras acciones en predicciones. Si sabemos gestionar este torrente de información podremos adelantarnos a las decisiones de los viajeros y adecuar en tiempo real y de forma personalizada nuestros servicios.

Para Florencia Cueto, Project Manager de la Facultad de Turismo y Dirección Hotelera Sant Ignasi y moderadora de la mesa redonda que tuvo lugar con los máximos responsables de las empresas Outliers, Traity y Elkano Data sobre Big Data. Mejores Prácticas y Aplicaciones en el sector Servicios, anunció que "el turismo será uno de los sectores donde el Big Data tendrá un mayor impacto".

Cada día se generan 340 millones de tweets en Twitter, 800 mi-

llones de status diarios en Facebook, 1.000 millones de consultas en Google, 300 millones de usuarios activos en Instagram y 5.000 imágenes por minutos se cuelgan en Flickr.

Para Carlos Durán, Data Engineer de Outliers, el conjunto de datos que estamos almacenando y analizando es tan grande y complejo que han tenido que surgir "nuevas tecnologías que nos ayudan a procesarlas, ordenarlas y analizarlas. Ahora cualquier cosa que pueda generar un dato se puede monitorizar y analizar". Pero, al contrario de lo que puede parecer, gestionar Big Data no es necesariamente caro porque "cada vez hay más herramientas Open Source que facilitan este análisis", comentó.

Durán ejemplificó el uso del Big Data en algunos proyectos realizados por Outliers, y destacó la aplicación www.bcnbeats.com, una plataforma en la que cualquier persona puede visualizar en tiempo real toda la información física y social de Foursquare, Instagram pics, Tweets, etc.

El StoryTelling with Data sería otro ejemplo de uso del Big Data, esta vez aplicado al turismo, y

ejemplificado con el proyecto "Fans on the Move": un proyecto realizado por ElkanoData que analiza las transacciones realizadas a través de Ticket Bis, una plataforma de compra-venta de entradas para diferentes eventos (deportivos, musicales...) directamente entre fans.

La importancia de la reputación en las transacciones

Uno de los fenómenos más expandidos en la red son los servicios "Peer to Peer" (persona a persona): citas online, coches, alquiler de casas y pisos para periodos cortos, compras de segunda mano, etc. Pero en la red somos todos unos desconocidos.

"Antes vivíamos en aldeas y sabíamos con quién tratábamos. El mundo digital es diferente, en general no sabemos nada, ¿quién hay detrás de este perfil?", explicó José Fernández, CTO de Traity. Aportar confianza es precisamente la misión de esta Start Up, que a través de su portal www.traity.com, con más de 4.500.000 de usuarios, proporcionan un "sello" de calidad respaldando a los usuarios en sus transacciones online. Utilizan la tec-



Juan Cartagena, Pau Cuervo, Florencia Cueto y Carlos Durán.

nología Big Data para contrastar la veracidad de los perfiles de los usuarios: ¿tienen la edad que dicen tener?, ¿han estudiado donde dicen?, ¿es realmente un hombre o una mujer?

A través del análisis de los datos obtenidos en redes sociales, es posible realizar una verificación del perfil porque, como anunció el CEO de Traity "la reputación es dinero. Cuanta más reputación tienes más dinero te pueden pagar".

Ricard Santomà, decano de Facultad de Turismo y Dirección Hotelera Sant Ignasi, concluyó la jornada apuntando que es impres-

cindible que el sector turístico y hotelero "se suba al tren del Big Data". A pesar de anunciar que probablemente todavía haya muchos interrogantes sobre la aplicación del Big Data al turismo, Santomà apuntó que "trasladar el Big Data al sector turístico y hotelero nos permitirá adelantarnos a las necesidades de nuestros clientes, conocer sus comportamientos y poder ofrecer mejores servicios. No podemos quedarnos fuera del futuro de la información. El reto reside ahora en conseguir que el Big Data no sea la parálisis por el análisis de los datos en las empresas".

Castilla y León convoca unas subvenciones por 1,5 millones

La Consejería de Cultura y Turismo ha convocado subvenciones por valor de 1,5 millones de euros en sendas anualidades de 750.000 euros en 2015 y 2016 destinadas a financiar actuaciones dirigidas a fomentar la calidad del sector turístico para elevar el nivel de las infraestructuras turísticas ubicadas en la Comunidad. Podrán obtener la condición de beneficiarios de las subvenciones las empresas turísticas establecidas en la Comunidad, ya sean personas físicas o jurídicas privadas.

Otro de los objetivos de estas subvenciones es fomentar la prestación de servicios turísticos con mayor valor añadido a través del fomento de una serie de actividades de interés general que se desarrollan bajo la iniciativa y responsabilidad del sector privado.

Según publica el Boletín Oficial de Castilla y León (Bocyl), podrán obtener la condición de beneficiarios de las subvenciones las empresas turísticas establecidas en la Comunidad, ya sean personas físicas o jurídicas privadas, que sean titulares de los establecimientos turísticos de alojamiento y de restauración, titulares de agencias de viajes y de las actividades de tu-

rismo activo, que se encuentren inscritas en el Registro de Turismo de Castilla y León.

También se podrán beneficiar las agrupaciones de empresas turísticas, ya sean personas físicas o jurídicas privadas o cualquier otro tipo de unidad económica o patrimonio separado que, aun careciendo de personalidad jurídica, puedan llevar a cabo los proyectos, actividades o comportamientos o se encuentren en la situación que motiva la concesión de la subvención, de las cuales al menos una esté establecida en la Comunidad.

En estos casos, cada miembro de la agrupación tendrá igualmente la consideración de beneficiario. No obstante, se deberá nombrar un representante con poderes bastantes, para cumplir las obligaciones que, como beneficiario, corresponden a la agrupación.

También entran en las ayudas las comunidades de bienes siempre que puedan llevar a cabo las actuaciones previstas en esta orden y en la correspondiente convocatoria y se encuentren en la situación que motiva la concesión de la subvención, cuando al menos uno de los miembros esté establecido en la Comunidad.

Renovado el convenio de colaboración entre el Ministerio de Industria y el ICTE

Ambas instituciones consideran que el Sistema de Certificación está plenamente consolidado y que hay que seguir apostando por la Q Calidad Turística como motor y emblema diferenciador.

El ICTE lleva 15 años otorgando la Q de Calidad Turística que aporta prestigio, diferenciación, fiabilidad y rigurosidad al avalar la superación de unas estrictas auditorías que garantizan la gestión, la profesionalidad en el servicio y el mantenimiento de las instalaciones. Desde el ICTE se trabaja para internacionalizar la marca Q ya que España es pionera en la certificación de calidad de servicios turísticos.

La Secretaria de Estado de Turismo, Isabel Borrego, y el presidente del ICTE, Miguel Mirones, han firmado la renovación del convenio de colaboración que ambas entidades mantienen desde el año 2000 en virtud del cual, el ICTE, en representación del sector turístico español, gestiona la marca Q de Calidad Turística.

El convenio establece un marco de acción concertada entre el Ministerio de Industria, Energía y Turismo y el ICTE. El objetivo es continuar con las labores de difusión, extensión, adecuación y gestión de los sistemas, procedimientos y procesos en el ámbito de la calidad del sector turístico, así como la promoción de la marca Q. Asimismo, el ICTE se compromete

a extender y difundir el Sistema de Calidad Turístico Español entre las empresas y administraciones del sector, encargándose también del apoyo técnico y la formación a las empresas y profesionales relacionados. Entre las actuaciones previstas para este año se encuentra una importante campaña de promoción a nivel nacional que se desarrollará entre la Secretaría de Estado, el ICTE, las comunidades autónomas y algunas de las empresas certificadas.

Durante la firma, la Secretaria de Estado de Turismo, Isabel Borrego, ha subrayado que "nuestro sistema de certificación turística, avalado por la marca Q, es un referente nacional e internacional, y muchos países han mostrado su interés en él. Hay que seguir en la búsqueda de la calidad

porque contamos con el mejor producto y la mejor materia prima: el capital humano".

Por su parte, el presidente del ICTE, Miguel Mirones, ha destacado que la Q es una marca de Estado que siempre ha contado con el apoyo de las administraciones nacionales y regionales. "El importante esfuerzo realizado por administraciones, empresarios y trabajadores no puede caer en saco roto. Hay que poner la vista en el futuro y pensar en un proceso de mejoras continuas y nuevos caminos de desarrollo" ha afirmado Mirones.

La renovación del convenio consolida un modelo de cooperación público-privada en torno a la calidad en la gestión y los servicios del sector turístico que ha perdurado durante 15 años y que hoy es un referente nacional e internacional.



La secretaria de Estado de Turismo, Isabel Borrego, y el presidente del ICTE, Miguel Mirones, firman la renovación del convenio de colaboración entre ambas instituciones para trabajar por la calidad del sector turístico español.

La Agencia Tributaria intensificará sus actuaciones para aflorar actividad sumergida

El objetivo es descubrir las rentas irregulares no declaradas

La Agencia Tributaria centrará sus actuaciones este año en varios ejes, entre ellos la economía sumergida, y dentro de este apartado

pondrá el foco en el sector servicios y las actividades turísticas para descubrir actividades y rentas ocultas. En este sentido, actuará so-

bre aquellos particulares que, de manera "opaca", ceden total o parcialmente viviendas por Internet u otras vías con fines turísticos.

