



CEHAT

Estamos
en FITUR
stand
14B3335

DIRECTOR: Valentín Ugalde
FEBRERO 2008 / Nº 35 / AÑO IV

CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOTELES Y ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

UNA PUBLICACIÓN
DEL GRUPO

CEHAT presenta el primer Observatorio de la Industria Hotelera Española

Este informe muestra una previsión de estabilidad para el primer cuatrimestre de 2008

El Observatorio elaborado por CEHAT y la consultora PriceWaterhouseCoopers se compone de dos índices: el OHE Hotelero, elaborado a partir de consultas a las Asocia-

Dentro del OHE Hotelero elaborado a partir de consultas a las Asociaciones de CEHAT, se incluyen ocho categorías: número de pernотaciones, oferta de plazas, estancia media, precio medio, rentabilidad, contratación a través de distintos canales de intermediación, promoción de las Administraciones públicas y publicidad de las empresas. De todas ellas, destacan los resultados obtenidos para este primer cuatrimestre en las categorías que se refieren a la evolución del número de plazas hoteleras, el precio medio y la rentabilidad.

En primer lugar, respecto al número de plazas hoteleras en

España, la mayoría de las asociaciones consultadas creen que aumentará, excepto en zonas tan significativas como las islas de Palma de Mallorca, Fuerteventura o Lanzarote, donde se estima que la oferta de plazas disminuirá debido, entre otros factores, a la reconversión hotelera.

Además, según el informe "se prevé un aumento del número de plazas de categoría superior y un descenso de las de categorías inferiores" y se apunta a una "especialización del mercado" con los nuevos hoteles temáticos, de salud y belleza o destinados a los congresos. A continuación, en el Observatorio se

indica que la mayoría de los establecimientos "creen que no van a poder aumentar el precio por encima de la inflación, por lo que éstos se mantienen", una previsión que ha sido calificada por CEHAT como "poco halagüeña" ya que con cifras de inflación "en torno al 4,2% o 4,3%, va a ser muy difícil mantener los precios". Por último, en el apartado correspondiente a la rentabilidad, los datos del informe muestran que la mayoría de los consultados creen que la rentabilidad decrecerá durante los primeros cuatro meses del año, ya que existe "un importante aumento de costes que no se puede repercutir". Sobre este pun-

to, CEHAT señala la necesidad de "no permitir nuevos costes como cánones o tasas medioambientales que comienzan a ahogar al Sector en un momento en el que se estaba recuperando después de los atentados de Nueva York y Madrid". En la presentación del Observatorio de la Industria Hotelera, desde CEHAT se han destacado negativamente los últimos acontecimientos económicos, como la reciente caída de la Bolsa en España y se ha apuntado que desde la Confederación se muestran "moderadamente optimistas aunque preocupan los índices macroeconómicos".

Observatorio / Pág.12 y 13



Emérito Astuy

NOTICIAS EN BREVE

'Tenemos una amplia oferta de formación'

El presidente de la Asociación Empresarial de Hostelería de Cantabria (AEHC), Emérito Astuy, hace hincapié en la necesidad de contar con profesionales bien formados en el sector. **Presidentes / Pág. 8**

Uso inmobiliario o uso turístico

En la Tribuna Jurídica de Garrigues se analiza el arrendamiento de viviendas particulares para uso turístico, el marco jurídico y los perjuicios que esta práctica puede causar. **Pág. / 26**

La FOE celebra un nuevo congreso

Con motivo del trigésimo aniversario de la FOE, alrededor de 500 empresarios se han dado cita en Punta Umbría en el nuevo Congreso Provincial que ha tratado sobre los retos y oportunidades de la globalización. Entre ellos se encontraba el presidente de CEHAT, Juan Molas.

En anteriores encuentros, se analizaron diversos temas como el asociacionismo empresarial, el análisis de las medidas dirigidas a favorecer la actividad de las pymes, el nuevo modelo de desarrollo del turismo o la apuesta por el desarrollo local dentro del sector.

Actualidad / Pág.6

CEHAT contribuye a bajar las comisiones de las tarjetas

El ahorro de los hoteles por las comisiones soportadas correspondientes al pago con tarjetas de crédito se ha consolidado en el último año y esta partida ha vuelto a descender, como ya lo hiciera en 2006, gracias al acuerdo suscrito por la Confederación Española de Hoteles (CEHAT) y otras asociaciones comerciales, con las principales entidades emisoras de tarjetas de crédito. Esta nueva disminución ha sido posible tras la firma del convenio que tenía como fin reducir paulatinamente los altos costes de las comisiones de las tarjetas de

crédito. En este sentido, la CEHAT ha velado por el cumplimiento del compromiso adquirido para garantizar que la reducción progresiva de las tasas de intercambio se traslade a los hoteles y alojamientos turísticos. En 2007, las comisiones se han situado en un 1,22% confirmando la reducción progresiva desde 2005. Hace dos años ascendían a 1,76%; en 2006 se situaban en 1,41% y en el 2007 cerrarán en el 1,22% lo que supone un 14% menos con respecto al año anterior y un 31% menos en relación a 2005. **Economía y Finanzas / Pág.28**

Jornadas del ICEX en Dubai y Abu Dabi

El Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX), en colaboración con CEHAT y la Cámara de Comercio de Palma de Mallorca han organizado para este mes unas jornadas técnicas de trabajo en Dubai y Abu Dabi con el objetivo de que los hoteleros españoles puedan conocer las oportunidades de negocio que existen en estos dos emiratos. En este viaje se ofrecerá a los participantes información general y específica sobre el mercado de estos dos países, los proyectos, las inversiones así como el entorno legal y tributario. También se producirán contactos con promotores e inversores. **Internacionalización / Pág.29**



Espacio privado en www.cehat.com

El área privada de la nueva página web de CEHAT, www.cehat.com, contiene información útil para los asociados como los convenios o acuerdos a los que está suscrita la Confederación. **Pág. / 14**

SUMARIO

Editorial / Tribuna.....	3
Asociaciones.....	9-11
Tribuna Jurídica.....	26
Internacionalización.....	29
Socios Colaboradores.....	38

Momentos patrocinados por Cepsa

Día a día, en su hotel, cada uno de sus clientes disfruta de especialísimos momentos en los que tranquilidad y confort son protagonistas.

Y todo, gracias al calor de Gasóleo Calefacción Cepsa.

Llame ahora al 91 337 94 92 y disfrute.



CONFEDERACION

española de hoteles y alojamientos

CEHATurísticos

AREA TEMÁTICA: ATENCIÓN AL CLIENTE

CALIDAD DEL SERVICIO EN HOSTELERÍA	125 H (D)
RECEPCIÓN HOTELERA EN GENERAL	30 H (F)
ATENCIÓN AL CLIENTE Y CALIDAD DE SERVICIO EN GENERAL	30 H (F)
R. PÚBLICAS Y PROTOCOLO EMPRESARIAL	30 H (F)
PROTOCOLO APLICADO A LA HOSTELERÍA	125 H (D)

AREA TEMÁTICA: IDIOMAS

INGLÉS	40 H (F)
INGLÉS	80 H (T)
INGLÉS APLICADO A LA HOSTELERÍA	125 H (D)
INGLÉS BÁSICO EN HOSTELERÍA	100 H (D)
INGLÉS MEDIO EN HOSTELERÍA	125 H (D)
ALEMÁN	40 H (F)
ALEMÁN APLICADO A LA HOSTELERÍA	125 H (D)
ALEMÁN BÁSICO EN HOSTELERÍA	100 H (D)
ALEMÁN MEDIO EN HOSTELERÍA	125 H (D)
ITALIANO	40 H (F)
FRANCÉS	40 H (F)
FRANCÉS MEDIO EN HOSTELERÍA	100 H (D)
CASTELLANO-ESPAÑOL	30 H (F)
INDICACIÓN AL PORTUGUÉS	80 H (D)
CATALÁN	30 H (F)
INGLÉS NIVEL INTERMEDIO	100 H (T)
ALEMÁN NIVEL INTERMEDIO	120 H (F)
INGLÉS NIVEL INTERMEDIO	120 H (F)

AREA TEMÁTICA: NUEVAS TECNOLOGÍAS

GRÁFICA: HOJAS DE CÁLCULO	30 H (F)
LA BASE DE DATOS APLICADA A LA HOSTELERÍA	125 H (D)
GRÁFICA: BASES DE DATOS	30 H (F)
INTRODUCCIÓN A LA INFORMÁTICA	40 H (F)
GRÁFICA: INTERNET	30 H (F)
WORD XP	125 H (D)
INTERNET	125 H (D)
EXCEL XP	125 H (D)
GRÁFICA: NICOL	125 H (D)
GRÁFICA: PROCESADORES DE TEXTOS	30 H (F)
INFORMÁTICA DE USUARIO: S. OPERATIVOS	30 H (F)
GESTIÓN INFORMATIZADA DE CONTABILIDAD	
CONTAPLUS	125 H (D)
GRÁFICA: DISEÑO DE PÁGINAS WEB	30 H (F)
GRÁFICA: APLICACIONES PARA PRESENTACIONES EN PÚBLICO	30 H (F)
PHOTOSHOP	125 H (D)
PHOTOSHOP	80 H (T)
GESTIÓN DE NÓMINAS Y SEGUROS SOCIALES	
NOMINPLUS	125 H (D)
PHOTOSHOP Y DISEÑO DE PÁGINA WEB	130 H (T)

AREA TEMÁTICA: PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES	40 H (F)
PREVENCIÓN DE INCENDIOS	30 H (F)
DISEÑO E IMPLANTACIÓN DEL PLAN DE PRL	125 H (D)
PREVENCIÓN DE INCENDIOS NIVEL I	10 H (F)
TEC. BÁSICO EN PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES	125 H (D)
TPRL NIVEL SUPERIOR	600 H (T)
PREVENCIÓN DE INCENDIOS	125 H (D)
PREVENCIÓN DE INCENDIOS NIVEL I	16 H (F)
SOCORRISMO Y PRIMEROS AUXILIOS EN GENERAL	125 H (D)
SOCORRISMO Y PRIMEROS AUXILIOS EN GENERAL	30 H (F)
SOCORRISMO ACLIÁTICO	60 H (F)
ERGONOMÍA	125 H (D)

TPRL - ESPECIALIDAD	250 H (T)
PRL ESPECIALIDAD DE HIGIENE INDUSTRIAL	250 H (T)
T DE IMPLANTACIÓN DE LA NORMA OHSAS 18001	150 H (T)

AREA TEMÁTICA: COCINA

LA COCINA DE LOS POSTRES Y REPOSTERÍA	125 H (D)
REPOSTERÍA-PASTELERÍA	24 H (F)
COCINA EN GENERAL	40 H (F)
NUTRICIÓN Y DIETÉTICA	125 H (D)
JEFATURA DE COCINAS	125 H (D)
JEFATURA DE COCINAS	30 H (F)
ORBITAS GASTRONÓMICAS	30 H (F)
TAPAS Y ENTREMESES	30 H (F)
COCINA Y CONSERVACIÓN AL VACÍO	20 H (F)
TAPAS PINCHOS Y CANAPÉS	30 H (F)
EL PAN EN EL RESTAURANTE	20 H (F)
COCINA VEGETARIANA	125 H (D)
COCINA ANDALUZ	125 H (D)
COCINA ITALIANA	125 H (D)
COCINA INTERNACIONAL	125 H (D)
PANADERÍA Y PASTELERÍA SALADA	80 H (D)
PLANIFICACIÓN DE MENÚS Y DIETAS	50 H (D)
INGENIERÍA DE MENÚS Y CONTROL DE COSTES	25 H (F)
ELABORACIÓN DE MENÚS PARA CELIACOS	
REPOS PASTELERÍA NIVEL 2	40 H (F)
TÉCNICAS CLAVES EN EL SECTOR DE LA HOSTELERÍA	125 H (D)
NITRÓGENO LÍQUIDO EN LA COCINA	

CONTEMPORÁNEA	12 H (F)
COCINA VEGETARIANA	20 H (F)
ELABORACIÓN DE SALSAS Y FONDOS	20 H (F)
COCCINAR CON VERDURAS	30 H (F)
TAPAS Y PINCHOS ARAGONESES	40 H (F)
COCINA CREATIVA Y DE AUTOR	40 H (F)
AREA TEMÁTICA: SERVICIOS	
JEFATURA DE SALAS DE RESTAURACIÓN	30 H (F)
SERVICIO EN RESTAURANTES Y BARES	30 H (F)
HAIRTEL NIVEL INICIAL	125 H (D)
PRESENTACIÓN DE VINOS Y BEBIDAS	30 H (F)
SERVICIO DE VINOS Y CAVAS	125 H (D)
PLUESTA A PUNTO DE BARRA Y SALA	125 H (D)
COCTELERÍA	30 H (F)
PRESENTACIÓN DE BURETTES	30 H (F)
ENOLOGÍA	125 H (D)
JEFE DE RANGO	125 H (D)
CAMARERO DE RESTAURANTE BAR	30 H (F)
ENOLOGÍA NIVEL I	125 H (D)
CATA DE VINOS INTERNACIONALES Y VINOS	
DULCES	35 H (F)

AREA TEMÁTICA: REGIDURÍA DE PISOS

REGIDURÍA DE PISOS - GOBERNANTA	24 H (F)
ORGANIZACIÓN DE ALOJAMIENTOS	50 H (D)
SERVICIO DE PISOS - CAMARERÍA DE PISOS	30 H (F)
GOBERNANTA DE HOTEL	36 H (F)
GOBERNANTA DE HOTEL	100 H (D)
GOBERNANTA DE HOTEL	125 H (D)
TÉCNICAS DE LIMPIEZA	16 H (F)
LAVANDERÍA	30 H (F)
ARTE FLORAL	125 H (D)
HOSTELERÍA: ATENCIÓN EN PISOS	125 H (D)

AREA TEMÁTICA: HIGIENE Y SEGURIDAD ALIMENTARIA

CONTROL DE PUNTOS CRÍTICOS	40 H (F)
MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS	10 H (F)

MANIPULADOR DE MAYOR RIESGO	10 H (F)
MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS	10 H (F)
H. DE ALIMENTOS DE MAYOR RIESGO	10 H (F)
MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS: RENOVACIÓN	125 H (D)
PREELABORACIÓN Y CONSERVACIÓN DE ALIMENTOS	125 H (D)
CAMARERÍA APPLICADO A COCINAS PREPARADAS	30 H (F)
APPC. APROVISIONAMIENTO, ALMACENAJE Y TRAZABILIDAD	125 H (D)
MANIPULADOR DE ALIMENTOS	10200 (F)
CERTI. DE MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS	1070 (F)
MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS	10250 (F)
MANIPULADOR DE ALIMENTOS	107000 (F)

AREA TEMÁTICA: GESTIÓN HOSTELERA

APLICACIONES DE G. DE COMPRAS Y VENTAS	30 H (F)
GESTIÓN DE HOTELS Y OTROS ALOJAMIENTOS	30 H (F)
TÉCNICAS DE GESTIÓN Y DIRECCIÓN HOTELERA	125 H (D)
G. DE ESTABLECIMIENTOS DE RESTAURACIÓN	30 H (F) 10700 (D)
GESTIÓN PARA BANQUETES	125 H (D)
CONTABILIDAD EN GENERAL	30 H (F)
GESTIÓN FISCAL	30 H (D)
LA PROTECCIÓN DE DATOS EN LA HOSTELERÍA	50 H (D)
REVENUE MANAGEMENT	50 H (D)
G. DE COMPRAS Y SELECCIÓN DE PROVEEDORES	20 H (F)
TEC. DE ALMACENAJE Y CONTROL DE STOCKS	80 H (D)

AREA TEMÁTICA: MARKETING Y VENTAS

COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS	125 H (D)
MARKETING EN GENERAL	30 H (F)

AREA TEMÁTICA: CALIDAD Y MEDIOAMBIENTE

CALIDAD EN GENERAL	40 H (F)
GESTIÓN E IMPLANTACIÓN DE SISTEMAS DE CALIDAD EN EL SECTOR HOSTELERO	100 H (D)
GESTIÓN Y BUENAS PRÁCTICAS MEDIOAMBIENTALES EN HOSTELERÍA	125 H (D)
GRUPOS DE MEJORA Y HERRAM. DE CALIDAD	16 H (F)

AREA TEMÁTICA: MANTENIMIENTO DE INSTALACIONES HOSTELERAS

MANTENIMIENTO DE EDIFICIOS EN GENERAL	30 H (F)
PREVENCIÓN Y CONTROL DE LEGIONELA	40 H (F) 10700 (D)
REPARAC. DE INSTAL. DE BAJA Y MEDIA TENSIÓN	30 H (F)
MONTAJE E INSTALACIÓN DE FRÍO INDUSTRIAL	30 H (F)
JARDINERÍA	40 H (F)
PREVENCIÓN DE LEGIONELA	25 H (F)
BUENAS PRÁCTICAS DE ACCESIBILIDAD TURÍSTICA	30 H (F)
OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS ENERGÉTICOS Y ENERGÉTICOS EN HOSTELERÍA	30 H (F)
PREVENCIÓN Y CONTROL DE LEGIONELA	25 H (F)
PREVENCIÓN Y CONTROL DE LEGIONELA	20 H (F)

AREA TEMÁTICA: TURISMO

ANIMACIÓN TURÍSTICA	125 H (D)
---------------------	-----------

AREA TEMÁTICA: RECURSOS HUMANOS

FORMADOR DE FORMADORES	40 H (F)
FORMADOR DE FORMADORES	125 H (D)
GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS	30 H (F)
GESTIÓN DEL TIEMPO Y CONTROL DEL ESTRÉS	50 H (F)
HABILIDADES DIRECTIVAS	16 H (F)
TRABAJOS EN EL SECTOR DE LA HOSTELERÍA	125 H (D)

AREA TEMÁTICA: OTROS SERVICIOS PERSONALES

HIDROTERAPIA Y TERMALISMO	120 H (F)
TERAPIAS DE SALNEIRO	120 H (F)

ALICANTE
MÁLAGA
MURCIA
VALENCIA

INFORMACIÓN:

- Escuela Profesional de Hostelería de Jerez
- Dirección: Parque Empresarial, C/ Estación, parcela 5, 11407, Jerez de la Frontera, Cádiz.
- Teléfono: 959031204.
- email: info@escuelahosteleriajerez.com
- Web: www.escuelahosteleriajerez.com

- Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT)
- Dirección: C/ Ormaiztegui 33, 28003 MADRID
- Teléfono: 902012344.
- email: cehat@cehat.com
- Web: http://www.cehat.com



PLAN de formación de
HOSTELERÍA





Presidente: Juan Molas
Secretario General: Ramón Estalella Halffter

DIRECTOR
Valentín Ugalde

DIRECCIÓN EDITORIAL: José Arquero
COORDINACIÓN: Mónica González

COMITÉ EJECUTIVO: José María Carbó (Presidente de Honor), Juan Molas (Presidente), Carlos Díaz, Pedro Cañellas, Juan Gaspart y Fernando Fraile (Vicepresidentes), Miguel Mirones (Tesorero), Manuel Otero, José Fernando Cabrera, Santiago García-Nieto, Jesús Gatell, Mariano Bergua, Pedro Juan Devesa, Luis García Alarcón, Alejandro Picardo, Juan Silva y Eloy López (Vocales).

REDACTORES Y COLABORADORES: Salvador Hernández (Coordinación General), Noelia Santos (Coordinación Editorial), Santiago Larrodera, Jesús Casañas, Eduardo Santamaría, Daniel Gallego, Marga González, Josep Marqués, Ignacio Samper, Mamen Martínez, Morena Morante, Sonia Igea.

NEXO

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

DIRECTOR DE PUBLICACIONES: José Arquero. DIRECTOR FINANCIERO: Javier Pascual
DIRECTOR JURÍDICO: Santiago Moratalla. DIRECTOR DE INFORMÁTICA: José Miguel Candela
DEPARTAMENTOS / JEFE DE ADMINISTRACIÓN: M^a Antonia Martín. JEFE DE PERSONAL: Pilar de la Hoz
CONTABILIDAD: Lorena Hernández. MARCAS: Manuel Lanza. E-COMMERCE: José Manuel Dávila
DEPARTAMENTO PUBLICIDAD / Director General: Carlos Ortiz. Agentes: Yolanda Pola. FACTURACIÓN:
Lourdes Sánchez. SUSCRIPCIONES: Mercedes León, Concha López, Verónica Pulido. SECRETARÍA: Vanessa
Juanes. PROVEEDORES: Mar Fernández. BASE DE DATOS: Adriana Lucía Flórez.

SERVICIOS EDITORIALES: Aconfisa (Asesoría-Auditoría), Nexopublic (Consultoría), Nexo Creativo (Autoedición),
Nexotel (Información Electrónica), Manuel Lanza (Marcas y Propiedad Intelectual), Nexodata (Base de Datos),
Microprint (Fotomecánica), Gráficas de Prensa Diaria (Impresión y Papel) 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

EDITORIAL

El 'dinero de plástico' reduce sus comisiones

Las tasas de descuento (cantidad que los bancos cobran al hotel por aceptar el pago con tarjeta) se han reducido del 1,76% al 1,23% en los dos últimos años, tras el acuerdo entre la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos, con los principales medios de pago. Los establecimientos hoteleros españoles han ahorrado una cantidad en torno a los 20 millones de euros en el ejercicio 2007. Tras el acuerdo alcanzado, en 2005, entre la Confederación y los principales medios de pago (Euro 6000, Servired y 4B) para rebajar la comisión por el pago con tarjeta de crédito en los hoteles, este porcentaje se ha rebajado, desde el 1,76% de 2005, hasta el 1,23% en el último trimestre de 2007, según certifica el Banco de España. Para mantener una constante 'vigilancia' sobre el desarrollo de estas tarifas, la Confederación Española de Comercio (CEC), la Federación Española de Hostelería (FEHR) y la CEHAT van a realizar el estudio 'Potenciación del uso de tarjetas en el comercio y el turismo'. En el mismo se elaborará un diagnóstico de identificación de las mejores prácticas en el uso de los medios de pago, con el objeto de poder diseñar las herramientas y manuales de gestión que permitan optimizar el uso de los medios de pago. Finalmente, se pondrá en marcha un plan de difusión para dar a conocer a las empresas del sector las herramientas diseñadas. Cabe clarificar los dos tipos de tasas a los que están sujetos los pagos con tarjeta de crédito. Por un lado, las Tasas de Intercambio (TI), que son las que cobran las entidades propietarias del terminal de pago (TPV) a la entidad en la que el establecimiento tiene su cuenta, por la transacción. Por otro lado están las Tasas de Descuento (TD). Estas son las que cobra la entidad al hotelero por la operación y que, evidentemente, dependan de las anteriores. Las TD se encuentran dentro del libre mercado, por lo que las entidades son libres de aplicar las que crean convenientes. Las tasas de intercambio, al depender de unas pocas entidades (medios de pago), sí que están sujetas a la regulación de los Tribunales de defensa de la Competencia. Precisamente este 'oligopolio' ha motivado la sentencia de la Comisión Europea en la que se prohíben las tasas de intercambio de Mastercard en las transacciones internacionales, dentro de la UE.

Fe de erratas: en la página 11 del número del mes de pasado de CEHAT en la noticia 'ASHOTUR y FOES presentan el proyecto Soría y Turismo' se ha errado en el nombre de la asociación Soriana de hostelería y turismo ya que es ASOHTUR y no ASHOTUR como figura en la noticia y que pertenece a la "ASOCIACIÓN EMPRESARIOS DE HOSTELERIA Y TURISMO DE CASTELLÓN".

TRIBUNA HOTELERA

La formación en nuevas tecnologías

Domènec Biosca / Investigador turístico

Una buena formación en el uso de las nuevas tecnologías proporciona un 'plus' de competitividad respecto a las otras empresas

No hay día en el que algunos alumnos, empresarios, directivos y jefes no me consulten sobre **¿QUE TENGO QUE HACER PARA MEJORAR A MIS PROFESIONALES?**

Les confieso que me satisface conocer a personas de todas las edades, con **"EL ANIMO DE QUERER CRECER"** y para ellas les detallaré **LOS TRES SECRETOS PARA MEJORAR LAS HABILIDADES.**

Le invito a que los sigan con convicción, constancia, sin desfallecer cuando los deseos no se cumplan de inmediato, con la alegría de saber que el **"ESFUERZO VALE LA PENA PORQUE ES EL CAMINO"** o ¿prefiere quedarse con los peores?

LA FORMACION EN LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS PERMITE A LOS PROFESIONALES:

1. Poder tener la información a tiempo real, clasificada, relacionada y proporcionada entre las distintas magnitudes.

2. Acumular en el **ALBUM DE CAPRICHOS** de los clientes la información suficiente para poder personalizar las relaciones, satisfaciendo y sorprendiéndolos, adelantándonos a sus deseos

3. Analizar las ventas a tiempo real que se producen en cada punto de venta y por cada vendedor para determinar con agilidad y eficacia las acciones correctoras y potenciar los incentivos que corresponden a cada **ANFITRION VENDEDOR PROACTIVO**

4. Estar **"VISIBLES"** en el **MERCADO GLOBAL** gracias a los nuevos **CANALES MEDIÁTICOS**, con las reservas correspondientes.

5. **FORMARNOS CON COMODIDAD** en cualquier momento y lugar facilitando la conciliación familiar consiguiendo estar al día en las competencias necesarias para el éxito profesional y personal.

LA FORMACION PARA LLEGAR A SER LIDERES EFICIENTES

Porque el nuevo complejo mercado de oferta necesita de líderes formados que puedan influir para que todos los empleados sepan personalizar la relación con el cliente, manejarse en las tecnologías y como jefes trabajar con las técnicas para conseguir:

La formación en las nuevas tecnologías permite a los profesionales tener la información a tiempo real, clasificada, relacionada y proporcionada

A.- RECONVERTIR A LOS EMPLEADOS EN ANFITRIONES

B.- INCREMENTAR LAS VENTAS INTERNAS A LOS CLIENTES CONSIGUIENDO EL "TODOS A VENDER (T.A.V.)"

C.- INCREMENTAR LAS OCUPACIONES Y LOS PRECIOS MEDIOS. "LA INNOVACIÓN COMERCIAL" DEL COMPLEJO MERCADO DE OFERTA

D.- DESARROLLAR LAS HABILIDADES NECESARIAS PARA SER LÍDERE INFLUIR, "DEL MANDAR A EMPLEADOS AL DIRIGIR A ANFITRIONES- VENDEDORES"

LA FORMACION POSITIVA porque **TODO LO QUE VALE LA PENA** requiere dosis de **"QUERER TENER A LAS MEJORES PERSONAS Y PROFESIONALES"** y obviamente sin **APOSTAR POR CONSEGUIRLO, NO SE CONSIGUE** porque **"LOS TALENTOS"** no están esperando nuestra llamada en las puertas de nuestros hoteles y restaurantes. Si de verdad queremos mejorar **"LAS VENTAS Y LOS BENEFICIOS"** tenemos que apostar por la **FORMACION** de nuestros empleados, jefes y directivos y obviamente por la **NUESTRA**, porque la formación nos dará **"MÁS HERRAMIENTAS"** para poder **"MIRAR Y VER"**, **"HABLAR Y COMUNICAR"**, influyendo y consiguiendo ser **"TODOS MEJORES PROFESIONALES"** y en consecuencia ayudar a nuestra empresa **"A CONSEGUIR LOS SIETE ÉXITOS MAS DESEADOS"**:

1. SER MAS ATRACTIVA PARA LOS CLIENTES
2. VENDER MÁS
3. MEJORAR LOS PRECIOS DE VENTA
4. MEJORAR LOS BENEFICIOS
5. PODER RETRIBUIR CON VARIABLES A LOS MEJORES ANFITRIONES- VENDEDORES

PROACTIVOS
6. MEJORAR LA SATISFACCION DE LOS EMPLEADOS POR TRABAJAR EN NUESTRA EMPRESA PROVOCANDO EL BOCA-OREJA POSITIVO
7. REDUCIR LAS ROTACIONES LABORALES

Le invito a que aproveche **EL NUEVO PROGRAMA DE FORMACION "TODOS ANFITRIONES- VENDEDORES"** mañana será tarde porque la competencia será aún más galopante. (www.educatur.com)

CARTA DEL DIRECTOR A TODOS LOS LECTORES DE CEHAT

Estimados Amigos,

Como muy bien sabéis, en nuestro periódico hay un número determinado de paginas dedicadas a nuestras Asociaciones, Sector Hotelero en general y Cadenas miembros que incluye todas las noticias relacionadas con vuestras actividades. En este sentido, requerimos vuestra colaboración en el envío de cualquier noticia, nombramiento, congreso, cursos, evento etc... , que consideréis de interés para nuestro periódico, a la vez que mecanismo de difusión de vuestra propia actividad. Mónica González es la responsable de coordinar estas secciones, por lo que debéis hacer llegar a su dirección de correo electrónico: monica@cehat.com el material que queráis incluir.

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

Un cordial saludo.



Saeco proporciona ideas para un espresso perfecto

El café es, sin duda, uno de los productos imprescindibles de cualquier establecimiento hotelero. Por este motivo, hay cada vez más conciencia en todo el sector para ofrecer a los clientes un buen café espresso.

Hay una creciente demanda de los clientes habituales de los alojamientos hoteleros, de café espresso y café con leche en los desayunos. Los huéspedes desean desayunar con una taza de café espresso o de café con leche como en la mejor cafetería. Es cada vez más importante servir un buen café espresso, sobretudo en los hoteles, donde el café debe estar a la altura de la calidad del desayuno y de la categoría del hotel para que deje un buen sabor de boca a lo huéspedes.

Pero son muchos los factores que intervienen para obtener un perfecto café espresso, aparte, evidentemente, de una materia prima de buena calidad.

El molinillo

La cantidad recomendada de café por cada taza es de 7 gramos. La dosificación del producto debe realizarse accionando la palanca mediante golpes secos, que permitan la caída de la totalidad de la dosis utilizada para cada café. Un café solo requiere una sola dosificación, nunca más. El punto de molido debe rectificarse periódicamente, ya que factores como las

condiciones ambientales inciden directamente sobre las características del café molido. Por ejemplo, un día húmedo actúa sobre el café apelmazándolo y dificultando la erogación. Necesita pues, un punto de molido más grueso. Contrariamente, un día seco, requiere un punto de molido más fino.

El prensado de la dosis de café contenida en el portafiltros debe ser enérgico. El café molido debe ofrecer resistencia al paso del agua. Dicha resistencia determina el tiempo de contacto entre agua y café, tiempo necesario para que se produzca la extracción de los compuestos químicos contenidos en el café tostado.

La máquina de café

La presión del agua de la cafetera debe situarse en torno a los 9 bar, presión ideal de extracción. La presión de la caldera debe ser aproximadamente de 1 bar y la temperatura de la caldera sobre los 120°. La temperatura del agua debe situarse sobre 90° (+/- 5). Con temperaturas inferiores se extraen menos compuestos de los que el café puede ofrecer. Con temperaturas superiores se corre el riesgo de que se produzcan cambios en la estructura de los compuestos responsables del sabor del blend.

El tiempo de erogación depende directamente del punto de molido y debe ser de aproximadamen-

te 30 segundos (+/- 5 segundos). Cuanto mayor es el tiempo de erogación, mayor es el tiempo de contacto entre el agua y el café y en consecuencia la extracción también es mayor. Contrariamente, a menor tiempo de erogación, menor nivel de extracción.

Todos estos elementos y factores que hemos comentado anteriormente, hacen que en una máquina convencional el papel del manipulador sea clave, la mitad del éxito del espresso depende de ellos. La alta rotación de personal en el sector de hostelería imposibilita al hotelero una adecuada formación para la puesta a punto del molinillo y la máquina y esto repercute directamente en el resultado de la bebida e imposibilita a los clientes disfrutar de un perfecto espresso.

SAECO, compañía líder mundial en la producción de máquinas de café espresso, presenta las nuevas máquinas automáticas profesionales: IDEA.

La gama Idea ha sido exclusivamente pensada y diseñada para los establecimientos hoteleros, tanto para la cafetería como complemento ideal en el servicio de desayunos. Muele, dosifica y eroga el café al instante, manteniendo intactas todas las propiedades del café y realizando un perfecto espresso sólo con pulsar un botón. Las máquinas superautomáticas IDEA garanti-

zan la obtención de un perfecto espresso como en la mejor máquina de espresso convencional, son más versátiles y marcan una nueva tendencia, tanto desde el punto de vista económico como de mantenimiento. Facilita la preparación del café y no necesita que el usuario sea especializado, garantizando una regularidad en la bebida independientemente del manipulador de la misma. La modularidad de la gama IDEA asegura su versatilidad, pudiendo añadir módulos en función de las necesidades del establecimiento: módulo de café en grano (IDEA COFFEE), módulo de café en grano con lanza de vapor y grifo de infusiones para agua caliente (IDEA LUXE), calentador de tazas (IDEA CUPS), kit sistema de pago que permite que el módulo funcione con monedas, fichas o

tarjetas (IDEA COIN) y la IDEA CUPS&MILK para disfrutar de cafés, capuccinos, cortados o cafés con leche.

Por último, IDEA CUPS&MILK, junto al módulo IDEA CAPUCCINO, permite conservar y mantener la leche siempre fresca. Incorpora un frigorífico que permite mantener la leche a una temperatura de conservación idónea (4-6°) incluso con una temperatura ambiente elevada (hasta 40° aproximadamente).

Con sólo apretar un botón se puede disfrutar de un perfecto espresso, cortado, capuchino o café con leche. Además, está provisto de calienta-tazas y puede incorporar el kit Food Service, una membrana y un conjunto de etiquetas que facilita el uso self-service de la máquina.



Saeco ofrece todos los elementos necesarios para elaborar un buen café.

Nuevo presidente de uno de los comités de la AEC

El Comité de Hostelería y Turismo de la Asociación Española para la Calidad (AEC) tiene nuevo presidente. Ocupará el cargo durante los próximos tres años José Mirones Díez, Director de Calidad de Relais Termal, licenciado en Geografía e Historia en la especialidad de Historia Contemporánea y evaluador de EFQM por Euskalit.



Tras un breve paso por la Dirección de Protección Jurídica del Menor (1986-87), en 1988 fue nombrado director de La Posada del Sauce y posteriormente del Balneario de Liérganes. En 1998 participó en la creación del Grupo Castellar (posteriormente, Relais Termal), asumiendo la Dirección de Contratación y Central de Reservas y a partir de 2000 asumió la Dirección de Calidad.

En la actualidad, además de su participación activa en el Comité, forma parte de CTN 186 de Balnearios, Working Group 2 de ISO TC/228 y de la Comisión de Promoción de ANBAL.

La AEC es una entidad privada sin ánimo de lucro fundada en 1961 cuya finalidad es fomentar y apo-

yar la cultura de la Calidad como vía para aumentar la competitividad de las empresas y organizaciones españolas, promoviendo el desarrollo sostenible de la sociedad.