La Agencia Tributaria reforzará este año sus actuaciones de control con el objetivo de aflorar una actividad no declarada que genera competencia desleal, perjudicando a las empresas y particulares que sí cumplen correctamente con sus obligaciones tributarias.

Estas actuaciones, junto a una intensificación de aquellas a realizar sobre la economía sumergida en colaboración con la Inspección de Trabajo, la captación en Internet de información tributaria relevante para las labores de control y la investigación de patrimonios en el exterior a partir de la información que ofrece la declaración de bienes y derechos en el extranjero, marcarán el Plan de Control Tributario 2015, cuyas directrices están publicadas en el Boletín Oficial del Estado.

Se realizarán actuaciones dirigidas al afloramiento de actividades y ren-

tas ocultas. Entre otros colectivos, se actuará en relación con particulares que ceden total o parcialmente viviendas por Internet u otras vías, así como sobre aquellas empresas que no cumplen debidamente con sus obligaciones fiscales. Todo ello, al tiempo que se seguirán reforzando las visitas presenciales para la detección de alquileres irregulares no declarados.

A su vez, la Agencia Tributaria impulsará también las actuaciones de control en aquellos casos en que aprecie la existencia de riesgos significativos de infradeclaración e la actividad.

Por otra parte, se analizará muy especialmente la posible utilización de programas informáticos ('software de doble uso') que alteren la facturación real, remuneren tiques y modifiquen los precios o, simplemente, permitan suprimir una parte de la facturación.

Estos comportamientos se consideran especialmente graves, dado que ponen de manifiesto la voluntad expresa y deliberada de defraudar a la Hacienda Pública mediante la infradeclaración de ventas respecto de los niveles reales de facturación, además de suponer una grave alteración de las condiciones generales de competencia.

Para garantizar una mayor efectividad de la acción inspectora, se planificarán actuaciones selectivas coordinadas a nivel nacional al objeto de combatir técnicas de ocultación de la actividad. Especialmente se actuará en relación con contribuyentes que realizan ventas finales al público por las mayores dificultades de contraste que tradicionalmente han tenido estas actividades.

Las actuaciones coordinadas se complementarán con comprobaciones inspectoras convencionales y

verificaciones formales en determinados sectores, contribuyendo así a la creación de conciencia entre los contribuyentes sobre la necesidad de desechar estas prácticas.

En 2015, la Agencia Tributaria seguirá potenciando la lucha contra la economía sumergida mediante las intervenciones presenciales con personal de auditoría informática que analizará y verificará los programas y archivos de los equipos electrónicos de los obligados tributarios.

Igualmente, se mantendrán actuaciones presenciales dirigidas a comprobar la efectividad del cumplimiento de la limitación de pagos en efectivo establecida en la ley antifraude de 2012 (Ley 7/2012) y se verificará in situ la situación censal de obligados tributarios respecto de los que existan indicios de deslocalización, o de simulación de actividad, para ocul-

tar la verdadera actividad o al verdadero titular de las rentas.

El rastreo del fraude en Internet
Paralelamente, la Agencia Tributaria hará frente a las nuevas formas de fraude que se producen en Internet, tanto mediante la captación y explotación de la información pública disponible en la red que permita descubrir actividades ocultas o bienes objeto de un comercio ilícito, como a través de actuaciones de control sobre aquellos fabricantes o prestadores de servicios que comercialicen sus bienes o servicios a través de Internet para garantizar la adecuada tributación en España de las rentas generadas en esa actividad económica.

La captación de información se realizará a través de una serie de herramientas informáticas que permitirán ordenar y sistematizar la información.

Los hoteleros españoles tachan al Gobierno de 'irresponsable' por el nuevo programa de turismo social

Desde CEHAT siempre se ha reivindicado el papel esencial que juegan los hoteleros españoles en este programa

El Ejecutivo ha planteado un diseño de programa que penaliza gravemente la partici-

pación de los hoteles de tres estrellas, cuando han sido este tipo de establecimientos

los que han sostenido este programa durante sus casi 30 años de existencia.

Los empresarios hoteleros españoles han querido mostrar su desacuerdo con el nuevo diseño que el IMSERSO ha realizado en los nuevos pliegos para la adjudicación del Programa de Turismo Social para Personas Mayores y Mantenimiento del empleo en Zonas Turísticas, como se denomina técnicamente el 'programa IMSERSO de vacaciones'.

El Ejecutivo ha planteado un diseño de programa que penaliza gravemente la participación de los hoteles de tres estrellas, cuando han sido este tipo de establecimientos los que han sostenido este programa durante sus casi 30 años de existencia. La preocupación entre los hoteleros es palpable, ya que muchos de ellos tienen toda su plantilla laboral de invierno organizada. Y es que en el nuevo concurso para la adjudicación de operador se premia a la candidatura que oferte un mayor número de plazas en hoteles de cuatro estrellas.

Pero además, en el diseño que han realizado los técnicos del IMSERSO no se ha tenido en cuenta ninguna mejora de la retribución hotelera ya que congela los precios de venta al público durante tres años por lo que "los hoteles de cuatro estrellas primados en este diseño tendrán que trabajar a menos de 20 euros por persona y día en pensión completa, cifras económicas que están fuera del mercado y que ge-

neran cuantiosas pérdidas al sector hotelero".

Los técnicos redactores han demostrado un absoluto desconocimiento de la industria hotelera, y "no han valorado lo suficiente el objetivo del mantenimiento del empleo en zonas turísticas, que es el principal objetivo que debe perseguirse. Si con el nuevo diseño hay hoteles que tienen que cerrar y plantear un ERE entre sus trabajadores, flaco favor está haciendo el Gobierno a los hoteleros que han apoyado este programa año tras año, trabajando a pérdidas. Es una gran irresponsabilidad".

El IMSERSO no ha comunicado esta importante variación de estrategia ni a CEHAT ni a ninguna de las organizaciones hoteleras que participan en las diferentes comisiones de seguimiento, por lo que "ha supuesto una auténtica y desagradable sorpresa", como ha indicado Juan Molas, presidente de CEHAT.

Los nuevos pliegos fueron publicados el pasado día 5 de febrero, y el plazo para presentar propuestas de adjudicatarios finalizó el día 17 de marzo. Desde CEHAT siempre se ha reivindicado el papel esencial que juegan los hoteleros españoles en este programa y la poca sensibilidad de la Administración Pública hacia ellos. "El Estado ingresa 1,50 euros por cada euro que invierte en el programa, las empresas de transporte mejoran sus

facturaciones y ahora se verán más beneficiadas por un petróleo a la baja, y los hoteleros cada año arrojan pérdidas en sus cuentas de explotación con el único objetivo de mantener es-

tables los puestos de trabajo a lo largo de todo el año".

Desde CEHAT no se renuncia a mejorar la retribución hotelera con cargo al usuario en venta de paquetes para la temporada 2015-

2016. Los jubilados españoles que viajan tienen capacidad económica para asumir entre siete y 14 euros más por paquete, que les garantizará un servicio y un producto de calidad.

Destinos	8 días (7 noches)		10 días (9 noches)		15 días (14 noches)		15 días combinados (14 noches)
	Temp. Baja	Temp. Alta	Temp. Baja	Temp. Alta	Temp. Baja	Temp. Alta	
Andalucía, Catalunya, Murcia y Comunitat Valenciana	166,03 €	203,02 €	212,72 €	256,09 €	308,24 €	365,40 €	
Andalucía, Catalunya, Murcia y C. Valenciana (sin transporte)	141,77 €	185,87 €	174,65 €	224,08 €	251,07 €	312,15 €	
Illes Balears	182,75 €	236,55 €	233,68 €	293,87 €	322,84 €	396,80 €	
Illes Balears (sin transporte)	141,77 €	185,87 €	174,65 €	224,08 €			
Canarias	314,23 €		387,44 €		551,94 €		585,90 €
Canarias (sin transporte)	185,87 €		224,08 €				
Circuitos Culturales 6 días (5 noches)	258,58 €						
Turismo de Naturaleza 5 días (4 noches)	253,97 €						

Precios de venta al público para las temporadas 2015-2016 y 2016-2017.

Si Colón levantase la cabeza...

Conflictos político-empresarial en torno al hotel RIU Oasis de Maspalomas

Les propongo un ejercicio: acudan a la hemeroteca de Canarias y resuman los dos últimos años de los principales hitos del conflicto po-

lítico-empresarial en torno al hotel RIU Oasis de Maspalomas. Además de entretenerse unas horas, el repaso a estos titulares los con-

ducirá a una primera conclusión, al menos es la que yo he obtenido: lo que tocan algunos políticos es resultado seguro de parálisis.



JORGE MARICHAL

PRESIDENTE DE ASHOTEL

Desde que el Cabildo de Gran Canaria iniciara los trámites para declarar BIC la zona donde se ubica este establecimiento turístico, en abril de 2013, con el consecuente freno a los planes de RIU para demoler el inmueble y construir uno nuevo hasta hoy, este asunto se asemeja a un guión de novela mala, de culébrón televisivo, si quieren. Tenemos a este importante grupo empresarial español volcado en la renovación de una

de sus instalaciones hoteleras de Gran Canaria y para la que está dispuesto a invertir una importante suma de dinero; tenemos también a quienes supuestamente deben agilizar los trámites burocráticos y velar por la legalidad vigente (las instituciones), pero que visto lo visto solo ponen obstáculos al proceso; y tenemos incluso al personaje histórico, Cristóbal Colón, que según algunos estudios recaló en esta zona de la isla, hoy declarada BIC, y al que deben estarle pitando los oídos en su tumba de la catedral de Sevilla.