A lo largo de su historia, la entidad ha evolucionado hasta contar con

más de 4.800 empresas y profesionales asociados, con el objetivo de contribuir al desarrollo económico y social de nuestro país. Así, la AEC es un referente nacional de buenas prácticas en todas las industrias. Se divide en 22 comités, tanto multisectoriales como sectoriales, entre los que se encuentra el Comité de Hostelería y Turismo. Este comité realiza su labor con el propósito de ser un foro de difusión, promoción e información de la Calidad en la gestión de las organizaciones; ser un grupo de influencia y consulta en materia de Gestión de la Calidad del sector; impulsar la mejora continua y la excelencia a través del intercambio de experiencias y conocimientos de la Gestión de la Calidad en el sector; y sensibilizar a las entidades públicas y privadas de la necesidad de apoyar este esfuerzo.

PINEM y Doc on Time firman un convenio sobre facturación electrónica

Gracias a este acuerdo de colaboración, las pequeñas y medianas empresas de Mallorca podrán agilizar el proceso para

la implantación de la factura electrónica y podrán acceder a un programa específico de fácil uso diseñado por Doc on Time

Juan Antonio Tormo, administrador de PIMEM, y Fernando Vega, director General de Doc on Time, han alcanzado un acuerdo de colaboración mediante el cual las pequeñas y medianas empresas de Mallorca podrán agilizar todos los trámites para la implantación de la factura electrónica en sus empresas.

Con ello, todos los socios de la patronal, podrán acceder a un programa específico de muy fácil uso diseñado por la empresa Doc on Time que permite el alojamiento de toda la facturación en un servidor al que se puede acceder en cualquier momento. Asimismo, con la factura electrónica (que es totalmente confidencial) se evita burocracia y se mejora la contabilidad de la empresa.

Por otro lado, para todas aquellas empresas que trabajan con la Administración y otras instituciones públicas, será obligatorio el uso de la facturación telemática a medio plazo y con este convenio PIMEM se adelanta a tales exigencias. Se espera, asimismo, que tanto el Gobierno Central como el Autonómico vuelvan a



Momento de la firma del acuerdo entre PINEM y Doc on Time.

abrir el plazo de solicitud para acceder al programa de ayudas

que permite la implantación de la factura electrónica en las pymes.

Las Líneas ICO de 2008 contarán con 7.75 millones de euros

En los tres últimos años se han financiado alrededor de 370.000 proyectos

El vicepresidente segundo del Gobierno y ministro de Economía y Hacienda, Pedro Solbes, presidió el pasado 14 de enero la firma de los convenios de colaboración de las Líneas del ICO 2008 de Apoyo a la Empresa Española.

Con la firma de este Convenio Marco se ponen en marcha las cuatro Líneas ICO 2008 de Apoyo a la Empresa: Línea ICO-Pyme, Línea ICO Ministerio de Economía y Hacienda, Emprendedores, Línea ICO-Crecimiento Empresarial y Línea ICO Internacionalización, con una dotación global de 7.275 millones de euros.

Estas líneas forman parte del Plan de Fomento Empresarial aprobado por el Gobierno en febrero de 2006, que tiene como objetivos potenciar la iniciativa emprendedora de la sociedad, promover la creación de nuevas empresas, respaldar el crecimiento empresarial, impulsar la internacionalización y mejorar la competitividad de las empresas españolas.

Las Líneas ICO 2008 de Apoyo a la Empresa permiten a los empresarios acceder a préstamos con tipos de interés preferenciales, a largo plazo y

sin comisiones, para el desarrollo de sus negocios en cualquiera de sus fases: creación, ampliación, expansión e internacionalización.

El ICO en 2007 financió con cargo a estas cuatro líneas 136.590 proyectos empresariales por un importe de 8.770 millones de euros, que generaron una inversión inducida de 14.962 millones de euros y permitieron crear o consolidar 197.000 empleos.

Estas cifras son las más altas desde la puesta en marcha de las Líneas ICO de Apoyo a la Empresa.

Durante el período 2004-2007 se han financiado casi 370.000 proyectos, por importe de más de 23.000 millones de euros, que han generado una inversión inducida de más de 41.000 millones de euros y han posibilitado la creación o consolidación de alrededor de 550.000 puestos de trabajo.



El sector hotelero puede beneficiarse también de las ayudas del ICO.



El plan pretende formar profesionales que ocupen puestos de responsabilidad.

Galicia crea un postgrado en Dirección del Turismo

La Consejería de Innovación e Industria de la Xunta de Galicia colaborará con las universidades de A Coruña, Santiago de Compostela y Vigo en la creación del programa de postgrado en Dirección y Planificación del Turismo.

Con su implantación, Galicia será pionera en España en ofrecer una formación en Turismo con el fin de preparar profesionales que sean capaces de ocupar los puestos de responsabilidad

en las empresas del sector turístico, que puedan integrarse en los departamentos de desarrollo de las empresas turísticas y que puedan tomar parte en grupos de investigación para el avance del sector.

La Consellería de Innovación e Industria invertirá, a través de los créditos presupuestarios de la Dirección General de Turismo, un total de 804.000 euros para el período entre 2007 y 2010.

Presentación del Club de Producto Rutas del Vino



Este proyecto consolidará la oferta turística de las regiones vitivinícolas.

La Feria Internacional de Turismo Interior (INTUR 2007) ha sido el marco escogido para la presentación del Club de Producto Rutas del Vino de España, un ambicioso proyecto turístico promovido por la Secretaría General de Turismo y la Asociación de Ciudades Españolas del Vino (ACEVIN). Se trata de una iniciativa enoturística que se encuentra en su cuarta fase y que aglutina, actualmente, un total de 17 destinos o Rutas del Vino repartidas por toda la geografía nacional y que, a su vez, engloba a más de 180 municipios y unas 800 empresas.

Rutas del Vino de España es un ambicioso proyecto que arrancó en 2001 y que constituye una realidad consolidada que vertebrará la oferta enoturística de las regiones vitivinícolas más importantes de nuestro país. En líneas generales, Rutas del Vino de España, consiste en la integración de los recursos y servicios de interés de una determinada zona vitivinícola. El objetivo es construir un producto a partir de la calidad e identidad del destino, optimizando la comercialización conjunta, el nivel de satisfacción de la demanda y el desarrollo socioeconómico del territorio.

Lanzarote destinará cerca de 600.000 euros durante 2008 a la formación

La patronal turística de Lanzarote cuenta con un presupuesto cercano a los 600.000 euros para formar a trabajadores que pue-

dan incorporarse al sector hostelero y turístico. De estos fondos, la mayoría procede del Servicio Canario de Empleo y del estado

El presidente de la patronal turística de Lanzarote, ASOLAN, Francisco Armas López, anunció durante el mes pasado que durante este año se invertirán más de 600.000 euros en la formación y el reciclaje laboral de unas 2.500 personas para conseguir su integración en el mercado laboral que genera la actividad turística en la isla de los volcanes.

ASOLAN pretende reforzar más aún la formación para posibilitar que las personas que se han quedado sin trabajo en la isla por la actual coyuntura puedan acceder al empleo que se genera en el sector de la hostelería y turismo en Lanzarote.

En este sentido, el presidente de la Asociación Insular de Empresarios de Hoteles y Apartamentos de Lanzarote, dio a conocer este programa específico de formación que cuenta con el apoyo del Servicio Canario de Empleo con unos 300.000 euros. La otra aportación procede de fondos estatales para la formación continua canalizados por la CEHAT, de la que es miembro la patronal lanzaroteña. En 2007, con el Plan del 2006, se



ASOLAN colaborará en la formación de los trabajadores del Sector.

formaron en Lanzarote a través de ASOLAN un total de 993 personas que se beneficiaron de un programa que contó con un presupuesto de 378.000 euros.

De los cursos, se ejecutó un 97% y de los alumnos el 48% fueron mujeres, el 25% inmigrantes, el 13% trabajadores mayores de 45 años, y el 29% fueron trabajadores no cualificados.

El índice de satisfacción de estos alumnos fue de 8,27 puntos sobre 10, según indicó Óscar Coduras, director del departamento de Investigación y Formación

de la Escuela de Administración de Empresas de Barcelona, quien declaró que ahora "el reto ya no es sólo tratar de mejorar este nivel de satisfacción del alumnado, sino mantenerlo".

Por último y según informó Juan Carlos Álvarez, gerente de la empresa Formación y Selección Canarias, colaboradora de Asolan, "de cara a 2008 se ha concedido otro contrato-programa a Asolan", con una partida de 313.000 euros. En total, durante 2008 se destinarán aproximadamente 600.000 euros a formación en la Isla de Lanzarote.

HOTUSA incorpora 316 nuevos hoteles durante el año 2007

La compañía se ha situado en destinos estratégicos como China o los Balcanes

En 2007, Hotusa Hotels ha incorporado a su portafolio un total de 316 establecimientos, con lo que reafirma su privilegiada posición entre los principales consorcios hoteleros del mundo. De entre los hoteles que se han integrado al consorcio en el pasado ejercicio, 137 se encuentran en territorio español y 179 repartidos en otros 42 países, entre los que cabe destacar el debut de la compañía en China, Cuba y Mozambique, entre otros destinos.

Durante este periodo se integraron al portafolio internacional de Hotusa 15 establecimientos situados en Francia (5), República Checa (4), Italia (3), así como Austria, Bélgica y Andorra, con un establecimiento en cada uno. Los 13 hoteles españoles, por su parte, se encuentran en la Comunidad Valenciana (3), Asturias (2), Navarra (2), Castilla y León (2), y Andalucía, Galicia, La Rioja y Madrid, con un establecimiento en cada una de ellas.

La organización tiene el objetivo de ampliar y diversificar su portafolio con la inclusión de hoteles tanto en los destinos tradicionales como en los

mercados emergentes del turismo a escala mundial. En este sentido, durante 2007 el consorcio hotelero ha desembarcado en nuevas y estratégicas plazas como China, destino en el que prevé seguir incrementando su presencia dado el gran interés turístico que despierta por los JJ.OO. que albergará este 2008.

Cabe destacar que uno de los objetivos de Hotusa Hotels para este próximo año es el de extender su portafolio en la India y otros estados del sudeste asiático.

La cadena de hoteles inde-

pendientes ha entrado durante este ejercicio en otras de las zonas turísticas con más expectativas de crecimiento: los Balcanes. En mayo, incorporó su primer establecimiento asociado en Montenegro, mientras que en junio se estrenó en Croacia, incorporando cinco hoteles.

Por otra parte, 2007 también ha sido el año en que Hotusa Hotels ha entrado en Mozambique, con la incorporación de cuatro establecimientos ubicados en los principales polos turísticos del país sudafricano.



China es un destino prioritario debido a los Juegos Olímpicos de este año.



Carrillo ha sido subdirector de Financiación y Relaciones Externas de Endesa.

Álvaro Carrillo nuevo director general del ITH

Álvaro Carrillo de Albornoz ha sido nombrado nuevo director general del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), ocupando el puesto que anteriormente desempeñaba Mar de Miguel Colom.

Ingeniero aeronáutico por la Universidad Politécnica de Madrid y con una amplia experiencia en la gestión de proyectos tecnológicos y de innovación así como en las áreas de desarrollo organizativo y estrategias empresariales, Álvaro Carrillo era, hasta el momento, subdirector de Financiación y Relaciones Externas de I+D+I de Endesa. También en Endesa ha sido el responsable de la relación con organismos financiadores, administraciones y ministerios y ha participado en grupos de trabajo como los de FUTURED, AENOR,

y EFONET, este último promovido por la Comisión Europea.

Además de su experiencia profesional, Álvaro Carrillo de Albornoz cuenta con una sólida formación académica adquirida en la Cámara de Comercio de Madrid y en el Instituto de Empresa, donde fue número 1 de la promoción Executive MBA de 2004.

El ITH es una entidad sin ánimo de lucro creada por iniciativa de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) con objeto de apoyar la competitividad del sector a través de la Tecnología y la Innovación. Su principal función es poner en marcha proyectos de innovación que previamente han sido identificados por el sector hotelero como "prioritarios".

IQPC organiza un foro sobre Revenue Management



El foro sobre Revenue contará con expertos de diferentes hoteles.

Los días 26, 27 y 28 de febrero de 2008 se celebrará en el NH Parque de las Avenidas de Madrid el foro *Revenue Management en Hoteles* organizado por IQPC España.

En este acto se congregarán especialistas en *revenue* de cadenas hoteleras como Sol Meliá, NH, AC, Barceló, Confortel o Husa entre otros muchos y además contará con expertos en otras áreas como RR.HH., E-commerce y Clientes que intercambiarán técnicas que les permitan aumentar la los beneficios de su hotel. El aumento de la competitividad en precios y destinos, la aparición de las *LowCost* y las *PuntoCom*, así como la subida de los intereses

hipotecarios, son factores que afectan la rentabilidad de la actividad hotelera. Para salvar estos obstáculos se están implantando tácticas y técnicas de *pricing* dinámico, permitiendo ajustar la tarifa más ventajosa para cada cliente en cada momento sin deterioros en la imagen del hotel.

Conscientes de las ventajas para el negocio hotelero, IQPC España reúne en este acto profesionales con distintos niveles de implantación de un sistema de *Revenue* que pueden ayudarle a comprender los factores que le permitirán oscilar en el mercado y cómo están creando valores distintivos para sus hoteles diversos profesionales del medio.

Cerca de 500 empresarios acuden al congreso convocado por la FOE

Con motivo del 30 aniversario, se ha celebrado un congreso que ha tratado sobre los retos y oportunidades de la globaliza-

ción y al que han acudido más de 500 empresarios. Además, en el acto se entregó la insignia de oro a 26 empresarios

Cerca de 500 empresarios se han dado cita en Punta Umbría respondiendo a la llamada realizada por la FOE, que les convocaba a un nuevo Congreso Provincial coincidiendo con el 30 aniversario de la FOE, respaldando asimismo a los 26 empresarios, empresas e instituciones que recibían la distinción de Oro de nuestra Organización como colofón de los actos organizados con motivo de dicha efemérides.

Los retos y oportunidades de la globalización eran analizados en este Congreso, que bajo la coordinación de Juan E. Iranzo, director del Instituto de Estudios Económicos (IEE) y conferenciante del citado Congreso, ha contado con la participación, entre otros invitados, de representantes nacionales de organizaciones sectoriales relacionadas con la agricultura (ASAJA), la construcción (CNC), los hoteles (CEHAT) y la industria (FEIQUE).

A este Congreso se llega 30 años después de la fundación de la FOE y tras haber analiza-



El presidente de CEHAT, segundo por la derecha, estuvo en el congreso.

do en anteriores citas asuntos relacionados con el asociacionismo empresarial (1982), el análisis de medidas dirigidas a favorecer la actividad de las pymes (1987), en tanto que en 1992 el Congreso de aquel año se desarrolló bajo el título 'Ha-

cia un nuevo modelo de desarrollo', para cinco años después, en 1997, centrar la atención en 'La apuesta por el desarrollo local'.

El último Congreso, 'La empresa familiar en el siglo XXI', se celebró en el año 2002.

Hoteles Elba factura 47 millones de euros en su décimo ejercicio

La compañía ha alcanzado además la cifra de doce establecimientos

Hoteles Elba se integra en el grupo de empresas Anjoca, una compañía fundada por Ángel Jove en la década de los 60. La estrategia empresarial de diversificación de sus líneas de negocio, que ha propiciado el crecimiento sostenido de Anjoca, ha sido también el origen de Hoteles Elba. La fuerte posición del grupo en el mercado inmobiliario fue la semilla para la construcción de hoteles y su apuesta por la diversificación marcó la decisión de abordar la gestión de los establecimientos, con la creación de esta nueva empresa en el grupo.

Con una constante y creciente inversión – que asciende a 270 millones de euros –, Hoteles Elba ha logrado un rápido crecimiento sostenido, reflejado en el número de aperturas – más de un nuevo hotel cada año – y en el crecimiento exponencial de su facturación: 14,4 millones de euros en 2000, 25,5 en el año 2005 y 47 en el ejercicio 2007. Siguiendo esta tendencia, el plan de expansión de la cadena para los próximos 3-5 años prevé la puesta en marcha de cinco nuevos hoteles con una inversión de 150 millones de euros. Entre sus

proyectos a corto plazo destacan, en el ámbito internacional, la expansión de la cadena a México mientras que en España sus objetivos se centran en la apertura en marzo del hotel Elba Costa Ballena (Rota, Cádiz), la construcción de un nuevo hotel urbano en Murcia y la puja por la explotación del Palacio de Miramar (Málaga), con vistas a la ampliación de la línea Exquisite Collection.

Estos resultados se apoyan en un modelo de negocio novedoso ya que Hoteles Elba se

presenta como algo más que una cadena al uso en la que los hoteles tienen idéntica fisonomía. La cadena ofrece un conjunto de establecimientos unidos bajo una forma de gestión común en los que cada uno tiene su propia personalidad, con una decoración y un estilo propios; de ahí el subtítulo 'hoteles únicos'. Así, su oferta abarca hoteles de trabajo en la ciudad, para relajarse en la costa, en un spa, jugar al golf o para disfrutar de una escapada en familia.



Rota es el próximo destino en el que estará presente Hoteles Elba.



Los usuarios de MuchoViaje han premiado a Sol Meliá como mejor cadena.