Si el afamado descubridor de América levantara la cabeza, me da que no entendería nada del revuelo que su figura ha provocado en un espacio del sur grancañario. Posiblemente, a Colón le habría gustado disfrutar de unos días de descanso en un hotel totalmente renovado, como llevan años pretendiendo sus propietarios. Porque imaginen ustedes si los Reyes Católicos le

hubieran puesto tantas pegas a su misión: se habría quedado en el puerto de Palos de La Frontera, en Huelva, tomándose una cañita y unas gambas rojas y pensando "qué aburrido me tienen; me llevo la expedición a otro lado".

La cadena RIU tiene que estar harta de ver, además, los tejamanes que representantes públicos se han traído entre manos con este asunto y que han acabado en manos de la Fiscalía. Harta de la inacción, de las piedras en el camino, de comprobar que a pesar de seguir interesada en mejorar su establecimiento y no haber tirado la toalla muchos no entienden el flaco favor que están haciendo a las inversiones turísticas en las Islas.

Porque detrás de todo esto, desde mi punto de vista, solo hay intereses particulares de unos pocos empresarios a los que no les gusta la competencia; de algunos políticos que se someten a las presiones de aquellos pocos; de esos mis-

mos representantes públicos que no entienden aún -y mira que han pasado años- que vivimos del turismo, pero que no estamos solos en el mundo. Que si seguimos aburriendo a los inversores, a quienes eligen nuestro archipiélago para crear riqueza, se darán la vuelta en busca de otros lugares donde se les facilite esta labor que, al fin y al cabo, re-

percute en la sociedad y en el bien común.

Y cuando todos aquellos que quieren invertir nos den la espalda nos iremos a llorar al barranco. Entonces sí será verdad, y no ahora, el mantra que llevan repitiendo muchos acerca de que los hoteleros no creamos empleo. ¿De verdad es lo que queremos para Canarias?



El hotel RIU Oasis de Maspalomas.

La Hostelería firma su convenio estatal laboral

El V Acuerdo Laboral de Ámbito Estatal para el sector Hostelería (ALEH), ha sido firmado por Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), la Federación Española de Hostelería (FEHR), y representantes de las organizaciones sindicales, la Federación de Servicios para la Movilidad y el Consumo de la Unión General de Trabajadores (SMC-UGT) y la Federación de Servicios de Comisiones Obreras (CC.OO Servicios).

Este Acuerdo Laboral nació formalmente el 20 de febrero de 1995 con la constitución de la Comisión negociadora y fruto de la negociación colectiva en ámbito estatal del sector de Hostelería.

En esta ocasión, los encargados de suscribir este acuerdo como representantes de cada una de las organizaciones han sido José María Rubio, Presidente de FEHR; Juan Molas, Presidente de CEHAT; Miguel Ángel Cilleros, Secretario General de SMC-UGT y José María Martínez, Secretario General Servicio de CC.OO.

El nuevo ALEH V supone la renovación del marco convencional del sector hostelero por cinco años, reforan-

do así la voluntad de mantener un ámbito de negociación colectiva estable, ya que se trata de un instrumento de vital importancia tanto para los empresarios como para los trabajadores debido a las materias que regula, con la finalidad de dotar al sector de una estabilidad permanente.

Entre las principales novedades del texto encontramos sistemas de solución ante el bloqueo en los procesos de negociación colectiva, buscando evitar vacíos convencionales en la medida de lo posible. Se establece con ello la posibilidad de acudir voluntariamente a una mediación o arbitraje para las partes legitimadas, en convenios colectivos de ámbito inferior, que así lo demanden.

En cuanto al régimen disciplinario se han subsanado algunas incongruencias que se daban en el anterior ALEH. Ya que este acuerdo laboral nació hace diez años fruto de la negociación colectiva con el ámbito de la hostelería.

Aprovechando el encuentro, se ha realizado un compendio, en el que se recogen todas las publicaciones que se han dado hasta la fecha, referidas en el BOE.

Linguaserve suscribe un acuerdo de colaboración con CEHAT

Linguaserve, compañía especializada en traducción, servicios lingüísticos y soluciones multilingües de última generación, ha firmado un convenio de colaboración con la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT). CEHAT agrupa a los empresarios hoteleros (tanto hoteles independientes como cadenas hoteleras y apartamentos turísticos de todas las categorías) con el objetivo de representar, defender y promover sus intereses.

La cooperación alcanzada supone el alta de Linguaserve como Socio Colaborador en la Confederación y permitirá el desarrollo de distintas acciones estratégicas, para ofrecer los servicios de traducción de linguaserve a los establecimientos hoteleros de la CEHAT en condiciones especiales.

La firma de este protocolo de colaboración se enmarca dentro del firme compromiso de Linguaserve con el sector de hospitality (hostelería, restauración y turismo), considerando sus excelentes perspectivas de desarrollo en el futuro. Según un informe del World Travel & Tourism Council a lo largo de esta próxima década dicha industria generará uno de cada diez puestos de trabajo en todo el mundo lo que, en términos totales, implica más de

3.200 millones de empleos brutos (entre empleos directos, indirectos e inducidos). Su crecimiento se situará por encima del 4 por ciento anual hasta llegar a suponer el 10 por ciento del Producto Interior Bruto mundial.

A través de una institución del prestigio y representatividad de CEHAT (que cuenta con más de 14.000 establecimientos y 1,5 millones de plazas que se agrupan en 64 asociaciones de ámbito local, provincial y autonómico), Linguaserve reforzará su implicación con el sector de hospitality a partir del desarrollo de un conjunto de soluciones de Globalización, internacionalización, localización y traducción (GILT) específicamente concebidas para las necesidades de los operadores hoteleros que llevan a cabo su actividad en el mismo.

Como primer paso de este proceso de actuación, Linguaserve ofrece al sector de hospitality su solución ATLAS Real Time, un sistema de publicación web multilingüe en tiempo real de segunda generación cuyas características lo convierten en particularmente adecuado para los requerimientos de esta industria. ATLAS Real Time es la aplicación más avanzada y adaptable del mercado, que da servicio a las solicitudes del cliente para la traducción

en tiempo real (Real Time) o de forma muy rápida (Quick Time). Está integrado con la tecnología más avanzada para ofrecer un servicio de traducción automático y sencillo para el hotel que además permita reducir los costes y tiempos frente a los métodos tradicionales de traducción de contenidos estáticos.

Es una solución ideal para que los hoteles tengan su página traducida y actualizada en idiomas de países clave como pueden ser el inglés, francés o alemán, emergentes como puede ser el chino o locales como el gallego, el vasco o el catalán.

Información corporativa

Linguaserve es una compañía española especializada en proporcionar soluciones tecnológicamente avanzadas y servicios capaces de superar las barreras tecnológicas, lingüísticas, culturales, globales, locales y multimedia que tienen las empresas. Linguaserve implementa desarrollos tecnológicos para poner a disposición del cliente una plataforma basada en tecnología Internet para canalizar los servicios de traducción, localización y gestión de contenidos multilingües. Actualmente trabaja con más de 30 idiomas y cuenta con una amplia red de colaboradores homologados en todo el mundo.

Mayor profesionalización del sector en inversión y gestión

Jornada 10º Aniversario de Magma Hospitality Consulting

Con motivo de su 10º Aniversario, Magma Hospitality Consulting celebró el pasado jueves 26 de marzo, una Jornada conmemorativa con el título '10 años de análisis

del sector hotelero'. Se trataron temas como los 10 años de la hostelería en España analizados por Magma Hospitality Consulting, así como los 10 años de la gestión

y de la inversión hotelera también en nuestro país. El evento reunió a expertos representantes de cadenas hoteleras y grupos inversores relevantes del sector.

La crisis vivida durante los últimos años ha modificado positivamente algunos de los principales paradigmas que hasta ahora regían el sector hotelero, que ahora ha girado hacia una mayor profesionalización en inversión y gestión. Esta es una de las principales conclusiones que analizamos durante la jornada Magma HC "10 años de hostelería en España".

Estamos ante un nuevo modelo de inversión y de gestión que supone un cambio de rumbo hacia el modelo anglosajón, viniendo como veníamos de modelos ultrapatrimonialistas. Ahora con las SOCIMI (Sociedades Anónimas Cotizadas de Inversión Inmobiliaria) se separa la parte gestora de la patrimonial y se puede gestionar con una amplia variedad de contratos, ya sea alquiler variable, franquicia, gestión con amplias deducciones fiscales.

A ello debemos sumarle la aparición de nuevos fondos más sofisticados y con gente muy profesional. Fondos internacionales de mercados lejanos como el qatarí o el chino que compran en España porque ven una oportunidad, por resultados y por marca, que es lo que le da valor, ya que sólo asumen inversiones que sean rentables. Meridia Capital, que ha desinvertido en Latinoamérica para in-

vertir en España, y KKH Capital Group, con importantes inversiones en Barcelona serían algunos ejemplos de esta nueva realidad.