Sol Meliá gana el premio a la mejor cadena hotelera

Sol Meliá ha sido la cadena hotelera más votada por los más de 100.000 viajeros que han participado en la elección de los Premios MuchoViaje, gracias a la calidad de las instalaciones y servicios de sus más de 400 hoteles situados en 35 países de Europa, Latinoamérica, Caribe y Asia.

En este sentido, el director general del grupo MuchoViaje, José Manuel Fernández, ha destacado que Sol Meliá "ha sido capaz de transmitir al mercado en 2007 una imagen de máxima solidez empresarial, ha potenciado su presencia internacional y ha mejorado su imagen. Por todo ello, los viajeros se han mostrado unánimes y la han elegido como mejor cadena hotelera".

Los Premios MuchoViaje son convocados por la revista MuchoViaje, que cuenta en la actualidad con un EGM de 162.000 lectores y un OJD de 27.000, y se otorgan a nueve categorías.

La redacción de la publicación también elige un galardón especial que este año ha recaído en el Museo del Prado de Madrid por su enorme esfuerzo de innovación y la promoción del arte y del turismo de España que realiza en todo el mundo.

MuchoViaje es una de las principales empresas de Internet y comunicación del sector turístico en España y está integrada por la revista MuchoViaje, su propia agencia de viaje online y otros soportes de comunicación.

Ocean by H10 Hotels nueva marca de H10 Hotels



Los hoteles de Ocean by H10 Hotels se encuentran en la Riviera Maya.

Los hoteles que la cadena tiene en la Riviera Maya mexicana, que operaban hasta el momento bajo la enseña H10 Hotels, pasarán a denominarse Ocean Coral y Ocean Turquesa (recién inaugurados en diciembre de 2007) y Ocean Maya, mientras que el Ocean Blue y el Ocean Sand, ubicados en la República Dominicana, mantendrán su nombre actual.

Estos cinco establecimientos, que suman un total de 1.600 habitaciones, forman parte de la Joint Venture que H10 Hotels firmó en noviembre de 2007 con el tour operador Transat, y que sig-

nificó la toma de una participación del 35 por ciento por parte de la empresa canadiense en el negocio de H10 Hotels en el Caribe. La nueva marca permitirá subrayar la homogeneidad del producto de H10 Hotels en el Caribe así como potenciar la notoriedad de la cadena hotelera en los principales mercados emisores y promover la comercialización conjunta de los hoteles.

H10 Hotels fue fundada a principios de los años 80 y opera 40 hoteles en 14 destinos, lo que constituye unas 11.000 habitaciones, la mayoría de ellas en propiedad.

El Grupo Landon se incorpora como nuevo accionista de Sercotel

La cadena hotelera Sercotel cuenta con un nuevo accionista en la compañía, el Grupo Corporativo Landon, cuya participa-

ción es del 47% del total. Con esta incorporación, la hotelera quiere consolidarse como una marca de referencia en España

Sercotel, segunda cadena española de hoteles urbanos en número de establecimientos ha incorporado al Grupo Corporativo Landon como nuevo accionista de la compañía. La entrada del nuevo accionista permite a Sercotel iniciar una etapa de consolidación de la cadena como una de las primeras marcas hoteleras de nuestro país y abrir una nueva línea de negocio dedicada a la explotación directa de establecimientos hoteleros.

Con una participación del 47%, el Grupo Landon une su nombre como accionista de Sercotel a Marisol Turró, Javier Garro y Benjamín Sanz, fundadores y actuales propietarios de la compañía.

Creada en 1994, Sercotel introdujo en España un nuevo modelo de cadena hotelera basada en la comercialización conjunta bajo una misma marca de hoteles, cuya explotación pertenece a diferentes propietarios. Este proyecto, que permite a hoteleros independientes competir contra las cadenas en igualdad de condiciones, se ha convertido hoy en día en el segundo emblema con ma-



Landon entra en el accionariado de Sercotel con una participación del 47%.

yor oferta de hoteles urbanos en España. La unión de Sercotel con Landon incrementa el potencial económico de la compañía para completar la variedad y cobertura geográfica de su oferta con la incorporación de establecimientos directamente explotados por la cadena. La nueva línea de negocio de explotación y gestión directa de hoteles que Sercotel arrienda a su propietarios, se ha iniciado ya con la inclusión en el directorio de la ca-

dena de cinco nuevos establecimientos de 3, 4 y 5 estrellas situados en Zaragoza, Albacete, Logroño, Barcelona y Montcada i Reixac. Esta lista de hoteles se ampliará a diez en los próximos meses con la explotación de cinco nuevos establecimientos situados en Valencia, Murcia, Bilbao, León y Sevilla. El perfil de estos hoteles es el de establecimientos urbanos de 70 a 150 habitaciones dirigidos al travel business y al turismo de ciudad.

Desde la AEHC proponemos una amplia oferta de formación continua gratuita para profesionales / Para evitar la estacionalización potenciamos el turismo de congresos, que no tiene como reclamo la playa y sí todo el resto de atractivos / Hay que trabajar en la formación ocupacional, insistir en dar cobertura a los personas en paro

«La formación en calidad es la base de la excelencia en Hostelería»

Emérito Astuy / Presidente de la Asociación Empresarial de Hostelería de Cantabria (AEHC)

Emérito Astuy Martínez es Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Cantabria y desde el año 1999 co-dirige el negocio familiar, el Hotel Astuy de Isla (Cantabria). En junio de 2007 comenzó a presidir la Asociación Empresarial de Hostelería de Cantabria (AEHC).

En la actualidad, también está al frente del Centro de Iniciativas Turísticas (CIT) de Isla, una iniciativa que agrupa a empresarios turísticos de esta localidad comprometidos con la calidad del servicio.

Pregunta: ¿Cuál es al año de fundación de la Asociación?

Respuesta: La Asociación Empresarial de Hostelería de Cantabria abrió sus puertas en junio de 1977. Su primer presidente fue José López, quien estuvo ocho años en el puesto y se encargó de afianzar la Asociación. Le sucedió Gregorio Lamadrid Vejo, quien consolidó los servicios al asociado y creó los premios Horca que se entregan cada año.

Bajo la presidencia de Indalecio Sobrino, la AEHC contó con su primera sede en propiedad y en el año 2000 llegó a la presidencia Miguel Mirones, responsable de los actuales proyectos, y que fue reelegido por los socios en el año 2004. 28 años después de su creación, la AEHC cuenta con cerca de 2.400 empresas asociadas y 28 trabajadores, lo que la ha convertido en la agrupación empresarial más importante de Cantabria.

P: ¿A cuántos establecimientos representa su Asociación?

R: 1.966 establecimientos.

P: ¿Cuántos puestos de trabajo genera la actividad de la hostelería en Cantabria?

R: Según los sindicatos, en temporada baja el número de trabajadores se encuentra en torno a los 14.000, mientras que en temporada alta esta cifra se eleva hasta los 21.000.

P: ¿Que iniciativas promueve su Asociación para propiciar la modernización de la Planta Hotelera, mejorar la formación del personal?

R: La AEHC cuenta con un departamento de Calidad, a través del que los hoteles de Cantabria son asesorados para adherirse al sistema y a la consecución de la marca. Los hoteles Bahía, Hoyuela (Santander) y Liérganes (Liérganes) y los restaurantes La Casona del Judío (Santander) y El Urogallo (Cosgalla) se hicieron con la Q de Calidad Turística en 2007.

A través de este distintivo, que concede el Instituto de Calidad Turística Española (ICTE) a aquellos establecimientos que cumplen con los exigentes estándares de calidad del Sistema de Calidad Turística Española (SCTE), los establecimientos dan fe de estar trabajando en una dinámica de

mejora continua, con el objetivo de complacer en todo momento las exigencias de los clientes.

Respecto a la formación del personal, en octubre de 2007, por cuarto año consecutivo el restaurante del Hotel-Escuela 'Las Carolinas', perteneciente a la Asociación Empresarial de Hostelería de Cantabria, abrió sus puertas al público. Los alumnos del 'Curso de Gestión Integral y Práctica de Negocios Hosteleros' realizan sus prácticas de formación en este entorno real, que cada año presta servicio a los muchos comensales que se acercan hasta la Finca de 'Las Carolinas' (General Dávila, 115, Santander) para degustar la cocina de este restaurante.

Por lo tanto, la cuarta promoción del 'Curso de Gestión Integral y Práctica de Negocios Hosteleros', que se desarrolla desde el pasado mes de septiembre hasta junio de 2008, es la encargada de elaborar los platos y también de servirlos, por lo que los alumnos tienen así la posibilidad de

formarse en los diferentes ámbitos de trabajo de un restaurante.

Al margen de esto, desde la AEHC proponemos una amplia oferta de formación continua gratuita para profesionales. Los cursos abarcan diferentes aspectos relacionados con la cocina y el servicio de barra o sala, así como otras temáticas que afectan al sector hostelero, como idiomas, in-

tor está detectando un aumento de la estacionalidad. ¿Que medidas se pueden adoptar desde el empresariado y la Administración para minimizarla?

R: Uno de los principales problemas a los que se enfrenta el sector es la desestacionalización del turismo. Por ese motivo tratamos de potenciar el turismo de congresos, que no tiene como recla-

«Lo más importante para combatir los establecimientos con plazas legales es proporcionarles un incentivo para que trabajen de manera reglada»

formática y gestión de establecimientos.

Los cursos orientados a desempleados y aficionados completan la oferta formativa de la AEHC.

P: En los últimos tiempos, el Sec-

mo la playa y sí todo el resto de atractivos que puede ofrecer Cantabria; por ejemplo, la tranquilidad, su buena gastronomía, lugares de interés próximos entre sí y una capital con capacidad para albergar estos eventos, son algunas de las características que de-

ben captar este tipo de turismo.

La AEHC cuenta, desde hace cuatro años, con un departamento de Promoción para el mercado de eventos, como la celebración de congresos, convenciones, seminarios, reuniones o incentivos. Se trata de un grupo de trabajo en el que participan hoteles de 5 a 3 estrellas, balnearios, establecimientos con encanto, restaurantes, empresas de catering, salas de fiestas y un campo de golf.

El objetivo del Grupo es dar a conocer sus instalaciones y servicios a los principales organizadores de eventos, es decir, a las empresas que organizan eventos corporativos propios, a O.P.C.'s, a agencias de viajes y a agencias especializadas; asimismo, el Grupo de Congresos, Convenciones e Incentivos presenta a la región como plataforma ideal donde poder celebrar cualquier tipo de actividad.

P: Proponga algunas ideas para combatir la escasez de profesionales bien formados

R: Hay que trabajar en la formación ocupacional, insistir en dar cobertura a las personas en paro. El objetivo es inculcarles el gusto por la hostelería, que a fin de cuentas es una profesión como otra cualquiera. Al mismo tiempo, es necesario incidir en la formación continua, con el objetivo de formar mejores profesionales. La razón de ser del Hotel-Escuela de la AEHC se encuentra precisamente ahí. El Hotel-Escuela 'Las Carolinas' formó a más de 1.000 personas en 2007, desarrollando un total de 25 acciones formativas. Los trabajadores en activo pueden seguir formándose a través de tutorías telefónicas y materiales didácticos, que pueden trabajar desde casa, a lo que hay que sumar cursos como el de 'Manipulador de alimentos' y otras propuestas, como 'Atención al cliente y calidad de servicio', 'Jefatura de cocinas' y 'Prevención de riesgos'. Estamos convencidos de que la formación en calidad es la base de la excelencia en Hostelería.

P: ¿Cómo se puede combatir la oferta de plazas legales en los establecimientos no reglados?

R: Lo más importante es proporcionar a estos establecimientos incentivos, de manera que pasen a trabajar de manera reglada. También es necesario concienciar a los clientes de las diferencias que existen entre este tipo de establecimientos y los ordinarios, así como de las ventajas de acudir a estos últimos.

P: ¿Considera que es necesario acometer una reconversión del Sector Hotelero y de Alojamiento?

R: Creo que de momento no, pero estamos llegando al límite de saturación de plazas, una situación que, sobre todo, se da en determinadas zonas.

Lanzarote presenta un proyecto de identificación de personas

En las jornadas organizadas por Asolan se expusieron los últimos avances en la identificación automática de personas y se habló de sus posibles aplicaciones y desa-

rollo en el ámbito de la hostelería y el turismo. De la misma forma, se hizo una presentación del avance del proyecto de investigación conocido como 'BIO-PASS'

Lanzarote acogió una jornada de trabajo para la presentación del avance del proyecto de investigación denominado 'BIO-PASS', en el que colabora la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (ULPGC). En esta jornada se expusieron los últimos avances en la identificación automática de personas y se habló de sus posibles aplicaciones y desarrollo en el ámbito de la hostelería y el turismo.

Este novedoso proyecto de investigación que se presentó por primera vez en Lanzarote y Canarias, permitirá su uso en modalidades transparentes en esquemas de reconocimiento multibiométrico para entornos de aplicación realistas de baja vulnerabilidad y alta conveniencia de usuario.

El trabajo de investigación de la ULPGC está financiado por el Ministerio de Educación y Ciencia con cerca de 400.000 euros aproximadamente y en él participan tres grupos nacionales: el grupo de Procesado de Señales Biológicas de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria,



ASOLAN organizó esta jornada sobre el proyecto 'BIO-PASS'.

coordinador del proyecto, el grupo de Aplicaciones del Tratamiento de Voz y Señales de la Universidad Autónoma de Madrid y el grupo de Tratamiento de señal de la Escuela Universitaria Politécnica de Mataró.

Durante las jornadas se debatieron los últimos avances en la identificación automatizada de personas mediante la utilización de medidas biométricas, es decir, mediante la utilización de rasgos físicos como son la hue-

lla dactilar o la forma y textura de la mano. Estas investigaciones tienen una amplia aplicación para la resolución de diferentes problemas de seguridad en la Isla (control aeroportuario, control de aduanas, identificación de inmigrantes) y en la mejora del servicio en el ámbito comercial y turístico como puede ser el control de accesos de hoteles, los accesos a servicios dentro del hotel o la identificación de clientes y trabajadores.



Mediante este acuerdo se lleva a cabo una promoción conjunta de Santander.

Sigue en vigor el convenio para la promoción de Santander

El presidente en funciones de la Asociación Empresarial de Hostelería de Cantabria (AEHC), Emérito Astuy Martínez, y el alcalde de Santander, Iñigo de la Serna, han acordado mantener en vigor el convenio de colaboración mediante el que ambas instituciones realizan diferentes actuaciones para la promoción de Santander.

Este acuerdo, en vigor desde hace tres años, se lleva a efecto a través de acciones relacionadas con la asistencia a ferias monográficas, visitas y contactos comerciales, organización de viajes de familiarización e inserción de

reportajes y publicidad en medios especializados.

El departamento de Promoción de Congresos, Convenciones e Incentivos de la AEHC participa en la comercialización del destino, organizando conjuntamente con el Ayuntamiento de la capital estas iniciativas.

El convenio de colaboración entre la AEHC y el Consistorio santanderino contempla una cantidad de 50.000 euros para la consecución de las actividades de promoción. Cada una de las partes aporta una cuantía de 25.000 euros.



La federación de Granada renovará sus estatutos durante este mes.

Dimite el presidente de la federación de Granada

La asociación aprobará este mes nuevos estatutos

En la reunión del Consejo de la Federación Provincial de Empresas de Hostelería y Turismo de Granada que se celebró en enero se produjo la dimisión del presidente de la misma, Gregorio García Domínguez. Conforme a los vigentes estatutos de la Federación, el vicepresidente y actual presidente de la Asociación Provincial de Hospedaje, Julián Martín Arjona, se hizo cargo en funciones de la presidencia de la Federación. El Consejo valoró la dimisión de Gregorio García, ya que con ello se favorece el

desarrollo de la Federación con la composición de un nuevo Consejo que elegirá al nuevo presidente de la Federación. También se acordó convocar una Asamblea General Extraordinaria de la Federación el próximo día 5 de febrero para la aprobación de los nuevos estatutos de la misma, que otorgará nuevas representaciones a las distintas asociaciones en el Consejo de la Federación conforme a criterios de aportación a la financiación de la Federación y cohesión del sector.

La asociación navarra y Banco de Vasconia renuevan su acuerdo

La Asociación de Hostelería de Navarra y el Banco de Vasconia han firmado la renovación del acuerdo de colaboración entre ambas entidades por el que la

empresa financiera continuará trabajando junto con la asociación empresarial en las diversas iniciativas que se lleven a cabo para promocionar el sector turístico

El pasado 18 de diciembre, la presidenta de la Asociación de Hostelería de Navarra, Ana Beriain Apesteguía, y el director general de Banco de Vasconia, Antonio Ramírez Parrondo, han firmado la renovación del acuerdo de colaboración entre ambas entidades. El nuevo acuerdo supone un incremento de productos preferenciales para los asociados.

Fue hace 16 años, el 9 de diciembre de 1991, y durante la fiesta anual del Día del Socio, cuando se presentó el primer acuerdo de colaboración al colectivo de empresas que se agrupan en la Asociación de Hostelería de Navarra. Banco de Vasconia se constituyó en la primera y hasta ahora la única entidad financiera sensibilizada con la importancia del sector hostelero para la economía navarra, participando en los actos de promoción turística, gastronómica y hostelera como las exhibiciones y demostraciones gastronómicas. Además, esta entidad colabora también en ferias y exposiciones, formación, publicaciones, promoción exterior, ayudas a las mejoras de instalaciones y servicios de hostelería, y presenta un amplio abanico de productos financieros (hi-



Banco de Vasconia ha colaborado en la promoción de la comunidad navarra.

potecarios, leasing, crédito permanente...) con condiciones prioritarias.

La renovación del acuerdo mantiene e impulsa el apoyo y desarrollo de la hostelería, que constituye la infraestructura de un sector de servicios dirigido a la propia población navarra y de una "industria" llamada turismo, base de la acogida y hospitalidad de todas aquellas personas que nos visitan.

El acuerdo refuerza la colaboración entre ambas entidades y la Asociación de Hostelería y sus asociados disfrutan, entre otras, de las siguientes ventajas: tarjeta Visa-AEHN, condiciones especiales para los asociados en los productos y servicios de la citada entidad financiera y la posibilidad de contar con Banco Vasconia como promotor de actividades que impulsen y mejoren la Hostelería navarra.

Los hoteleros de Huelva reivindican un palacio de congresos

La Asociación Provincial de Hoteles de Huelva reivindica la creación de un palacio de congresos que atraiga el turismo de negocios, ya que en 2007 la ocu-

pación cayó en la capital "un 1,5% respecto al año anterior", según el secretario de la Asociación, Rafael Barba, quien ha manifestado su preocupación.

La caída de la ocupación hotelera en Huelva en 2007 es atribuida a varias razones, según Barba, entre las que se encuentra "la crisis económica" y la falta de infraestructuras adecuadas en la ciudad para el Mercado de Reuniones. "El turismo de negocios tiene serias dificultades porque no tenemos un palacio de congresos. Es cierto que no hay mucha demanda, pero es porque precisamente no tenemos una infraestructura adecuada, aunque contamos con sedes como la Casa Colón o el Foro Iberoamericano de la Rábida, pero no un recinto que atraiga este Mercado".

Igualmente, asegura que la planta hotelera se ha incrementado en un 6% durante el año pasado, pero este crecimiento "no está acompañado con el número de pernотaciones". Además, la rentabilidad de los hoteles también se ha visto perjudicada, ya que "hemos apostado por un turismo de naturaleza que encarece la inversión y el tener una baja rentabilidad hace mayor el plazo de recuperación", agrega. Por otra parte, actividades complementarias al turismo de negocios como el golf,



La Casa Colón de Huelva tiene una sala con aforo para 822 personas.

han presentado un descenso del 40% "motivado, en parte, por la falta de comunicación directa con otros países como Alemania o Escandinavia por la falta de un aeropuerto", subraya Barba.

Es así por lo que la creación de un aeropuerto forma parte de las reivindicaciones que la Asociación propone al Gobierno municipal. "Necesitamos un aeropuerto para poder situar nuestro mercado cerca de los mercados emi-

sores", agrega Barba. Asimismo, asegura que el problema de Huelva "es de posicionamiento de mercado" y destaca algunas condiciones de la ciudad como su "situación geográfica privilegiada, el clima y unas condiciones naturales óptimas", pero "hace falta por parte de la Administración pública una estrategia de posicionamiento de la marca en el mercado internacional".

Fuente: www.nexohotel.com



La junta directiva trató temas como la participación en Fitur.

Junta directiva de la asociación de Ciudad Real

La junta directiva de la Asociación Provincial de Empresarios de Hostelería y Turismo de Ciudad Real, presidida por Teófilo Arribas, ha abordado diferentes asuntos como su participación en FITUR 2008 y las próximas Jornadas Gastronómicas de Castilla-La Mancha. Estas jornadas se celebraron del 21 al 25 de enero y el día que estará representada la provincia de Ciudad Real, por medio del Restaurante Casa Pepe de Carrión, fue el 24 de enero. Asimismo, la reunión ha servido para analizar los futuros planes del Proyecto 'Mejor con Vino' y realizar un resumen del desarrollo de los

concursos de cocina y sala del pasado mes de octubre.

Otros puntos que se han tratado en dicha junta directiva han sido las salidas promocionales del sector previstas para el presente ejercicio (*workshops*), tales como las ya llevadas a cabo con gran éxito en Alicante y Valencia; el cierre económico del ejercicio y la fecha de la Asamblea General.

Por último se ha estudiado todo lo relacionado con la Oficina de Turismo -Infotur-, el capítulo de la Sociedad General de Autores y el Departamento de Sanidad de la Asociación.



El taller está diseñado para los profesionales y estudiantes del Sector.

Quinto curso de los Talleres de Gastronomía en Huesca

El canario Lucas Gamonal fue el cocinero invitado

Bajo el título: 'La cocina es pastelería', Lucas Gamonal, un joven pastelero canario con una ya amplia trayectoria profesional, protagonizó el quinto curso de la temporada 2007-2008 de los Talleres de Gastronomía que organizan la Asociación de Hostelería y Turismo de Huesca y la Escuela de Hostelería San Lorenzo.

Durante el taller, este joven tinerfeño elaboró postres como el foie de frambuesa o los hielos energéticos que sirven para aromatizar la bebida a la que acompañe. Gamonal, durante su estancia en Huesca, desta-

có que la gastronomía canaria está tomando cada vez más importancia a nivel nacional y que la cocina, según su modo de ver, es tiempo, fórmulas y cantidades exactas que permiten asegurar un resultado siempre igual y fiable.

El Taller de Gastronomía corresponde a un conjunto de cursos especializados en diferentes materias gastronómicas que han cosechando desde sus inicios un gran éxito de asistencia entre los profesionales y estudiantes del sector en la provincia de Huesca.

Los hoteleros de Ibiza celebran el nuevo palacio de congresos

Los hoteleros de Ibiza aseguran que el futuro Palacio de Congresos permitirá alargar la temporada durante todo el año. Asimismo, el presidente de la Federación Hotele-

ra de Ibiza y Formentera, Roberto Hortensius, afirma que el turismo de negocios beneficia al gremio hotelero porque se caracteriza por un "alto poder adquisitivo"

Igualmente, se beneficiará el sector de los productos y servicios complementarios y el comercio, ya que el palacio de congresos "está ubicado al lado del puerto deportivo y está rodeado de varios hoteles de cuatro y cinco estrellas, además de mucho comercio y actividades complementarias", agrega Hortensius.

En la actualidad se encuentra operativo el centro cultural que integra la primera fase del proyecto y que cuenta, entre otras cosas, con una sala de actos para 437 personas, una sala de exposiciones y dos salas cada una con un aforo de 100 butacas. Asimismo, tiene ocho salas polivalentes destinadas para acoger reuniones de 20 a 80 asistentes.

El Gobierno de Baleares destinará 32 millones de euros para las obras de la segunda fase del Palacio de Congresos de Ibiza que contiene, entre otras instalaciones, un auditorio principal para más de 1.000 personas. Al respecto, Hortensius ha subrayado que desde el sector hotelero confían en que la segunda fase se acabe "en breve, ya que se

congregarán eventos más grandes y recibiremos, por consiguiente, más turistas".

El Palacio de Congresos de Santa Eulalia del Río integra en un sólo recinto el auditorio y el centro cultural. El auditorio está formado por un gran salón planteado como un lugar transformable de acuerdo al uso: desde una gran Sala de Congresos-Auditorio con 1.243 butacas que, con una primera división, se transforma en una sala para teatro, danza y congresos con 840 butacas y otra de conciertos y congresos con 403 plazas. Igualmente, cuenta con un

espacio escénico que tiene una superficie útil de 15 por 20 metros y una concha acústica que se plegará sobre el escenario para los conciertos.

Por su parte, el centro cultural, que se encuentra terminado, tiene un aforo para 437 personas y su objetivo es dar a conocer la oferta cultural de la isla mediante exposiciones, conciertos o representaciones teatrales. En la planta de acceso se ubica el restaurante, presentado como un gran espacio conectado con el palacio de congresos que permite ser dividido en tres grandes comedores.



El nuevo palacio de congresos servirá para desestacionalizar el sector.

Emérito Astuy gana las elecciones para presidente de la AEHC

Emérito Astuy será el presidente de la Asociación Empresarial de Hostelería de Cantabria (AEHC) durante los próximos cuatro años después de las elecciones

celebradas en enero. Con una participación del 35% de los asociados, Astuy ha obtenido 688 votos (63,4%), frente a los 397 obtenidos por la otra aspirante, Mar de la Piedra

El recién estrenado presidente de la Asociación Empresarial de Hostelería de Cantabria (AEHC), Emérito Astuy, ha realizado un llamamiento a la "unidad" ante los asistentes a la Asamblea general en la que ha sido ratificado como representante de la Organización empresarial, tras conocerse el resultado de las elecciones.

La participación en los comicios se ha situado en el 35%, tras la asistencia de 597 de los 1.690 asociados convocados a las urnas. Con 688 papeletas, Astuy ha recabado el 63,4% de los votos mientras la otra candidatura, encabezada por la propietaria del Balneario la Magdalena, Mar de la Piedra, ha obtenido el 36,5%, con 397 votos a favor. Hay que tener en cuenta que, según los estatutos de la Asociación, cada miembro asociado tenía derecho a entre uno y diez votos, en función del número de empleados con los que cuenta en su establecimiento.

El nuevo presidente de la AEHC recibe la confianza del Sector Hotelero cántabro tras



Emérito Astuy en el momento de depositar su voto en las elecciones.

asumir la presidencia, en funciones, después de la renuncia en el cargo de su antecesor Miguel Mirones, el pasado mes de junio. Nacido en Santoña en octubre de

1971, Astuy es licenciado en Ciencias Económicas por la Universidad de Cantabria y regenta el Hotel Astuy de la Isla, desde el año 2000.

ASOHTUR presenta un Plan de Comercialización

El turismo es uno de los pilares económicos del presente y futuro de la economía soriana. Bajo este principio, la Federación de Organizaciones Empresariales Sorianas y la Agrupación Soriana de Hostelería y Turismo, están liderando un proceso global y pionero para impulsar el turismo en la provincia, que se concretará en la creación de una sociedad anónima, para comercializar las empresas y productos turísticos sorianos en colaboración con las administraciones. Con este objeto se está elaborando, con la empresa Grup Cerveró, el Plan de Comercialización Turística de la Provincia de Soria. Uno de los primeros pasos dados por FOES

y ASOHTUR ha sido la elaboración de un Estudio de Mercado del Plan de Comercialización Turística que desarrolla la investigación en dos estudios de Mercado.

El primero de ellos aborda las percepciones del turismo de los sorianos, mientras que el segundo analiza el comportamiento de los visitantes actuales a la provincia. La primera gran conclusión que se desprende del Estudio, es que el 98% de los sorianos consideran que el turismo es importante o muy importante para el desarrollo de la provincia siempre y cuando sirva para crear riqueza (48%) y generar empleo (38%).



En el centro, el presidente de ASOHTUR, Angel Mayor.



Esta jornada tuvo como objetivo mejorar la formación en ASHOTEL.

ASHOTEL presenta los planes de formación para este año

El encuentro se celebró con la dinámica del *focus group*

La Asociación Hotelera y Extrahotelera de La Palma, La Gomera, Tenerife y El Hierro (ASHOTEL), ha clausurado las jornadas de presentación de los planes formativos 2008 que se inauguraron el pasado mes de diciembre en las islas de La Palma y La Gomera y que continuaron el pasado martes en Arona, respondiendo al carácter provincial de ASHOTEL.

Bajo el título 'Escuchamos tus dudas', la patronal organizó las jornadas utilizando una fórmula novedosa, la dinámica del *focus group*, mesas de debate moderadas por un técnico

de formación de ASHOTEL y en las que participaron representantes de hoteles y apartamentos, trabajadores y formadores. Así, los participantes tuvieron la oportunidad de trasladar a la patronal hotelera sus necesidades formativas así como todas aquellas mejoras que sean útiles en la formación a impartir. De esta forma, la patronal tinerfeña pretende avanzar hacia un plan de mejora en la formación buscando la excelencia en su organización y la óptima resolución de las necesidades reales de sus asociados.

La página web de ASHOME supera las 10.000 reservas en 2008

La asociación hotelera menorquina ha presentado los datos de reservas que ha obtenido su página web durante todo el pasado año. Con más de 10.000 reservas,

esta cifra muestra el éxito del proyecto 'Avanthotel-visitMenorca' diseñado en el año 2003 que pretendía incrementar la comercialización online de ASHOME

El pasado día 11 en la Sede Social de la ASOCIACION HOTELERA DE MENORCA (ASHOME) con la presencia del Conseller de Turismo de Menorca, Don Lázaro Criado, y del Director de Investigación, Desarrollo e Innovación del Gobierno de las Islas Baleares, se presentaron las cifras de la web institucional de la Asociación www.visitmenorca.com.

El Presidente de ASHOME, Joan Melis, expresó ante los profesionales del Sector su satisfacción y orgullo por estas cifras que avalan el esfuerzo que ha venido realizando la Asociación en el campo tecnológico, en aras de avanzar en la desintermediación de las reservas hoteleras.

El Proyecto 'Avanthotel-visitmenorca' de reservas online, cuyo autor es el Gerente de la Asociación, Juan Juanico, se inició en el año 2003, aumentando año tras año el número de Reservas y superando el pasado año 2007 todas las previsiones, con un total de más de 10 mil reservas, más 24 mil clientes, con un precio medio de 104 euros y una facturación global superior a 5.500 mil euros. 'Avanthotel-



Los miembros de ASHOME durante la rueda de prensa del mes pasado.

visitmenorca' fue galardonado en 2005 por la Consellería de Economía e Innovación del Govern Balear como el mejor Proyecto de Innovación Tecnológica en Turismo y, actualmente su autor

Don Juan Juanico, está ultimando un nuevo Proyecto de Visitmenorca.com, que fue presentado en el transcurso de la reunión y está fundamentado en la implantación de la filosofía web 2.0.

El primer Observatorio de la CEHAT prevé mantener en 2008 los resultados de 2007

El Observatorio ha contado para su creación con la colaboración de la consultora PriceWaterhouseCoopers

El observatorio de la Industria Hotelera presenta un índice OHE (Observatorio Hotelero Español) que refleja la tendencia para el primer cuatrimestre de año y que en esta oleada se sitúa en un valor de

49,3 puntos sobre 100 lo que significa una expectativa de estabilidad para 2008. Los hoteles de toda España que agrupa la CEHAT estiman que el número de pernoctaciones se mantendrá, al igual que

los mercados de origen; opinan que habrá un incremento de las plazas hoteleras, se acortará la estancia media del visitante y proseguirá el crecimiento de contrataciones a través de Internet.

El presidente de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), Juan Molas, ha presentado los datos del Observatorio de la Industria Hotelera Española que ha puesto en marcha la Confederación con el fin de disponer de indicadores que permitan anticipar cómo será el comportamiento del año para el sector hotelero.

El Observatorio, elaborado conjuntamente por la CEHAT y PriceWaterhouseCoopers, refle-

yor parte de las comunidades autónomas. Se trata de aperturas previstas en proyectos iniciados en 2001, con un incremento de plazas correspondientes a las categorías superiores y una disminución en las categorías inferiores. Además, se confirma una especialización del mercado.

Respecto a la estancia media de los huéspedes, el valor del índice se sitúa en 39,34 puntos y los encuestados estiman que se mantendrán las estancias de

'El Observatorio, elaborado conjuntamente por la CEHAT y PriceWaterhouseCoopers, refleja la tendencia del sector para el primer cuatrimestre de 2008 a partir de las expectativas de los hoteles de toda España'

ja la tendencia del sector para el primer cuatrimestre de 2008 a partir de las expectativas de los hoteles de toda España y de todas las categorías representados en la Confederación (1.500.000 plazas), y de la influencia de los principales factores macroeconómicos a nivel nacional y de los primeros mercados emisores de turismo.

El observatorio incluye dos índices, el OHE Hotelero y el OHE del entorno macroeconómico, a partir de los cuales se extrae el índice OHE final, que en esta primera oleada de año alcanza un valor de 49 puntos sobre 100, lo que significa una previsión de estabilidad en los resultados del sector hotelero para los primeros meses de 2008, con respecto al mismo periodo de 2007.

El OHE hotelero se ha realizado a través de consultas con las sesenta Asociaciones integradas en la CEHAT que han valorado lo que puede ser la evolución de los principales parámetros del sector en el primer cuatrimestre, en el que, según Juan Molas, la mayor parte de la ocupación hotelera se registra en ciudades, las Islas Canarias y Benidorm.

Diferentes categorías

En lo relativo al número de pernoctaciones, los hoteleros no contemplan grandes cambios respecto al año anterior y estiman que se mantendrán en índices similares los mercados de origen: España, Alemania, Reino Unido, Francia y Países Nórdicos.

En cuanto a la oferta hotelera, el OHE Hotelero avanza una mayor oferta de plazas en la ma-

menos de 3 días o de 3 a 7 días, mientras que pueden disminuir las estancias superiores a una semana.