Según hemos podido observar, Las cadenas también se están profesionalizando, cuentan ahora con modelos más flexibles, ya sea en franquicia o en gestión". La franquicia, por ejemplo, es muy buena herramienta para reposicionar tu producto atrayendo nuevos mercados por la capacidad de las grandes marcas de atraer clientes, además de servirte como elemento de diferenciación de tu competencia, pero hay que estudiar detenidamente su viabilidad y si tiene sentido en el mercado.

En este nuevo paradigma, desde Magma HC vemos la figura del Asset Manager, muy habitual en los mercados anglosajones, va a ser un actor clave para el sector hotelero español que cada vez se muestra más líquido en rotación de activos que habrá que gestionarlos muy bien. El Asset Manager es un especialista que conoce bien ese activo, se sitúa entre propietario y gestor y comprueba que todo está funcionando bien.

Además, el posicionamiento de las grandes marcas internacionales harán que el mercado sea mucho más abierto, lo que implicará nuevos modelos de negocio.



Bruno Hallé, de Magma HC; Didier Boidin, de IHG; Javier Illa, del Grupo Inversor Hesperia; y Rodrigo Moscardó, de Iberostar.



Bruno Hallé y Albert Grau, socios-directores de Magma Hospitality Consulting.



El presidente de CEHAT, Juan Molas, durante las jornadas.

Juan Molas analiza a la hostelería durante 2015

El presidente de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), Juan Molas, fue el encargado de abrir las Jornadas en las que realizó una valoración del año. En este sentido, destacó tres puntos que marcarán el balance final del año: la caída del mercado ruso, donde se están registrando descensos de hasta el 70%; el impacto en destinos como Canarias y Costa del Sol, de la

situación convulsa que está viviendo el Norte de África y Oriente Medio; así como el desarrollo de la crisis griega, en donde se están realizando bajadas de precio, aunque dirigidas principalmente al mercado italiano, hecho que según palabras del presidente de la CEHAT, puede derivar en una pérdida de su mercado natural, el alemán, al buscar destinos alternativos, como por ejemplo España.

ITH impulsa el Hotel de Tercera Generación

Un alojamiento posible gracias a la aplicación de las últimas tecnologías

La aplicación del Internet of Everything (IoE) hace posible un entorno en el que el huésped del hotel elige, desde su dispositivo móvil, cómo

personalizar su habitación en función de sus gustos y preferencias. En este contexto, el ITH ha creado el Hotel de Tercera Generación, que

ya es una realidad plasmada en la primera habitación inteligente instalada en el Hotel Eurostars Barcelona Design de la cadena Hotusa.

La conectividad móvil ha cambiado la manera en la que nos relacionamos con los demás y teniendo esto como punto de partida el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) ha creado el Hotel de Tercera Generación, que dispone ya de la primera habitación inteligente. Esta habitación pionera se encuentra instalada en el Hotel Eurostars Barcelona Design y en ella, gracias a la aplicación del IoT, los huéspedes pueden crear sus propias experiencias; así los clientes de esta habitación inteligente pueden elegir, mediante una aplicación en su móvil, cuál es la experiencia que desean vivir de entre una amplia gama de experiencias disponibles.

Hoteles de Tercera Generación
Los conocidos como Hoteles de Tercera Generación tratan de dar respuesta a los clientes que es-

tán muy unidos al uso de la tecnología móvil. En este sentido, según indica CISCO, la conectividad no se va a ceñir a la relación persona a persona o máquina a máquina, sino que cada vez toma más protagonismo el Internet of Everything (IoE) que es la unión de personas, procesos, datos y cosas para hacer conexiones más relevantes y útiles para los usuarios.

Así, ITH ha trabajado durante los últimos años para hacer realidad un Hotel de Tercera Generación dirigido al cliente más conectado. Según Rodrigo Martínez de ITH, "hay tres tipos de turistas en base a su comportamiento en el proceso de búsqueda, planificación, compra y disfrute de la experiencia turística. Se trata de tres maneras de hacer turismo: el llamado turista de primera generación, que contrata sus va-

caciones con una agencia de viajes tradicional; el turista de segunda generación, que consulta las páginas web para surtirse de información sobre su viaje y que ocasionalmente contrata la habitación de hotel por esta vía; y el turista de tercera generación, que está muy conectado, sobre todo con su teléfono, que usa su teléfono móvil para muchos aspectos del viaje: consultar las redes sociales, reservar su hotel o el coche, así como para compartir su experiencia de viaje con los amigos".

El Hotel de Tercera Generación nace para dar respuesta a este tipo de huésped que busca experiencias adecuadas a sus gustos y preferencias. Alineado con este concepto, se acaba de presentar en Barcelona la habitación inteligente - desarrollada por la empresa

Broomx- en la que la conectividad hace realidad el concepto de Internet of Everything (IoE) permitiendo tres tipos de conexiones: de máquina a máquina, de persona a máquina y de persona a persona.

En la nueva habitación del Hotel de Tercera Generación se aplica el Internet of Everything (IoE) de manera que se permite al huésped hacer conexiones en red más relevantes y útiles para él. La nueva habitación inteligente puesta en marcha por Broomx y el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) ofrece un amplio rango de posibilidades para que el huésped haga el espacio suyo usando la nueva conectividad que le facilita el hecho de estar en un Hotel de Tercera Generación.

Gracias al uso del IoE el usuario interactúa con la tecnología de modo que se conecta con su

espacio inmediato y con el destino en el que se encuentra, pudiendo disfrutar de una experiencia integral. Así, la habitación se puede transformar de manera inmediata en el entorno que encaje más con sus preferencias, pudiendo vivir una experiencia en el mar, en la ciudad de origen del turista o incluso disfrutar del propio contenido de archivos multimedia del smartphone del cliente.

Según Diego Serrano, CEO de Broomx, "En la habitación inteligente aplicamos el Internet de Todas las Cosas (IoE) para crear espacios únicos, interactivos y conectados que permitan al usuario tener experiencias a la medida de sus gustos y preferencias. Y en todo el proceso de desarrollo de esta tecnología hemos contado con la experiencia y knowhow del Instituto Tecnológico Hotelero".



La primera habitación inteligente está en el Eurostars Barcelona Design.

La primera subasta de energía para hoteles se cierra con ahorros del 9%

En la subasta liderada por ITH participaron más de 70 establecimientos

Un total de 71 hoteles han participado en la primera subasta de energía eléctrica para hoteles liderada por el Instituto Tecnológico

Hotelero y en la que se consiguió un ahorro medio en la factura eléctrica del 9%. Para esta subasta ITH ha contado con el

apoyo de la empresa de Ingeniería Bioquat que fue la encargada de coordinar la subasta desde el punto de vista técnico.

Con el objetivo de aportar valor añadido al sector hotelero en el área de sostenibilidad, el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) ha liderado la primera subasta de energía para hoteles a nivel nacional. En dicha subasta, se ha negociado un total de 53GWh y se ha conseguido un ahorro medio de todo el grupo del 9%, beneficiándose la mayoría de los hoteles por los precios obtenidos.

La subasta se realizó el día 10 de marzo de manera virtual a través de una plataforma de subastas online independiente. Como paso previo a la participación en esta subasta, que se realizó el día 10 de marzo de manera virtual a través de una plataforma de subastas online independiente, los hoteles interesados se unieron en el primer Grupo de Compra Agregada de Energía para Hoteles. Así, a finales del mes de enero se llevó a cabo una reunión entre el ITH, la consultora Bioquat que asesora al ITH, y un colectivo de comercializadoras. Se

les presentó el grupo creado, el volumen total a comercializar y se les explicaron las características que tendría la subasta.

Más de 70 participantes

La primera subasta de compra de energía para hoteles ha sido un éxito, tanto por el número de hoteles que finalmente han aunado sus consumos para acudir juntos a dicha subasta (71), como por los resultados obtenidos en cuanto a reducción de precios (un ahorro medio del 9%). Con la intención de dar servicio a las diferentes características de los hoteles del grupo, mediante la subasta se han obtenido tanto precios fijos como precios indexados a mercado, de manera que todos los integrantes del grupo puedan acceder a precios competitivos, sean de la tarifa que sean, y que se ajusten a sus necesidades. En la subasta, la empresa que resultó ganadora en la modalidad de precio fijo fue Endesa, mientras que a precio indexado fue la comercializadora Factor Energía.

Además, y con el fin de seguir ayudando a los hoteles a mejorar su competitividad gracias a ahorros en los consumos de energía, ITH

tiene previsto organizar de manera similar un grupo de compra de gas natural. Los hoteles interesados en participar en esta nueva subasta

pueden ir consultando la información al respecto que se colgará próximamente en la página web del Instituto Tecnológico Hotelero.



Mediante la subasta se consiguieron grandes ahorros en la factura eléctrica.

La Comisión Europea crea la Plataforma Digital de Turismo

El lanzamiento de la Plataforma Digital de Turismo ha tenido lugar en un acto celebrado el pasado 27 de marzo en Bruselas. El ITH ha sido invitado a formar parte de la misma como referente sectorial en Innovación y Nuevas tecnologías a nivel europeo, junto a la Asociación Europea de Hoteles (HOTREC) y empresas como Amadeus o Tripadvisor. Con la puesta en marcha de esta plataforma, se pretende establecer una red de agentes públicos y privados que representen a todo tipo de actores relevantes en el ámbito del turismo, tanto tradicionales como digitales.