El observatorio que ha sido presentado por el presidente de la CEHAT, Juan Molas y por Alvaro Klecker, socio responsable de Turismo en PwC, incluye las primeras estimaciones en lo re-

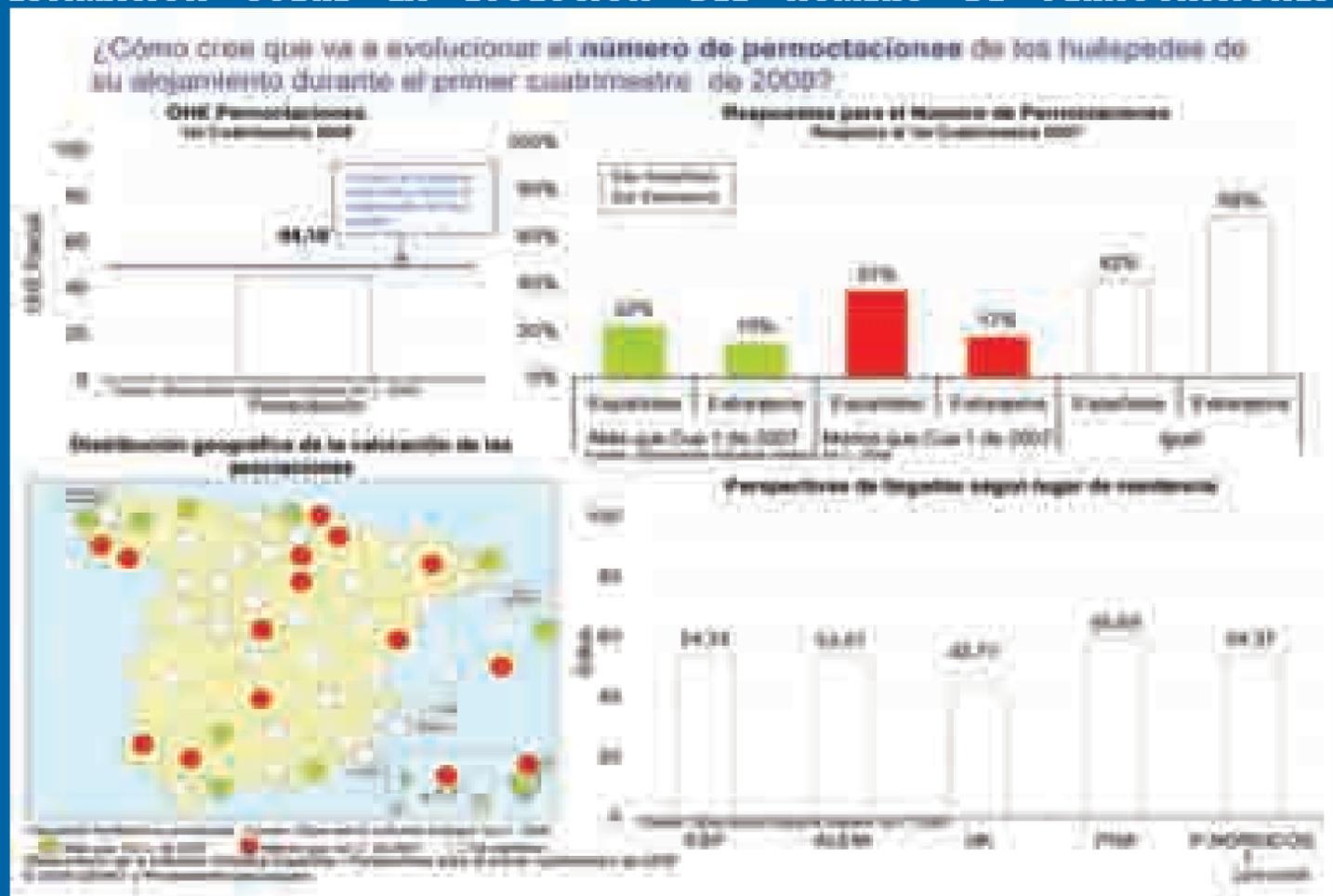
CARACTERÍSTICAS OHE HOTELERO Y OHE MACROECONÓMICO

OHE HOTELERO	OHE ENTORNO MACROECONÓMICO
<ul style="list-style-type: none"> Indice parcial obtenido a través de una encuesta formulada a los empresarios hoteleros de todas las provincias españolas pertenecientes a CEHAT (que representa a más de 1.500.000 plazas). El Índice OHE mide las expectativas turísticas para el primer cuatrimestre de 2008, siempre en comparación con el mismo cuatrimestre del año anterior. El Índice se compone de las siguientes categorías: número de pernoctaciones, número de plazas de la oferta hotelera, estancia media de los huéspedes, precio medio de la habitación, parámetros económicos (rentabilidad), contratación a través de los diferentes canales, promoción de las administraciones y publicidad de las empresas. Los valores entre 60 y 100 puntos reflejan expectativas positivas, los valores entre 40 y 60 puntos reflejan que no se esperan variaciones, los valores entre 0 y 40 puntos reflejan expectativas negativas para el sector. 	<ul style="list-style-type: none"> Indice parcial que refleja cómo influye en el turismo el comportamiento histórico y previsto de factores macroeconómicos, tanto generales a nivel nacional como de los principales mercados emisores de turismo a España. Las principales variables han sido: <ul style="list-style-type: none"> - Índice de Precios al Consumo - Producto Interior Bruto - Índice de Confianza del Consumidor - Precio del petróleo - Tasa de paro - Tipo de interés - Tipo de cambio - Perspectivas del Consenso Económico de PwC para el primer cuatrimestre de 2008

Fuente: OBSERVATORIO SOBRE LA INDUSTRIA HOTELERA ESPAÑOLA

© CEHAT & GRUPO NEXO

ESTIMACIÓN SOBRE LA EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE PERNOCTACIONES



Fuente: OBSERVATORIO SOBRE LA INDUSTRIA HOTELERA ESPAÑOLA

lativo al precio medio de la habitación.

La mayor parte de los hoteles muestra su convencimiento de que no aumentará el precio por encima de la inflación e incluso algunos destinos vacacionales, con mayor dependencia del turismo extranjero, contemplan subidas de precio inferiores al IPC.

En lo relativo a los parámetros económicos, el OHE hotelero también adelanta las previsiones según las estimaciones

principales países donde reside la demanda actual del sector turístico español y ha tomado como variables el IPC, el Producto Interior Bruto, el Índice de Confianza del Consumidor, el precio del petróleo, la tasa de paro, el tipo de interés y el tipo de cambio; además, tiene en cuenta las expectativas sobre la coyuntura económica de la UE para 2008, la coyuntura española para los próximos seis meses y la evolución de la demanda de

aciones que pueden afectar a los hoteles y sobre todo a su rentabilidad, como el incremento de costes. Respecto a ello, aseguró que "los hoteles no se pueden permitir nuevos costes de gestión, propiedad intelectual, tasas o costes autonómicos".

Además y como cuestiones externas, resaltó la importancia de contener la inflación y subrayó que el cambio euro / dólar refuerza a mercados competidores, como los destinos de Caribe.

Finalmente, el presidente de

la patronal hotelera expresó su deseo de que las elecciones no supongan un cambio en la estrategia en lo relativo al sector turístico y pidió que se mantenga el plan 2008, al margen del partido que gobierne y las alianzas postelectorales.

'El 65% de los encuestados valora que los ingresos serán similares al mismo cuatrimestre de 2007, pero un 77% también estima que los costes serán superiores y para un 58% habrá una pérdida de rentabilidad'

de ingresos, coste y rentabilidad. El 65% de los encuestados valora que los ingresos serán similares al mismo cuatrimestre de 2007, pero un 77% también estima que los costes serán superiores y para un 58% habrá una pérdida de rentabilidad.

La ponderación de estas tres variables, da como resultado un índice de 33,73 puntos, lo que significa una percepción de que la primera parte de 2008 será menos rentable debido a que el incremento de costes será superior a la inflación y este aumento no podrá repercutirse en los

las familias españolas. Con todos estos parámetros, el Observatorio incluye un OHE de entorno macroeconómico.

Finalmente y atendiendo a los dos OHE, el Hotelero y el Macroeconómico, el primer Observatorio de la Industria Hotelera Española presentado hoy concluye, con un índice de 49,3 puntos, lo que representa unas expectativas de estabilidad para el primer cuatrimestre de 2008, con resultados similares al año pasado.

Un año notable

'A partir de los primeros datos que incluye el Observatorio, las cifras de cierre de 2007, y la evolución de los últimos meses, el presidente de CEHAT señaló que es "moderadamente optimista" respecto a 2008'

precios de las habitaciones.

El Observatorio también recoge las previsiones sobre los canales de intermediación para contratar las habitaciones. El 84% de los encuestados se muestra convencido de que crecerán las contrataciones a través de Internet para los visitantes de España y el 79% de los encuestados también opina que aumentarán vía Internet las contrataciones de los turistas extranjeros. En este capítulo se detecta una disminución de las contrataciones a través de agencias de viajes y tour operadores, si bien, y según las estimaciones, se mantendrá los tour operadores extranjeros.

En este sentido, el presidente de la CEHAT subrayó la importancia de Internet en lo referido a reservas y afirmó que en los últimos meses, "el 60% de las reservas de hoteles en ciudades se realizaron a través de Internet". No obstante señaló que es igualmente importante mantener las contrataciones canalizadas por Tour Operadores porque son de gran importancia para el sector, sobre todo en algunos destinos de vacaciones.

En lo referido al entorno macroeconómico, el Observatorio incluye un análisis de los

A partir de los primeros datos que incluye el Observatorio, las cifras de cierre de 2007, y la evolución de los últimos meses, el presidente de la Confederación Española de Hoteles señaló que "es moderadamente optimista" respecto a 2008 y afirmó que "puede ser un año notable" para el sector. "La CEHAT mantiene la confianza en el primer cuatrimestre del año y espera un comportamiento normal para 2008", añadió.

Aseguró que ya hay aspectos que se detectan como positivos como lo referidos a los datos de ocupación; la recuperación del mercado alemán y el mantenimiento del mercado inglés y añadió que "éste es un sector con estabilidad y que tiene un buen comportamiento y una madurez destacable".

Juan Molas dijo que espera que la situación de la bolsa no afecte, ni perjudique a la evolución del año y señaló que en lo referido a hoteles, al igual que en otros sectores, no se puede hablar de crisis.

No obstante y tras reiterar su confianza en el ejercicio 2008 porque "España tiene la planta hotelera con la mejor relación calidad/ precio de Europa", sí expresó su preocupación por cues-

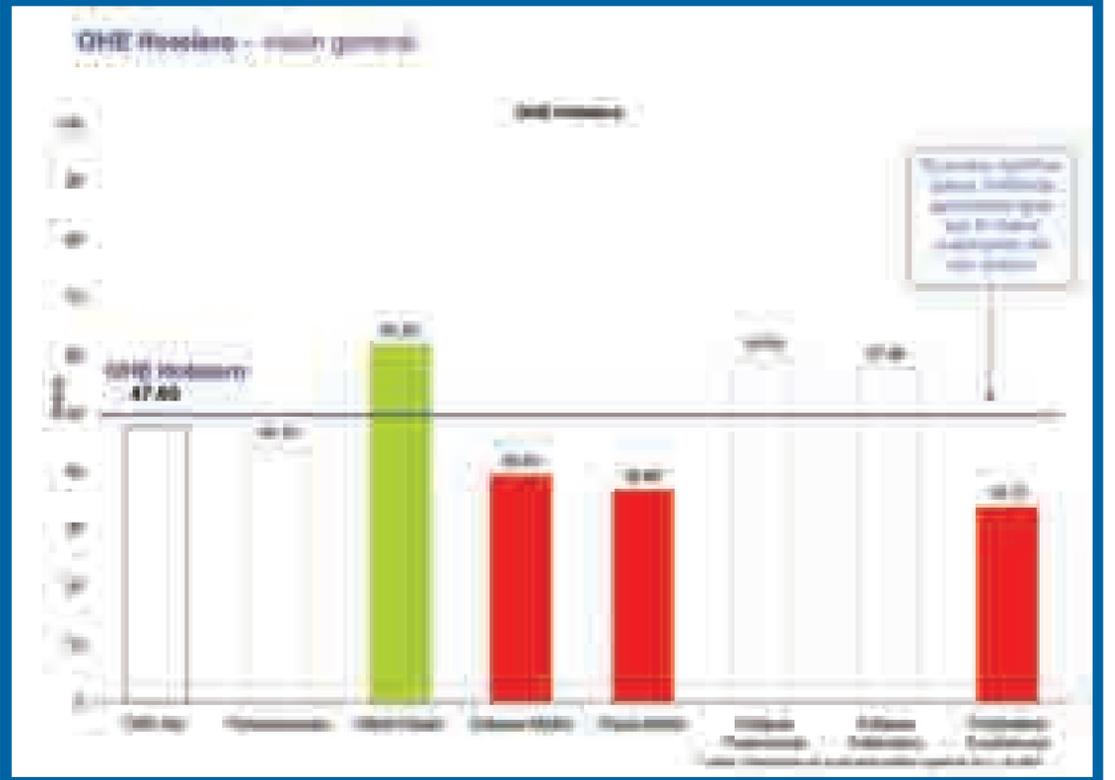


De izquierda a derecha, Álvaro Klecker, el presidente de CEHAT, Juan Molas y Pedro Alberto Gómez.



Pedro Alberto Gómez (derecha) explica a los asistentes a la presentación el contenido del Observatorio Hotelero.

OBSERVATORIO DE LA INDUSTRIA HOTELERA - VISION GENERAL



Fuente: OBSERVATORIO SOBRE LA INDUSTRIA HOTELERA ESPAÑOLA

¿Ha visitado ya el área privada de la página web de la Confederación Hotelera?

La nueva página web de CEHAT, www.cehat.com, ha sido concebida como un servicio a todos los asociados, por ello en el área privada se encuentran las diferentes actividades a las que pueden acceder los usuarios de la misma

Revisando la Misión y Objetivos de la Confederación, nos encontramos, entre otros, con los siguientes:

- Negociar, concertar y suscribir acuerdos o convenios que afecten o interesen a sus miembros ya sea en el ámbito industrial, sindical, económico, tributario, laboral y en cualquier otro relacionado con la actividad representada.
- Organizar actividades de carácter asistencial, de carácter formativo o cultural, que redunde en beneficio de sus socios y de la sociedad en general.

La Confederación trabaja a diario en la consecución de estos y otros objetivos de carácter institucional, como la representación a nivel nacional del sector, la defensa de los intereses o la promoción de innovaciones y mejoras de cualquier índole que afecten positivamente a la cuenta de resultados de los empresarios.

Y obtenemos resultados, que nos incentivan a seguir trabajando por y para el sector. Así, por ejem-

plo, durante el 2007, se firmó una modificación del Acuerdo Laboral Estatal de Hostelería (ALEH), se puso en marcha un nuevo Contrato Programa para la Formación Continua a través de la Fundación Tripartita para la Formación en el Empleo, se organizó una misión comercial a Emiratos Árabes Unidos con el ICEX, se puso "la primera piedra" del Observatorio de la Industria Hotelera Española, se organizó una jornada - conferencia con el despacho de abogados Garrigues sobre el modelo de los Condohoteles, participamos en distintos estudios de la Fundación de Riesgos Laborales, avanzamos en el acuerdo firmado en 2005 con los principales medios de pago para la disminución de las tasas de descuento aplicadas a hoteleros, hemos participado en distintas conferencias y jornadas organizadas por distintos foros, como Intereconomía, Recoletos o la CEOE, hemos llegado a acuerdos preferenciales en cuanto a coste de los derechos de Propiedad Intelec-



tual y convenios con varias empresas de productos y servicios específicos para que ofrezcan precios especiales a nuestros asociados. Pero todo esto no tendría repercusión ninguna para nuestros empresarios si no pudieran disfrutarlo. La clave está en la información, y en la difusión de la información. La Confederación puso en marcha en junio de 2004 este periódico, que se distribuye de forma gratui-

ta a más de 10.000 hoteles, en el que se informa mensualmente de las actividades que realizamos y las novedades que afectan al sector. De la misma manera, se creó también una Web con el objetivo de mostrar qué es la Confederación y en qué está trabajando. Los tiempos cambian, y nuestra Web también. Desde octubre del pasado año, nuestra Web cuenta con un nuevo diseño y mayores

funcionalidades, como la actualización on line y por personal propio de la Confederación. Además, y siempre pensando en acercar la Confederación a las asociaciones que la componen y a todos los profesionales del sector, hemos habilitado un área privada con alta sencillez y gratuita. En ella, encontrarán todos estos convenios, acuerdos e informaciones de interés para el desarrollo de su profesión.

TARJETA VIP HOTELES



Dirigida a directores de hoteles y a los profesionales relacionados con el Sector Hotelero y Alojativo, la **Tarjeta VIP HOTELES** ofrece a los usuarios unas condiciones especiales por unirse al **Club Vip**. Entre ellas, permite a los suscriptores descuentos sobre tarifas en los hoteles asociados y en el alquiler de vehículos, trato VIP en los establecimientos, reservas con atención preferente y un sin fin de oportunidades para viajar siempre en condiciones excepcionales.