La nueva Plataforma Digital del Turismo nace por una propuesta de los asistentes a la reunión de trabajo celebrada el pasado día 1 de diciembre con motivo del Día Europeo del Turismo. Esta iniciativa pone de manifiesto que la Comisión Europea está trabajando activamente para incluir los intereses del sector turístico en la llamada "agenda digital", así como en desarrollar iniciativas a medida para los negocios que explotan las oportunidades tecnológicas.

Asimismo, la Comisión Europea reconoce la necesidad de modernizar la legislación que regula los negocios tan-

to online como offline. Para impulsar el conocimiento y la experiencia en este campo, la Comisión Europea tiene intención de reforzar el diálogo con stakeholders clave y buscar sus recomendaciones. Otra de las sugerencias de los participantes en las reuniones del Día Europeo del Turismo hace referencia a la necesidad de crear una visión común, promoviendo la digitalización del turismo de la UE y favoreciendo el intercambio de buenas prácticas.

Algunos de los temas a abordar por la nueva plataforma digital europea serán cuáles son las barreras más importantes para frenar la digitalización de las empresas turísticas o en qué clase de iniciativas debe involucrarse la Comisión Europea para apoyar la digitalización de los negocios del sector turístico.

La Plataforma Digital del Turismo se ha creado con la experiencia de otros foros como el Foro Estratégico de Emprendedores Digitales o de la Agenda Digital para Europa. Los resultados de esta nueva Plataforma Digital de Turismo serán incluidos en la serie de nuevas acciones que serán dadas a conocer por los nuevos comisionados del área del turismo.

Las soluciones de big data facilitarán la gestión turística

El pasado 12 de marzo tuvo lugar la jornada "Cómo integrar el BIG DATA en la gestión de los destinos". Esta iniciativa, que se enmarca en las llevadas a cabo por la Plataforma ThinkTur, contó con la presencia de expertos de la Universidad Rovira i Virgili, la Diputación de Tarragona, el Parque Científico y Tecnológico de Turismo y Ocio de Cataluña, Telefónica I+D, y el Consorcio de Desarrollo y Turismo de la Costa del Sol Occidental.

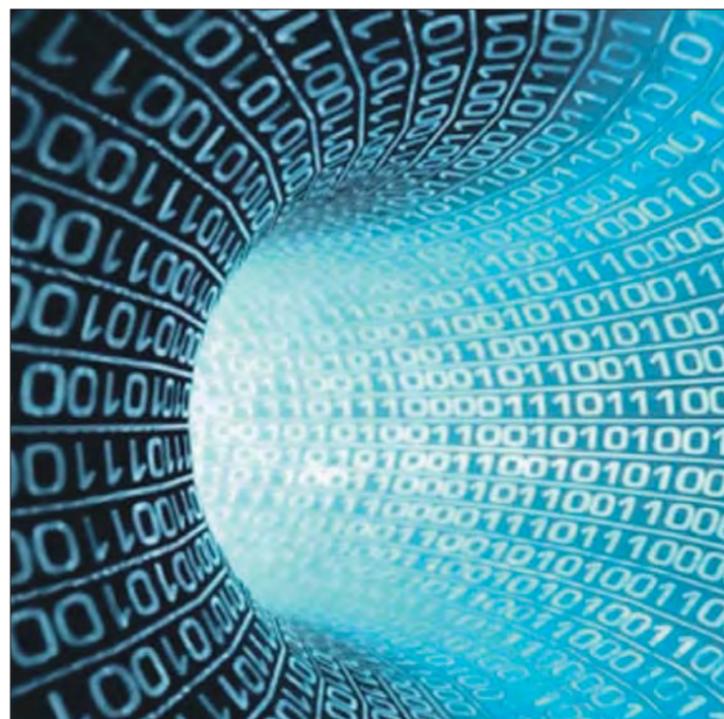
La jornada comenzó con la ponencia titulada "La Tecnología de los datos en la estrategia de los destinos" impartida por Antonio Guevara, coordinador del área tecnológica del Consorcio Desarrollo y Turismo de la Costa del Sol Occidental quien explicó que la Costa del Sol está llevando a cabo el Plan Qualifica para incrementar la competitividad y la innovación del destino. De todas las áreas de actuación destaca la destinada a mejorar la información turística mediante el uso transversal de las nuevas tecnologías de la información y la comercialización.

Después de esta ponencia se expusieron una serie de casos prácticos sobre la aplicación del Big Data al sector del turismo. El encargado de hacer la exposición de dichos casos prácticos fue Roberto Gonzáles, especialista tecnológico en innovación Telefónica

I+D, quien dio a conocer el Estudio "Big Data y turismo: nuevos indicadores para la gestión turística".

Además la jornada se completó con la realización de una sesión de trabajo sobre necesidades tecnológicas para la gestión del destino y los recursos turísticos coordinada por Jordi Calabuig, coordinador del Grupo

de Destinos y Recursos Turístico de la Plataforma Thinktur. Dicha sesión de trabajo se realizó aprovechando la reunión de la Asamblea del Grupo de Destinos y Recursos Turísticos de la Plataforma Tecnológica del Turismo (ThinkTur) en la que se trató sobre cuál será la estrategia de la innovación turística para los próximos años.



Jornada sobre cómo integrar el BigData en los destinos.

Casual Hoteles, Sidorme y MedPlaya, nuevos socios del ITH

El Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) cuenta con más de 200 socios. Recientemente se han adherido a la asociación tres cadenas hoteleras que confían en ITH para hacer frente a los desafíos que los avances tecnológicos suponen para los empresarios de la industria turística. Estas tres cadenas son Sidorme Hoteles, MedPlaya y Casual Hoteles.

Sidorme Hoteles: Low Cost Inteligente

Sidorme Hoteles es otra de las incorporaciones que recientemente se han unido al ITH. Esta cadena hotelera centrada en el innovador concepto del Low Cost Inteligente que se basa en simplificar al máximo el producto eliminando todo lo que sea prescindible para el cliente, de modo que se optimizan los servicios para reducir al máximo los costes operativos sin afectar a la calidad. Sidorme cuenta ya con es-

tablecimientos hoteleros en Figueras, Girona, Valencia, Albacete y Granada, así como otros tres hoteles en Barcelona y dos en Madrid. En la actualidad Sidorme Hoteles se encuentra en pleno proceso de crecimiento, ya que tiene previsto abrir al menos cuatro hoteles más en Madrid y Barcelona a lo largo de los dos próximos años.

MedPlaya: pioneros en reserva online
MedPlaya se ha incorporado

también a la serie de hoteles integrados en el ITH. Esta compañía fundada en el año 1967, fue una de las primeras cadenas hoteleras en ofrecer, en el año 1997, un sitio web desde donde reservar habitaciones.

En la actualidad MedPlaya administra 13 hoteles propios en la Costa Brava, Maresme, Salou y Costa del Sol y se gestionan el Hotel Flamingo Oasis de Benidorm y el Hotel Bella Vista de Sinemorets en Bulgaria. Desde MedPlaya hacen un

uso avanzado de las nuevas tecnologías, así por ejemplo emplean sistemas de gestión energética eficiente, sistemas de reconocimiento facial o monitorización y gestión de la reputación online.

Casual Hoteles: Wifi portátil

Esta cadena hotelera tiene como filosofía el ofrecer un alojamiento low cost de tipo temático. Creado tras 22 años de experiencia en el sector hotelero, esta cadena ofrece servicios como wifi gratuito de

60 Mb en el hotel y también acceso wifi en toda la ciudad.

El nuevo miembro de ITH es además una compañía socialmente responsable ya que el 10% de los beneficios logrados se reparte entre los empleados de la cadena. Asimismo desde la cadena hotelera se promueve la realización de actividades de Responsabilidad Social Corporativa como donación de material.

En la actualidad Casual Hoteles cuenta con hoteles en Valencia, Sevilla y Bilbao.



Sidorme Hoteles prevé abrir hoteles en Madrid y Barcelona.



Casual Hoteles tiene hoteles en Valencia, Bilbao y Sevilla.



Son 13 los hoteles que forman la cartera de la cadena MedPlaya.

ITH y Repsol buscan un hotel piloto para participar en un proyecto que ayude a ahorrar costes energéticos

Buscan alternativas como el gas propano

La iniciativa apuesta por incorporar soluciones basadas en el gas propano y tecnologías de alta eficiencia y sosteni-

bilidad, como alternativa a sistemas existentes menos eficientes. Este es el objetivo que tienen ITH y Repsol para bus-

car el hotel piloto y participar en un proyecto que puedan ahorrar costes energéticos.

El Instituto Tecnológico Hotelero y Repsol buscan un hotel piloto para participar en un proyecto dirigido a promover la eficiencia energética en establecimientos hoteleros. Con este proyecto ambas entidades tratan de poner en valor los ahorros potenciales en el coste energético que podrían tener las instalaciones que estén operando con energías y sistemas de baja eficiencia energética, de manera que, mediante el cambio a gas propano junto a soluciones de alta eficiencia energética, puedan optimizar sus sistemas de climatización y agua caliente sanitaria.

La propuesta de ITH y Repsol, que se basa en ofrecer una solución sencilla y eficiente energéticamente, requiere un bajo coste de inversión y de

operación y es especialmente adecuada para aquellos hoteles que no tengan acceso a la red de gas canalizado.