Contacto:
Pablo Bernaola-CEHAT
✉ C/Orense 32
28020 Madrid
☎ : 902 01 21 41
☎ Fax: 91.556.73.61
✉ Mail: cehat@cehat.com

OFERTA EXCLUSIVA PARA PROFESIONALES DEL SECTOR HOTELERO Y DEL ALOJAMIENTO

▶ HOTELES	▶ HOTELES
Sol Meliá: Mejor tarifa disponible. ☎ 902 10 07 63 Cod.cliente. 200378	Hoteles Jale: Descuento del 10% sobre tarifa web. ☎ 902 370 077
AC Hoteles: Importantes descuentos según hotel. ☎ 902 29 22 93	Rafael Hoteles: Mejor tarifa disponible. ☎ 902 10 00 15
Barceló Hotels: Descuento del 5% sobre Tarifa Barceló Best. ☎ 902 10 10 01	Hoteles independientes: Más información en la web de CEHAT, apartado 'Tarjeta Vip'
H10 Hotels: Descuento del 50% Rack. ☎ 902 10 09 06	HI-Tech Hotels: Descuento del 50% sobre tarifa oficial. Directamente con el hotel
Sallés Hotels: Descuento del 50% sobre tarifa aplicable. ☎ 902 11 10 20	Hoteles Elba: Descuento del 10% sobre mejor tarifa disponible. Directamente con el hotel
Playa Senator: Descuento del 25% sobre tarifa oficial. ☎ 902 62 71 60	IFA-Lopesan: Descuento del 20% sobre tarifa web. A través de la página web www.lopesanhoteles.com
Husa Hotels: Descuento del 10% sobre tarifa web. ☎ 902 10 07 10	JM Hoteles: Descuento del 55% sobre tarifa oficial. ☎ 902 12 40 40
NH Hoteles: Descuento de hasta el 50% Rack. ☎ 902 11 51 16	
Hesperia: Descuento del 25% sobre tarifa oficial. ☎ 902 39 73 98	
Iberostar: Descuento del 20% sobre tarifa web. ☎ 971 07 01 11	
Hoteles Monte: Descuento del 25% sobre tarifa oficial. ☎ 902 52 05 55	
SPRING Hotels: Descuento del 50% sobre tarifa oficial. ☎ 922 79 51 58	
MS Hoteles: Descuento del 10% Rack. ☎ 952 38 47 00	
▶ ALQUILER DE VEHÍCULOS	
Avis: Tarifa preferente. ☎ 902 18 08 54	
▶ AGENCIAS DE VIAJE	
Viajes Marsans: Descuento del 8% en todos los paquetes vacacionales.	
Skiart: Descuento del 15%. Contactar con CEHAT	
▶ AEROLÍNEAS	
Spanair: Tarjeta oro el primer año. Después se regirá por el sistema de puntos.	

FICHA DE ALTA / RENOVACION DE LA TARJETA VIP HOTELES

Datos del Socio:

Nombre:..... Apellidos:
D.N.I.: Cargo en la Empresa:
Empresa/ Hotel: Domicilio:
Población: Código Postal: Provincia:
Teléfono: Fax: E-mail:

Datos Bancarios:

Titular: Entidad:
Oficina: DC: Nº de cuenta:
Empresa/ Hotel: Domicilio:.....
Población: Código Postal:..... Provincia:.....
Teléfono:..... Fax:..... E-mail:.....

Rogamos envíen Copia Debidamente Cumplimentada al Nº de Fax :91 556 73 61 o a: cehat@cehat.com. Indicando Alta o Renovación y con la orden de domiciliación bancaria donde se cargarán **100 Euros**. Pueden usarse fotocopias de este impreso, o puede solicitar Ejemplares a su Asociación o a CEHAT.

Se celebra en Madrid Fiturtech 2.0 con dos jornadas para analizar las consecuencias del concepto Travel 2.0

Representantes del sector turístico han debatido sobre las posibilidades de las nuevas herramientas

Responsables del ITH, expertos en Turismo y conocedores de las nuevas herramientas que conforman el concepto Travel 2.0 han analizado la im-

portancia de las nuevas formas de comunicación en el sector turístico. Con motivo de estas jornadas se presentó además el proyecto 'Madrid 4u', pio-

nero en Europa, en el que junto con la información turística habitual se ofrecen opiniones de la ciudad de los propios madrileños y de los turistas

● Jueves 31 de enero de 2008

10:30 -11:00 Inauguración Fiturtech 2.0:

- D. José Guillermo Díaz Montañés, Presidente ITH.
- Dña. Ana Larrañaga, Directora de FITUR.

tan los propios usuarios. Este proyecto abre una nueva sección en el portal esMadrid.com, en el cual se descubrirán los comentarios de los madrileños y visitantes sobre la ciudad, su gente, la comida, los museos, las tradiciones, y se mostrará al resto de usuarios las fotos y videos preferidos de la capital.

- Central de reservas: Fontxo Ramírez, Director de Marketing Online de Bookassist.com

● Viernes 1 de febrero de 2008

10:30 -12:30 Debate: 'Blogs, una herramienta de comunicación'

Blogs de viajes, blogs de gestión hotelera, blogs de comunidades sociales sobre viajes, fotoblogs, videoblogs, microblogs, una nueva herramienta para el marketing y la comunicación, junto con la interacción con nuestros clientes y colegas del sector.

Fiturtech 2.0 realizará un análisis de cómo los blogs están modificando las vías de marketing y comunicación conocidas hasta ahora en el denominado turismo del SXXI.

Introducción al mundo de los Blogs. Jaume Pons, Director de Marketing ITH
-Cómo crear un blog. Demostración práctica
-Tipos de Blogs. Ejemplos de

videoblog, fotoblog, microblog

Mesa Redonda

-Modera: Nando L.Lorella, Blogger Turístico

-Blog de un hotel. Entrevista al responsable de la iniciativa
-Blogs corporativos. El caso de

12:30 -13:30 Primer encuentro internacional de Bloggers turísticos "Wines & Blogs" patrocinado por el Gobierno de La Rioja.

Fiturtech 2.0 ocupa el lugar idóneo para realizar el Primer Encuentro Internacional de Bloggers Turísticos, que tras el debate de blogs y en un formato más desenfadado, dará

"esmadri4u" es una iniciativa pionera en Europa con la que se podrá conocer la ciudad de Madrid y disfrutar de sus principales atractivos turísticos culturales y de ocio desde una nueva perspectiva: la de sus propios ciudadanos y visitantes'

11:00 -11:30 Introducción al travel 2.0:

- Jaume Pons, Director de Marketing ITH

La irrupción de Internet en la industria hotelera ha marcado un antes y un después para todas las empresas. Pocos son los que desconocen el poder e importancia que el concepto Travel 2.0 esta adquiriendo en la gestión del sector turístico. Esta introducción nos permitirá tener una visión general para afrontar con más conocimiento esta evolución que está sufriendo Internet y el impacto que está teniendo en el sector turístico.

Índice de la presentación

-De la teoría a la práctica
-2 Grandes conceptos: Travel 2.0 y Turismo 2.0
-Sector turístico y Web 2.0
-Definición de Travel 2.0
-Del Travel 1.0 al Travel 2.0: Evolución
-Conceptos que engloban el Travel 2.0
-Por qué una estrategia 2.0 para las empresas turísticas
-Bases de una estrategia 2.0 para el turismo
-Cómo diseñar una estrategia 2.0 para el turismo

Presentación del Proyecto Madrid4u:

- Pablo Bautista, Director Gerente de la Empresa Municipal Promoción Madrid

"esMadrid4u" es una iniciativa pionera en Europa con la que se podrá conocer la ciudad de Madrid y disfrutar de sus principales atractivos turísticos, culturales y de ocio desde una nueva perspectiva: la de sus propios ciudadanos y visitantes. La principal novedad de "esMadrid4u" es que los contenidos los apor-

Además, en el canal esMadridtv, se ofrece no sólo un canal de información sobre la ciudad de Madrid, sino una serie de servicios interactivos, que permitirán al usuario interactuar con la televisión, contestando encuestas, viendo la información meteorológica, los sitios de interés turístico y la información de horarios de vuelos en tiempo real.

11:30 -13:00 Debate: "Evaluación y comentarios de clientes"

Además de las categorías y marcas como las estrellas, marcas de calidad, excelencia, medio ambiente, etc., las opiniones de los usuarios sobre sus experiencias se están convirtiendo, cada vez más, en un referente a la hora de decidir un hotel o destino determinado.

¿Es correcto el enfoque actual donde cualquiera, sin haber demostrado que realmente ha utilizado el servicio de un hotel o un restaurante u otro similar, pueda escribir un comentario en un portal de evaluación o reviews? Son las denominadas reglas de juego iguales tanto para el empresario como para el usuario.

En Fiturtech 2.0 tendremos un debate con todos los puntos de vista para poder sacar las conclusiones oportunas a este tema que va a dar mucho que hablar.

Mesa Redonda

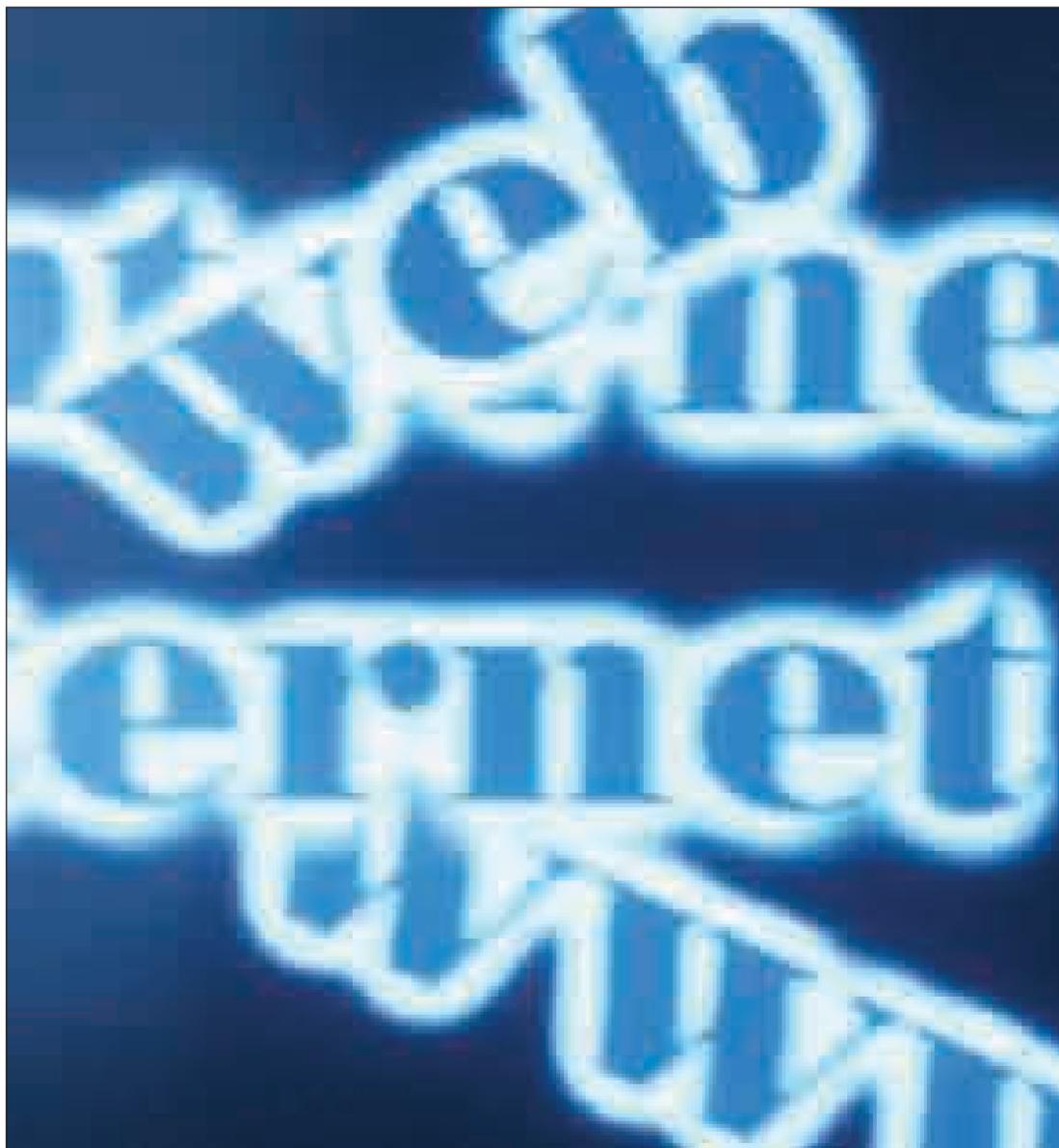
- Modera: Pilar Talón Ballesterro, Universidad Rey Juan Carlos
- TripAdvisor.com, Jean-Charles Lacoste, Senior Strategic Accounts Manager
- CEHAT, Ramón Estalella, Secretario General CEHAT-ITH
- Hotelero: Andreu Llabrés, Director Gral. Amic-Hotels y Blogger

'¿Es correcto el enfoque actual donde cualquiera, sin haber demostrado que realmente ha utilizado el servicio de un hotel o un restaurante u otro similar, pueda escribir un comentario en un portal de evaluación o reviews?'

NH, Iñigo Chávarri, Director de Marketing de España y Portugal
-Blog Locuraviajes.com y Ranking Blogs. Gonzalo Ruiz, Blogfarm

-Blog de un destino. Mónica Figuerola, Directora General de Turismo del Gobierno de La Rioja

paso a un Wine and Blogs donde los "Bloggers" del ámbito turístico tendrán la oportunidad de conocerse personalmente e intercambiar impresiones y conocimientos. Un auténtico foro de encuentro presencial que se acompañará con un buen vino de La Rioja y un maridaje de vinos en el Stand de esta Comunidad..



El concepto Travel 2.0, con herramientas como los blogs, es un fenómeno de gran importancia para el sector turístico.

El Instituto Tecnológico Hotelero y el Ayuntamiento de Madrid ponen en marcha una comunidad online

Ruiz Gallardón ha definido el proyecto como "una iniciativa con la que se busca el nuevo lenguaje de Internet"

La Empresa Municipal Promoción de Madrid y el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), han presentado el espacio 'esMadrid4u' que se incorpora a

la página web www.esMadrid.com. El portal también estará presente en las webs de cinco hoteles de la capital, según el presidente de la AEHM,

Jesús Gatell y su objetivo es promocionar la ciudad desde un punto de vista alternativo, ya que contará con opiniones directas de los usuarios

El proyecto 'esMadrid4u' ofrece a los usuarios la posibilidad de aportar sus comentarios, impresiones y experiencias que han vivido en la ciudad mediante la creación, entre otras cosas, de espacios personalizados y diarios de viaje. En este sentido, el delegado de Economía y Empleo del Ayuntamiento de Madrid, Miguel Ángel Villanueva, ha declarado que el objetivo es "fidelizar al visitante y hacer una promoción de la ciudad en España y el mundo" mediante "una mejora de los servicios de atención al turista".

plotación y unas cualidades que no se estaban aprovechando suficientemente" y ha elogiado el trabajado del sector hotelero en el desarrollo económico de la ciudad, destacando que siempre ha apostado "por el riesgo" y que ha renunciado a "una actitud conservadora", lo que se ha visto reflejado en la llegada en 2007 de "siete millones de turistas".

Por último, el alcalde de la ciudad ha presentado la "experiencia piloto" 'esmadridtv', un canal de televisión a través de la Televisión Digital Terrestre

'Jesús Gatell ha destacado la capacidad de los hoteles para "absorber con gran rapidez las nuevas tecnologías" y ha subrayado la relevancia de los actos promocionales de la candidatura olímpica de Madrid'

Por su parte, el presidente de la Asociación Empresarial Hotelera de Madrid (AEHM), Jesús Gatell, ha informado de que este proyecto está actualmente disponible en cinco hoteles y se ha referido a la necesidad de "hacer cosas distintas en el terreno de la información y de la comunicación".

De la misma forma, Gatell ha destacado la capacidad de los hoteles para "absorber con gran rapidez las nuevas tecnologías" y ha subrayado la relevancia de los actos promocionales de la candidatura olímpica de Madrid tanto para el año 2012 como para 2016 ya que han ayudado a "reposicionar la ciudad en todo el mundo".

Promoción de Madrid

En este acto, el alcalde de Madrid, Alberto Ruiz Gallardón, se ha referido a la plataforma 'esMadrid4u' como "una forma pionera de dar a conocer la oferta turística de la ciudad al margen de las presentaciones oficiales y con opiniones directas de los usuarios" y como un medio a través del cual "buscar un nuevo lenguaje en el espacio sin fronteras que es Internet".

En este sentido, el primer edil de la capital madrileña ha destacado que se trata de "uno de los primeros proyectos en el mundo en el que una herramienta de este tipo se incorpora a un portal oficial" y ha valorado el trabajo conjunto que se está llevando a cabo entre el Ayuntamiento y el sector hotelero en el ámbito de la promoción.

A este respecto, Ruiz Gallardón ha manifestado que Madrid "tenía un déficit de ex-

(TDT) e Internet en el que se puede consultar el tiempo, la oferta cultural, los medios de transporte o información sobre los distintos vuelos del aeropuerto de Barajas del que ya disponen "250 habitaciones de hoteles y 100 hogares". Queremos "incrementar la calidad de vida tanto de los visitantes como de los propios habitantes de Madrid", ha concluido.



El proyecto 'esMadrid4u' tiene como objetivo aumentar la promoción de Madrid en España y el extranjero.



El alcalde de Madrid (tercero por la derecha), Ruiz Gallardón, y a su izquierda el presidente del ITH, J. Guillermo Díaz Montañés, acudieron al acto de presentación.



Nos gustaría que esta herramienta funcionase a modo de 'termómetro' que indicase la temperatura del sector / El sector debe afrontar la competencia con la mejora de la calidad y la especialización / El motor del cambio en la demanda es el consumidor final

'El Observatorio Hotelero quiere ser un elemento de predicción de los distintos movimientos del sector'

—Alvaro Klecker - Socio responsable de Turismo de PricewaterhouseCoopers—

Pregunta: ¿Qué cree que puede aportar el Observatorio de la Industria Hotelera Española a las empresas del sector hotelero, en particular, y al sector turístico en general?

Respuesta: Desde nuestro punto de vista, nos gustaría que esta herramienta funcionase a modo de 'termómetro' que indicase la temperatura del sector y ello sirviera para orientar decisiones en previsión de hechos o acontecimientos futuros, ayudando de esta forma al empresario a tomar decisiones adecuadas en momentos previos a fases de crisis, de avalanchas de demanda, de momentos de competencia irregular, de hechos geográficos o sociales singulares, etc.

En definitiva, contribuir a ser un elemento de predicción de los distintos movimientos del sector, y que permitiera una adecuada toma de decisiones a hechos que sobrevienen.