El proyecto de optimización energética en hoteles incluye promover el uso de aerotermia o geotérmica mediante bombas de calor a gas, así como el empleo de

cogeneración, calderas de condensación y quemadores de alta eficiencia o de hibridación con energía solar térmica; se trata en suma de evaluar las opciones que resulten interesantes para los hoteles participantes desde el punto de vista de la eficiencia energética, para poder ayudarles a

conseguir un ahorro en la partida de costes energéticos.

El objetivo de este proyecto piloto no sólo es ayudar a las instalaciones a conseguir una mejor eficiencia energética en sus dependencias, sino también contribuir a reducir su impacto ambiental.

En la actualidad el proyecto piloto se está desarrollando y está abierto a la incorporación de nuevas instalaciones hoteleras, por lo que todos los interesados en formar parte de esta iniciativa pueden conocer más información del proyecto en el link <http://bit.ly/1CbNyBE>.



El Hotel Vita Granada y el Hapimag Resort Paguera son dos casos de éxito de la implantación de sistemas de producción térmica con gas propano.

Éxito de la participación del ITH en la feria ITB de Berlín

El objetivo es promover la internacionalización del destino

ITH mantiene 31 reuniones con turoperadores y empresas turísticas para impulsar la internacionalización del des-

tino Rías Baixas con el objetivo de promover la internacionalización del destino. Fruto de estas reuniones se es-

pera que se pueda promover notablemente la presencia de turismo internacional en esta zona de Galicia.

Con el objetivo de promover la internacionalización del destino Rías Baixas en nuevos mercados, ITH junto con Turismo Rías Baixas ha estado presente este año en la mayor feria de turismo internacional, la ITB de Berlín. Esta participación se enmarca dentro de una línea de colaboración establecida entre la Escuela de Organización Industrial (EOI) y el ITH. Así, en esta edición de la ITB de Berlín, representantes del Instituto Tecnológico Hotelero y Turismo Rías Baixas mantuvieron reuniones de trabajo con 31 turoperadores y empresas turísticas europeas, con el fin de impulsar la promoción de la zona turística de las Rías Baixas en nuevos nichos de mercados y productos especializados. Fruto de estas reuniones se espera que se pueda promover notablemente la presencia de turismo internacional en esta zona de Galicia, ampliando así su presencia turística en mercados internacionales y mejorando su competitividad como destino.

Asimismo, el Instituto Tecnológico Hotelero estuvo presente en la feria internacional World Travel Market de Londres, celebrada en noviembre de 2014, manteniendo contactos con 21 operadores turísticos internacionales, con el cometido de dar a conocer el destino Rías Baixas a operadores turísticos interesados en

atraer turistas y abrir nuevos mercados hacia esta región.

Estas acciones se han llevado a cabo como continuación de la promoción de Rías Baixas iniciada con la celebración de la feria Travel Book Experience- TBEx, que reunió los días 15, 16 y 17 de octubre en Vigo (Pontevedra), más de 300 turoperadores, empresas, profesionales del turismo y entidades públicas, con

el objetivo de promocionar las Rías Baixas a nivel nacional e internacional, y explorar el potencial de las nuevas tecnologías y la innovación para promover sus atractivos turísticos en un mercado turístico conectado y móvil.

Foro referente a nivel mundial

Sin duda la promoción del destino Rías Baixas en el marco de la

ITB contribuirá mucho a consolidar la expansión internacional de este destino ya que la feria ITB de Berlín es uno de los certámenes turísticos más importantes del mundo. De hecho, este año la feria ha celebrado su 49 edición, y en ella han participado más de 10.000 expositores de alrededor de 190 países y regiones y ha habido más de 100.000 visitantes pro-

fesionales. ITB Berlín ha presentado toda la gama del sector turístico; desde los países, pasando por los destinos, los operadores turísticos, los sistemas de reserva, las empresas de transporte u hoteles. Así ITB se ha mostrado como una excelente oportunidad para descubrir nuevas tendencias, productos, conceptos y oportunidades de cooperación.



Durante la feria ITH ha contribuido a la promoción de Rías Baixas como destino turístico.

Instrumentos de Trabajo Nuestras Publicaciones no están en las salas de espera



NEXOTUR.com
AGENCIAS DE VIAJES
PERIODICO DIARIO ONLINE

CONEXO.net
REUNIONES E INCENTIVOS
PERIODICO DIARIO ONLINE

Nexobús.com
TRANSPORTE DE PASAJEROS
PERIODICO DIARIO ONLINE

NexoHotel.com
HOTELERIA Y ALOJAMIENTO
PERIODICO DIARIO ONLINE



NEXOTUR
AGENCIAS DE VIAJES
PERIODICO SEMANAL (50 EDICIONES)

CONEXO
REUNIONES E INCENTIVOS
PERIODICO MENSUAL (11 EDICIONES)

Nexobús
TRANSPORTE DE PASAJEROS
PERIODICO MENSUAL (11 EDICIONES)

CEHAT
HOTELERIA ESPAÑOLA
PERIODICO MENSUAL (10 EDICIONES)



Noticias con Q de Calidad
NOTICIAS CON 'Q' DE CALIDAD
MENSUAL (11 EDICIONES)

EL NOTICIERO OPC
ORGANIZADORES CONGRESOS
ANUARIO (1 EDICION)

DOSSIER NEXOTUR
CONVENIO LABORAL DE
AGENCIAS DE VIAJES

Futuralia
SOSTENIBILIDAD EN TURISMO
ANUARIO (1 EDICION)

ESPECIAL NEXOTUR
CONGRESO UNAV
ANUARIO (1 EDICION)

CONEXO
COYUNTURA REUNIONES
ANUARIO (1 EDICION)



RANKING
DE EMPRESAS TURÍSTICAS
PERIODICOS ANUALES (4 EDICIONES)

PROTAGONISTAS
DEL TURISMO EN ESPAÑA
PERIODICOS ANUALES (2 EDICIONES)

CIMET
CONFERENCIA IBERO-AMERICANA DE TURISMO

Turnexo
SALON PROFESIONAL
DEL AGENTE DE VIAJES

NexoBusiness
SALON DE CONVENCIONES,
CONGRESOS E INCENTIVOS

CONEXO
PALACIOS DE CONGRESOS
Y CONVENTIONS BUREAU



Premio Madrid Excelente
al Grupo Informativo
Nacional



Placa al Mérito
Turístico del
Estado Español



Premio Iberoamericano
de Periodismo
Especializado

De Profesional
a Profesional



Las Publicaciones del Grupo NEXO están en la mesa de trabajo de miles de Empresarios y de Profesionales

Nuestros estudios y artículos se esperan, se leen, son comentados, fotocopiados, recortados, se archivan y sirven como consulta



Nexotrans.com
TRANPORTE DE MERCANCIAS
PERIODICO DIARIO ONLINE

NexoLog.com
LOGISTICA DE TRANSPORTE
PERIODICO DIARIO ONLINE

Nexotrans
TRANPORTE DE MERCANCIAS
PERIODICO SEMANAL (50 EDICIONES)

Nexocar
INDUSTRIA AUXILIAR AUTOMOCION
PERIODICO MENSUAL (11 EDICIONES)



GOLD&TIME
JOYERIA Y GEMOLOGIA
PERIODICO MENSUAL (11 EDICIONES)

GOLD&TIME
JOYERIA, GEMOLOGIA, ORFEBRERIA
REVISTA SEMESTRAL (2 EDICIONES)

NEXOTIME & ALTA RELOJERIA
RELOJERIA E INDUSTRIAS AFINES
PERIODICO BIMESTRAL (6 EDICIONES)

EL ECO
FILATELIA Y NUMISMATICA
MENSUAL (11 EDICIONES)



G&T-Economía
PRECIOS DE GEMAS Y COYUNTURA
PERIODICO MENSUAL (11 EDICIONES)

GOLDTIME.org
JOYERIA Y GEMOLOGIA
PERIODICO DIARIO ONLINE

JOYAS DE AUTOR
DISEÑO DE JOYAS
PERIODICO MENSUAL (11 EDICIONES)

ART & VALUE
TASACION DE ALHAJAS
MENSUAL (11 EDICIONES)

PRODIAM
ENCUENTRO DEL DIAMANTE Y LAS PIEDRAS PRECIOSAS

IGE & MINAS
INST. GEMOLOGICO ESPAÑOL
MENSUAL (11 EDICIONES)



VOLVO EN RUTA
TRANPORTE MERCANCIAS
CUATRIMESTRAL (3 EDICIONES)

MAN people
TRANPORTE MERCANCIAS
TRIMESTRAL (4 EDICIONES)

MANmagazine
TRANPORTE MERCANCIAS
CUATRIMESTRAL (3 EDICIONES)

MAN WORLD
TRANPORTE MERCANCIAS
SEMESTRAL (2 EDICIONES)

AEA
ENGASTADO DE JOYAS
PERIODICO MENSUAL (11 EDICIONES)

SEMPSA
METALES PRECIOSOS
PERIODICO MENSUAL (11 EDICIONES)

SEDE CENTRAL DEL GRUPO:
LOPE DE VEGA, 13. 28014 MADRID
TELF. 91 369 41 00 (20 LÍNEAS)

NEXO
editores s.a.

FAX. 91 369 18 39
EMAIL: SECRETARIA@GRUPONEXO.ORG
WEB: WWW.NEXOTUR.COM

Ashotel insta a los empresarios del sur de Tenerife a no generar falsas alarmas sobre inseguridad ciudadana

La patronal hotelera anima a la Asociación de Playa de Las Américas y Costa Adeje a colaborar estrechamente con la Policía

Nacional si de verdad ve un incremento de los delitos, pero no generar falsas alarmas que crean inseguridades a los ciudadanos.

La Asociación Hotelera y Extra-hotelerera de Tenerife, La Palma, La Gomera y El Hierro, Ashotel, insta a algunos empresarios del sur tinerfeño, concretamente a la Asociación de Empresarios de Playa de Las Américas y Costa Adeje que preside Víctor Sánchez, a no generar falsas alarmas sobre inseguridad ciudadana en las zonas turísticas del sur de Tenerife.

Concretamente, Sánchez aseguró hace algunos días en el periódico Diario de Avisos que "algunos empresarios tienen miedo cada vez que abren sus negocios". Al respecto, el gerente de Ashotel, Juan Pablo González, lamenta que este dirigente empresarial acuda a algunos medios de comunicación para generar alarma entre la población y los turistas, cuando las estadísticas oficiales de organismos como la Subdelegación del Gobierno en Santa Cruz de Tenerife demuestran una bajada de los delitos por robo y hurto en las zonas turísticas.

En este sentido, Ashotel recomienda a este dirigente empresarial que colabore codo con codo con las fuerzas y cuerpos de seguridad en beneficio de esa seguridad que demanda, y que lo haga de forma prudente. "El trabajo bien hecho en este ámbito corresponde a una labor callada y discreta", asegura González, quien añade que "nuestro destino no gana nada si se genera intranquilidad que, además, no responde a la realidad".

"Este tipo de declaraciones públicas son irresponsables, más aún en medio de la temporada alta del turismo en las Islas", añade Juan Pablo González.

La patronal hotelera de la provincia tinerfeña ha constatado a través de sus asociados un descenso de los robos y los hurtos al descuido tanto en los establecimientos hoteleros como en otras zonas de influencia turística. Esta percepción se lleva a cabo a través del canal

de información interna que Ashotel tiene con las comisarías de Playa de Las Américas y Puerto de la Cruz. Esta vía de información permite a los responsables de hoteles y apartamentos comunicar directamente posibles incidencias producidas en sus instalaciones y zonas aledañas, y que han descendido considerablemente en lo que va de año.

Ashotel ya aplaudió públicamente a principios de año los esfuerzos que viene realizando la Policía Nacional por mejorar la seguridad ciudadana en las áreas turísticas del sur de Tenerife.

Esta colaboración ha permitido reducir el número de robos en hoteles y apartamentos, así como disuadir a los grupos delictivos de merodear por los establecimientos, gracias a los esfuerzos en la vigilancia pública y a la citada comunicación fluida entre Ashotel y la Policía Nacional.

Hostelería de Cantabria y Bureau Veritas firman un acuerdo de colaboración

El director general de la Asociación Empresarial de Hostelería de Cantabria (AEHC), Pedro Vega-Hazas, ha firmado en la sede de Las Carolinas, en Santander, el acuerdo de colaboración con Andoni Basarte, director regional de la zona norte de Bureau Veritas, a través del que las empresas asociadas podrán beneficiarse de descuentos en los servicios que ofrece esta compañía.

Con la firma de este acuerdo de colaboración con la Hostelería de Cantabria, Bureau Veritas se suma al resto de empresas que patrocinan la actividad de la Asociación, que cuenta con más de 2.000 empresas asociadas. Son El Dromedario, Solares, Camarsa, Panusa, Sedano, El Diario Montañés, Hogar-Hotel, Lavandería

Alba, Sercosan, Sealco, Bacter, Prodanor y AJM Asesoría & Proyectos Energéticos.

Bureau Veritas es la compañía líder mundial en servicios de Evaluación de la Conformidad, Inspección, Certificación y Formación en las áreas de Calidad, Seguridad y Salud, Medio Ambiente y Responsabilidad Social (QHSE).

Creada en 1828, Bureau Veritas está presente en 140 países mediante una red de 1.400 oficinas y laboratorios, y cuenta con más de 61.600 trabajadores y una base de clientes que supera los 400.000. En Cantabria tiene presencia desde hace más de 40 años.

Bureau Veritas es una sociedad que cotiza en la bolsa de Euronext París y pertenece al Next 20 index.



Pedro Vega y el director regional de Bureau Veritas en la zona norte, Andoni Basarte.

La Asociación de Hostelería Valladolid nombra nueva Junta Directiva

Tras la reunión mantenida por la Junta General de la Asociación de Hostelería de Valladolid, ha quedado determinada la composición de la Junta Directiva de para el período 2015.

Presidente: Jaime Fernández Lafuente.

Vicepresidente primero: Amalio del Pozo.

Vicepresidente segundo: Víctor Martín.

Secretario: Carlos Castro.

Vocal restauración: Jesús Sanabria.

Vocal Cafeterías: Pablo Pérez.

Vocal Café-Bares: José Fuentes.

Vocal Bares Musicales: Julián Gómez.

Vocal Discotecas: José María Moreno.

Vocal Hoteles: Desiderio Esteban.

Vocal Hostales: Ana María Hernantes.

Vocal Alojamientos Especiales: Gonzalo González.

Censores: Javier Fadrique y José Luis Vaquero.



Hostelería de Valladolid
ASOCIACIÓN PROVINCIAL DE EMPRESARIOS

Gas Natural Andalucía y AEHCOS apuestan por un mejor desarrollo energético sostenible

Gas Natural Andalucía con el objetivo principal de promover un desarrollo energético sostenible en su ámbito de distribución, ha suscrito un acuerdo de colaboración con la Asociación de Empresarios Hoteleros de la Costa del Sol (AEHCOS). De esta forma desea convertirse en el referente energético de los asociados, y dar soporte a los objetivos que sean de interés común.

José Carlos Escribano, presidente de AEHCOS, y el delegado de Gran Consumo de Gas Natural Andalucía, Francisco Torres, han considerado de mutuo interés establecer este convenio de colaboración. AEHCOS valora mucho, la autonomía y buena solución técnica de la demanda energética en su operativa diaria y en sus edificaciones, así como la garantía de que los servicios básicos de calefacción y agua caliente sanitaria funcionen perfectamente y con eficiencia para garantizar el bienestar de sus huéspedes.

La Agencia Internacional de la Energía certifica, basándose en los estudios realizados y la importante relación existente entre la energía y el medio ambiente, que el gas natural es la energía convencional más limpia y menos contaminante, las posibilidades de integración armónica del gas natural con las energías renovables, así como la disponibilidad de su infraestructura de suministro, permiten una aportación relevante al desarrollo económico con elementos de sostenibilidad y cuidado del medio ambiente.

En este sentido, el acuerdo entre ambas entidades, está orientado a mejorar el consumo eficiente de las empresas asociadas, más de 350 hoteles, pensiones y apartamentos turísticos de la provincia de Málaga. Este objetivo, se pretende cumplir mediante la organización de Jornadas Técnicas, estudios técnicos conjuntos, así como el desarrollo de actividades y servicios vinculados al sector de la eficiencia energética y buenas prácticas en los usos del gas natural.

Gas Natural Andalucía por su parte, con el fin de facilitar la integración técnica del conjunto de instalaciones de gas, aportará al asociado de AEHCOS que así lo requiera y que estén ubicados en el ámbito de distribución de Gas Natural las siguientes servicios:

-Estudios comparativos en aspectos técnicos, económicos y medioambientales para la trans-

formación a gas natural de instalaciones en edificios que empleen otros combustibles.

-Asesoramiento en los diferentes usos del gas natural para la dotación energética de los edificios así como las aplicaciones disponibles de alta eficiencia energética a gas.

-Asesoramiento técnico sobre nuevas aplicaciones del gas natural especialmente indicadas para la calefacción, climatización, microgeneración entre otros usos.

-Presencia en Jornadas relacionadas con los usos del gas natural organizadas por AEHCOS donde se explicarán las mejores aplicaciones y tecnologías disponibles.

-Ambas partes se comprometen también a estudiar conjuntamente cualquier innovación tecnológica en la aplicación y usos del gas natural que pueda ser de interés en las actuaciones promovidas por los asociados de AEHCOS.



El presidente de AEHCOS y el representante de Gas Natural Andalucía.

Garantía

es saber que tus vacaciones
empiezan y acaban con una sonrisa



3

3 Meses
sin intereses*

902 400 454
viajeselcorteingles.es

VIAJES **El Corte Inglés**
Una sonrisa de ida y vuelta

* No aplicable sobre importes de tasas de embarque ni cuota de servicio / propinas. Intereses subvencionados por Viajes El Corte Inglés, S.A. Financiación sujeta a aprobación de Financiera El Corte Inglés E.F.C., S.A. Recibo mínimo de 30€. Gastos de gestión financiados en función del importe de la venta: desde 3€ hasta un máximo de 12€. Ejemplos a 3 meses sin intereses: Importe: 300€, 101,67€/mes, TIN 0%, IAE 10,44%, gastos de gestión 5€, importe total del crédito/adeudado 305€. Importe: 3.000€, 1.004€/mes, TIN 0%, IAE 2,42%, gastos de gestión 12€, importe total del crédito/adeudado 3.012€. Consulta condiciones. C.I.C.MA 59, HERMOSILLA 112 - MADRID

'Ávila en tu bolsillo', una guía básica para orientar al visitante

El Ayuntamiento ha colaborado con la edición de los 1.500 ejemplares

El sector hostelero abulense quiere completar su trabajo y ofrecer un mejor servicio al visitante y más en un año en el que la ciu-

dad está inmersa en el V Centenario del Nacimiento de Santa Teresa. Por ello, han creado una guía básica para el visitante.

Con este motivo han creado desde la Federación de Hostelería integrada en Confae (Confederación Abulense de Empresarios) y con la ayuda del Ayuntamiento de la ciudad una guía básica en pequeño formato que lleva por título 'Ávila en tu bolsillo' con la que tratarán de guiar al turista en su visita.

Desde la Federación Abulense de Hostelería - CONFAE trabajan permanentemente por dotar a las empresas asociadas de herramientas que ayuden a ofrecer sus servicios con la mayor calidad posible para dar plena satisfacción a sus clientes. En un sector tan directamente relacionado con el turismo como el hostelero, es un hecho que los hoteles son siempre un punto de referencia e información para turistas y visitantes. En la idea de que las empresas y quienes trabajan en ellas dispongan de más capacidad y medios para dar una res-

puesta adecuada. La Federación Abulense de Hostelería, pone gratuitamente a disposición de sus hoteles asociados "Ávila en tu bolsillo", un sencillo folleto informativo que contiene de modo muy breve los principales monumentos de Ávila y algunas notas de interés sobre ellos y sobre la ciudad y que puede ayudar a los trabajadores que en las recepciones, las mesas y las barras tienen contacto directo con los turistas cuando les pidan esta información. De esta manera se ayuda a mejorar la imagen de las empresas y a que aumente la calidad percibida y se mejore la ciudad de Ávila como destino turístico.

Javier Marfull, secretario de la Federación Abulense, anunció en la presentación de la Guía, que se está trabajando para ofrecer a los establecimientos hosteleros abulenses la posibilidad de traducir sus

cartas a alguno de los idiomas que deseen, fundamentalmente inglés, para que puedan estar a disposición de los turistas extranjeros.

Durante los últimos meses, desde la Federación se está impartiendo formación alrededor de temas como el café, cerveza, maridajes, vinos o catas comentadas, tanto en Ávila capital como en la provincia, lo que, según ha explicado, "dice mucho de un sector que está en continuo movimiento, uno de los objetivos de esta Federación". Una formación que ha continuado durante el mes de marzo, acercando al sector, entre otras materias, a la nueva normativa sobre etiquetado aunque, según se ha señalado, "la mayoría de los profesionales de hostelería conoce los alérgenos alimentarios y está preparado para cumplir esta nueva regulación.

Caritas y Hostelería de Granada promueven la Ración Solidaria

Cáritas Diocesana de Granada consciente de la situación socio-económica por la que está atravesando la sociedad en general y en especial las personas que asiste a través de sus diferentes programas y las Cáritas Parroquiales de la diócesis granadina, busca encontrar fórmulas que inviten a la participación de empresas, entidades, organismos y ciudadanía, en el trabajo en red para poder salir todos juntos de la crisis. Desde la unión fraternal y apostando por la cohesión social para que nadie quede excluido y abandonado a su suerte en el camino.

Es por ello que Cáritas Diocesana y la Federación de Hostelería y Turismo de Granada, con la voluntad de colaborar en el desarrollo de iniciativas que impulsen la responsabilidad social corporativa y la promoción e inserción de personas provenientes de colectivos en situación de vulnerabilidad social, firman el presente convenio marco, en virtud del cual llevarán a cabo las actuaciones que estimen oportunas a lo largo del año. Promoviendo en esta ocasión, la puesta en marcha de la 1ª Edición de la "Ración Solidaria", iniciativa que sitúa en el há-

bito del ocio cotidiano una forma sencilla de ayudar a los que peor lo están pasando.

Para ello lanzan un llamamiento a los empresarios del sector y la ciudadanía en general, para que colaboren con la propuesta, ejerciendo la solidaridad que tanto les caracteriza. Aquellos establecimientos adheridos a la campaña ofrecerán a sus clientes durante los meses de Abril, Mayo y Junio, una "Ración Solidaria" de cuyo coste, un euro irá destinado a Cáritas.

El personal del establecimiento entregará a los clientes que soliciten la ración un ticket justificativo de su participación en la iniciativa. La recaudación obtenida irá destinada a satisfacer las necesidades de alimentación de las familias granadinas a través de Economato Solidario y a la promoción laboral de personas desempleadas a través de su Programa de Empleo.

A partir del 15 de Abril se ofertarán en los distintos establecimientos adheridos a la iniciativa, las "Raciones Solidarias" seleccionadas. Degustar una "Ración Solidaria" es sin duda una manera sencilla de ayudar a quienes más lo necesitan.

Feria de Zaragoza y Horeca se unen para promocionar el turismo de la ciudad

A través de la firma del acuerdo ambas entidades, deciden estrechar los lazos de colaboración que se mantenían con el objetivo de alcanzar una mayor dinamización del sector turístico de Zaragoza.

De esta manera se unen las fuerzas de Horeca y Feria de Zaragoza, con el objetivo, por una parte de incrementar el número de eventos que tiene la ciudad y por otra mantener los hasta ahora existentes.

Feria de Zaragoza realiza una especial contribución a la economía de la ciudad, y al sector turístico en particular, como foco de atracción de clientes del segmento de negocio. Asimismo, el sector hostelero tiene una especial trascendencia en la consecución de un alto grado de satisfac-

ción de las personas que visitan la ciudad, aportando un elemento clave para el desarrollo de este tipo de eventos. Por todo ello, se ha considerado prioritario para ambas entidades sumar el know how y aportar los recursos propios de cada una de las organizaciones, para la consecución del importante número de objetivos comunes que les unen.

Feria de Zaragoza y la Asociación de Hoteles de Zaragoza, prescribirán los servicios que presta cada una de las entidades, del mismo modo que se mantendrán reuniones periódicas en las que será posible compartir propuestas que redunden en el mejor desarrollo de la actividad económica del sector turístico que favorezca al conjunto de la ciudad.



Firma del acuerdo entre ambas entidades.

Horeca celebra su XXXVIII Asamblea General Anual en El Puerto de Santa María

La Bodega San José en El Puerto de Santa María (Cádiz), acogió la XXXVIII Asamblea Anual de la Asociación, donde entre otros temas fueron aprobadas la gestión y las cuentas del año 2014 y se aprobó el presupuesto para el 2015, realizándose a continuación elecciones a la Junta Directiva, de las que resultaron elegidos:

Vocales de la Asociación Provincial de Hoteles, José Ruíz Ayuso del Hotel Barrosa Palace, Chiclana de la Fra; Emilio Vilorio del Hotel Aldiana Alcaldesa, La Línea de la Concepción; Susana Ruíz Alborán de Hoteles Alborán, Algeciras; y Francisco García García Quirós del Hotel Santa María de El Puerto de Santa María.

Vocal de la Asociación Provincial de Restaurantes y Cafeterías, Francisco Custodio Rosso, del Restaurante Los Portales de El Puerto de Santa María

Vocales de la Asociación Provincial de Cafés-Bares y Tabernas, Pablo Bonilla Sánchez, del Bar Nahú Centro, Cádiz; Francisco Díaz Montes del Bar-Cafetería Don Tapa, Jerez de la Frontera; Jesús Macías Barba del Bar Glorieta, Cádiz; y Luis Rubén Romero Ramírez del Bar Las Vides, Jerez de la Frontera.

Presidente de la Asociación de Campamentos de Turismo y Ciudades de Vacaciones, José Luis Rodríguez Trejo, del Camping Caños de Meca.

Vocal de la Asociación de Campamentos de Turismo y Ciudades de Vacaciones, Patricio Castro

Morillo, del Camping Pinar de San José, de Caños de Meca.

El número de asistentes a los actos se cifra en más de 300 empresarios, celebrándose con éxito la Feria de muestras de hostelería, en la que estuvieron presente los Clusters de Quesos de la Sierra, de la Carne del Retinto y los productos relacionados con el mar, que sorprendieron de manera muy positiva a los empresarios por la variedad, calidad y apuesta de futuro; tras ésta tuvo lugar un almuerzo de hermandad, donde se procedió a la entrega de las distinciones del 2015.

Insignias de Oro a Asociados, por toda una vida dedicada a la Hostelería a su jubilación

Olimpio Fabreiro Campos, del establecimiento Bar La Rambla, Cádiz; Juan José Galnares González, del establecimiento Marisquería y Cervecería El Bogavante, Cádiz; Miguel Macías Toledo, del Bar Marbella, Cádiz; Rafael Grimaldi Domínguez, del Bar El Telescopio, Cádiz; Guillermo Faulimé Longobardo, del Mesón Ibérico La Albariza, Cádiz; José María Fernández Lozano, del Camping Fuente del Gallo, Conil; y Faustino Rodríguez Marín, del Bar Juanito, Jerez de la Frontera.



La Asamblea de Horeca apoya el presupuesto para el 2015.



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**