P: ¿Cuáles cree que son los retos del sector hotelero para este año 2008?

R: La rentabilidad sostenible. El sector de encuentra inmerso en un grado de competencia feroz, los operadores demandan precios muy competitivos y siempre es mejor vender que permanecer con capacidad no contratada por el mercado.

Ello muchas veces resulta en situaciones financieras débiles que, ante determinados imprevistos, (terrorismo, huelgas, desastres climatológicos, epidemias, etc.) resultan en pérdidas no sostenibles a medio y largo plazo. El sector tiene que ganar dinero y reinvertirlo en mejorar el servicio y la calidad del mismo.

Por otro lado, la especialización de la oferta y personalización de la demanda es una asunto también importante. El sector hotelero español con sus productos tradicionales (sol-playa. Baleares-Canarias) tiene que mejorar la calidad de forma inquestionable.

Esto significa no sólo sofisticar y mejorar sus servicios, sino especializar su personal, complementar su oferta, racionalizar precios, y en definitiva mejorar todos aquellos procesos que supongan racionalizar y adecuar costes para incrementar la calidad del producto.

Naturalmente, este proceso no es el mismo en el sector urbano, donde los retos, además

de la calidad, apuntan a una exigencia y grado de especialización o segmentación de la oferta en función de la existencia de nichos o segmentos dentro de la áreas urbanas.

También es importante trabajar en un proceso de desintermediación. El sector hotelero español debe revisar sus alianzas con proveedores y clientes tradicionales.

La búsqueda de nuevos productos obedece a una necesidad de nuevos consumidores o nuevos hábitos de consumo. La extraordinaria dependencia del turismo alemán o del turismo británico en el producto tradicional obliga a la diversificación, a la especialización y, en definitiva, al ofrecimiento de producto alternativo con el mismo grado de atractivo y competitividad (turismo rural, turismo naturista, turismo gastronómico, artístico, monumental, deportivo, para solteros, para familias con hijos, con ascendentes a su cargo, etc.).

Esta ruptura con el turismo tradicional supone una serie de riesgos para los grupos integrados verticalmente pero dará muchas más oportunidades a otros operadores estructurados horizontalmente y sin duda mejorará los datos del sector a medio y largo plazo.

Respecto a las nuevas tecnologías, se trata de un elemento que no es particular del sector hotelero sino un medio para conseguir los retos u objetivos planteados.

Redefinición de procesos, ahorro de costes, economías de escala, siguen siendo claves válidas para optimizar la eficiencia de las organizaciones. No es un elemento ajeno al sector hotelero.

P: ¿Cómo debe afrontar el sector turístico español la competencia de los nuevos destinos turísticos como los países del este o del norte de África?

R: Entendemos que con la mejora de la calidad y con la especialización turística. La actividad turística, como cualquier otra, se está transformando constantemente y el hecho de que nuevos países en la Unión Europea

tengan una oferta turística similar a la española no ha de hacernos pensar que nuestra oferta no sea válida.

Hay que mejorar, evolucionar, perfeccionar y en definitiva especializar la oferta. El verdadero motor del cambio en la demanda es el consumidor final y éste demanda cada vez servicios más especializados teniendo, en general, un poder adquisitivo cada vez mayor.

Los países emergentes turística hablando sin duda aprenderán de nuestros errores pero su mercado, sus consumidores y su demanda en general no les permitirán quemar etapas. Pasarán por las mismas por las que ha pasado nuestro país a lo largo de su historia turística.

Hay que aprovechar esa ventaja que tenemos y evolucionar

hacia las necesidades de nuestro nuevo consumidor. Los operadores no deben adoptar una actitud conformista sino alertarse ante el permanente cambio y modificando en consecuencia sus productos y servicios para complacer a una demanda sustancialmente distinta a la de hace diez años.

P: La combinación de Internet y el impacto en el sector de la aparición de las líneas aéreas de bajo coste está cambiando radicalmente el comportamiento de los turistas. ¿Qué puede hacer el sector turístico en general y el hotelero en particular para adaptarse este nuevo escenario?

R: Tanto Internet como la aparición de aerolíneas de bajo coste suponen, por una parte, mejoras en el sistema de distribución de la oferta y una diversificación de la

demanda pues la mayor movilidad de turistas aumenta significativamente la demanda de productos que tradicionalmente no han estado a nuestro tradicional alcance geográfico. En definitiva, estamos hablando de una ventaja competitiva de

accesibilidad del consumidor a una oferta turística más competitiva, más amplia y diversificada, menos costosa y con unos costes reorientados a lo que realmente importa al consumidor o viajero, que es pagar por aquello que desea y pagar menos por aquello que considera secundario. Desde nuestro punto de vista el sector hotelero no puede permanecer impasible frente a estos dos fenómenos. En primer lugar porque en el futuro Internet le va a permitir una mejor distribución de su producto y en segundo lugar porque la combinación de oferta con transporte de bajo coste le permitirá llegar a un público distinto al tradicional, quizá con menos recursos económicos pero con otros hábitos de consumo a los que tradicionalmente no se podría haber tenido acceso en el pasado.



Alvaro Klecker considera que el Observatorio puede convertirse en una herramienta muy útil.

Los arrendamientos de viviendas para su uso turístico: consideraciones legales

En este caso, es necesario distinguir claramente la actividad inmobiliaria de la turística para evitar posibles conflictos

Una de las cuestiones más polémicas dentro del Sector es el arrendamiento de viviendas por parte de sus propietarios a turistas que visitan nuestro país, una actividad con un nulo control administrativo y sin garantías de calidad, lo que a veces provoca una mala imagen. Por ello, es esencial diferenciar entre arrendar una vivienda y desarrollar una actividad turística



LORENZO CLEMENTE

GARRIGUES



Hace unos meses, algunos medios de comunicación nacionales se hacían eco de las quejas de los vecinos de ciertos edificios residenciales por el uso que algunos propietarios habían hecho de sus viviendas: el arrendamiento a turistas por días o semanas. El continuo ajetreo de inquilinos y maletas, las evidentes diferencias horarias entre turistas y familias de residencia habitual en el edificio y algunos episodios de inseguridad motivaron el requerimiento a la Administración para que tomara medidas e impidiera estas actuaciones.

Desde una perspectiva turística el asunto tiene una gravedad enorme. Primero, porque se ofrece a los visitantes de nuestro país una oferta de alojamiento de dudosa calidad, escaso servicio y nulo control. Pero, además, porque puede inducirse a una confusión con los establecimientos hoteleros regulados, trasladando una imagen de es-

‘Desde una perspectiva turística el asunto tiene una gravedad enorme. Primero, porque se ofrece a los visitantes de nuestro país una oferta de alojamiento de dudosa calidad, escaso servicio y nulo control’

tos que nada tiene que ver con la realidad.

Desde un punto de vista jurídico, sin embargo, la cuestión que se plantea es otra: ¿Pueden las administraciones impedir estas actuaciones? O dicho de otro modo, ¿no puede el propietario de una vivienda arrendarla a quien tenga por conveniente, y durante el plazo que estime?

La Ley de Arrendamientos Urbanos, conceptúa como arrendamiento de vivienda “aquel arrendamiento que recae sobre una edificación habitable cuyo

destino primordial sea satisfacer la necesidad permanente de vivienda del arrendamiento”. Y señala más adelante que:

“1. Se considera arrendamiento para uso distinto del de vivienda aquel arrendamiento que, recayendo sobre una edificación, tenga como destino primordial uno distinto del establecido en el artículo anterior.

2. En especial, tendrán esta consideración los arrendamientos de fincas urbanas celebrados por temporada, sea ésta de verano o cualquier otra, (...)”.

Es decir, en el ámbito del derecho civil, y con una normativa aplicable a toda España como es la Ley de Arrendamientos Urbanos, los arrendamientos de una vivienda por “temporada” (de verano o cualquier otra) son arrendamientos urbanos “para uso distinto del de vivienda” en el que las partes pueden pactar libremente la duración, renta, régimen de gastos,...

Y esto es lo que sucede en general en el arrendamiento de múltiples apartamentos y viviendas unifamiliares, tanto en el litoral como en el interior, sobre todo en los meses de verano.

Sin embargo, una cosa es arrendar una vivienda y otra desarrollar una actividad “turística”. Esto es, ofrecer junto con la vivienda una serie de servicios propios de hoteles o apartahoteles tales como limpieza de habitaciones, desayuno, lavandería, ... Es aquí cuando se entra en el ámbito de la normativa turística y cuando cada Comunidad Autónoma ha establecido sus propias limitaciones, regulando de forma detallada los apartamentos turísticos.

Por ejemplo, el Decreto del

Gobierno catalán sobre apartamentos turísticos los define como “aquella vivienda que se ofrece en condiciones de inmediata disponibilidad y mediante precio, a las personas usuarias que, por motivos vacacionales o turísticos, efectúen una estancia por días, semanas o meses”, obligando a que la comercialización tenga que realizarse necesariamente mediante “empresas explotadoras” definidas y reguladas por la propia normativa catalana.

El acento se pone, pues, en que los usuarios tengan “moti-



vos vacacionales o turísticos”, excluyendo figuras como los arrendamientos de pisos amueblados, por ejemplo, a estudiantes (en los que las viviendas también tienen en muchas ocasiones condiciones de inmediata disponibilidad).

La normativa canaria sobre esta figura incorpora en su definición el carácter de la “habitabilidad”, entendiendo por tal “la práctica común, frecuente y generalizada de facilitar alojamiento, con o sin publicidad”. En un ámbito algo diferente, la regulación andaluza o la de Madrid, excluyen en su normativa sobre establecimientos hoteleros los alojamientos que se arrienden “por temporada”, de conformidad con lo dispuesto en la Ley de Arrendamientos Urbanos. Por tanto, se mezclan en esta cuestión, como tantas otras veces, una normativa estatal de carácter común en el ámbito civil (los arrendamientos urbanos “de temporada”) con una diversa normativa autonómica en el ámbito turístico que trata de limitar el derecho de los propietarios a arrendar sus viviendas, si caen en la definición que cada Comunidad realice de lo que sea un apartamento turístico o un arrendamiento para uso turístico. Volvemos, pues, a un ámbito de

definiciones que habrá que delimitar con sumo cuidado caso por caso: “arrendamiento de temporada”, “facilitar alojamiento”, “habitabilidad”, ... Porque en ocasiones un exceso de regulación no evita los abusos de los desahucios, pero sí genera una peligrosa incertidumbre en quienes tratan de actuar con un pru-

denario de ventas de segundas residencias en nuestro país, pero tal vez haya contribuido en alguna medida.

En numerosas ocasiones, el sector hotelero, los empresarios que explotan apartamentos turísticos y las autoridades autonómicas en materia de turismo han planteado la posibilidad de mo-

‘En numerosas ocasiones, el sector hotelero, los empresarios que explotan los apartamentos turísticos y las autoridades autonómicas en materia de turismo han planteado la posibilidad de modificar la Ley de Arrendamientos Urbanos’

dente respeto a la ley. Y es que este debate ha tenido una derivada que pocos conocen, y es el efecto negativo en la compra por parte de extranjeros de segunda residencia en nuestra costa, alarmados por noticias aparecidas en medios internacionales en los que, con bastante poca precisión y grandes dosis de sensacionalismo, se indicaba que era ilegal arrendar sus viviendas en España y que las autoridades turísticas estaban actuando contra estas prácticas. No es ésta, sin duda, la principal causa del des-

desarrollo de la Ley de Arrendamientos Urbanos para clarificar el concepto de “arrendamiento de temporada” y excluir de forma tajante de su ámbito de aplicación los arrendamientos para uso turístico.

A mi juicio, lo importante aquí es evitar situaciones aberrantes como las que indicaba al comienzo de este artículo. Y delimitar lo que es actividad turística de la propiamente inmobiliaria. Al fin y al cabo, con un marco más claro y seguro todos se sentirían más cómodos.



CARLOS SEDANO

ASESOR LABORAL DE CEHAT

Con el aumento de la esperanza de vida, el panorama del pago las pensiones no resulta alagueño'

Quizá este alentador dato para las personas es el que haga que los poderes públicos piensen en que hay que prolongar también la vida laboral más allá de los 65 años, edad ordinaria de jubilación en España, y de ahí viene el desbarajuste y a la vez serio problema que plantean los sistemas de pen-

El aumento de la esperanza de vida plantea una 'revisión' de la edad para la jubilación

La Hostelería negociará este año el futuro de las prejubilaciones en el Sector

Según los datos dados a conocer por el Instituto Nacional de Estadística a finales del pasado año, la esperanza de vida de los ciudadanos españoles

ha crecido en todas las regiones y territorios de este país, y han mejorado las perspectivas entre la población que se encuentra en los 65 años. Concreta-

mente desde 1981 la esperanza de vida de las mujeres y varones de dicha edad se ha incrementado 3,2 y 2,4 años, respectivamente.

un alocado desconcierto legislativo, tratando de impulsar e incentivar la prolongación de la vida laboral, tanto a empresarios como a trabajadores, bonificando a las empresas con un 50% de las cotizaciones sociales del trabajador con 60 años, hasta el 100% cuando alcance la edad de 65. Entre una y otra edad la rebaja aumenta de forma paulatina diez puntos cada ejercicio, y proyecta para los empleados de más de 65 años que no se paguen las cotizaciones por contingencias comunes, e incrementando en dos por ciento la pensión que corresponda al trabajador por cada año cotizado después de los 65 años. El incremento sube al tres



El ministro de Trabajo y Asuntos Sociales, Jesús Caldera, durante la clausura de las pasadas 'Vacaciones para Mayores'.

'El objetivo es retrasar la jubilación hasta 67 o 70 años de edad, pero estas medidas no acaban de convencer, ya que solo un 25% de los trabajadores ocupados con más de 50 años está dispuesto a jubilarse después de los 64 años.'

siones basadas en el "reparto", dadas las proyecciones demográficas del futuro, y la legislación sobre la materia que también alcanza a la negociación colectiva.

Según informes de la Seguridad Social el número de pensionistas de jubilación en la actualidad es de 4.869.021 personas, que van de 106 beneficiarios en edades comprendidas entre 45 y 49 años, 1.360 de 50 a 54 años, 12.244 de 55 a 59 años, 319.098 de 60 a 64 años, 1.068.789 de 65 a 69 años, 1.193.678 de 70 a 74 años, 1.024.379 de 75 a 79 años, 709.200 de 80 a 84 años, 539.062 de 85 o más años, más 1.105 que no consta su edad. La cuantía de la pensión media se sitúa en 761,84 euros mensuales, que van desde 558,69 euros que perciben los jubilados más desfavorecidos de 85 o más años, a 1.956,50 euros, cuantía esta última que perciben jubilados de edades comprendidas entre 50 y 54 años de edad, donde se incluyen las prejubilaciones "privilegiadas" (datos de 2007).

El sistema de "reparto" se apoya en un principio de solidaridad intergeneracional, por el que los jubilados reciben sus pensiones de los que trabajan en el momento presente, por lo tanto, en la medida que se prevé un aumento de la población pasiva (jubilados) y una disminución de la población activa (trabajadores cotizantes), el sistema deja de ser viable ya que se hace imposible sufragar el cobro de pensiones.

Así, el Gobierno se mueve en

por ciento para los trabajadores que acumulen una vida laboral de al menos 40 años. En el caso de alcanzar la pensión máxima se reconocerá el derecho a percibir anualmente una cantidad a tanto alzado, cuyo importe se determinará en función de los años cotizados.

El objetivo es retrasar la jubilación hasta 67 o 70 años de edad. Pero estas medidas no acaban de convencer a empresarios ni a trabajadores, ya que según un reciente informe de "La Caixa" solo un 25 por ciento de los trabajadores ocupados con más de 50 años está dispuesto a jubilarse después de los 64 años.

Por otra parte, en la negociación colectiva, se siguen pactando jubilaciones forzosas para los trabajadores a la edad ordinaria de jubilación, esto es, a los 65 años, y anticipadas a la edad de 64, así como jubilaciones parciales a partir de los 61 años, combinada con los contratos de relevo. Precisamente el Tribunal de Justicia de la Unión Europea ha dictado una sentencia el 16 de octubre pasado fallando a favor de una empresa española que en su convenio colectivo tiene pactada la jubilación forzosa a los 65 años, rechazando la demanda del trabajador que entendía discriminatoria tal medida.

Los datos son bastante desalentadores, de ahí que la reforma legal sea necesaria, aunque no con venza. En 2015, el número de personas que formarán parte del grupo de edad entre 20 y 29

años se habrá reducido un 20 por ciento, mientras que la población entre 50 y 64 años habrá aumentado un 25 por 100. En Japón, Singapur o Canadá son numerosas las empresas (83%, 53% y 33%, respectivamente) que cuentan con planes de retención del

to el 13 de julio de 2006 por el Gobierno, la Unión General de Trabajadores, la Confederación Sindical de Comisiones Obreras, la Confederación Española de Organizaciones Empresariales y la Confederación Española de la Pequeña y Mediana Empresa.

de todo orden, se fijarán coeficientes reductores de la edad de jubilación, que en ningún caso puede situarse en menos de 52 años. Se mejora las pensiones a los jubilados anticipada e involuntariamente como consecuencia de un despido antes del 1 de enero de 2002 y que habían cotizado al menos durante treinta y cinco años. Se considerará involuntaria la extinción de la relación laboral dentro de un Expediente de Regulación de Empleo. Se homogenizan los requisitos para acceder a la jubilación parcial con los de la anticipada. Es preciso haber cumplido 61 años (antes la edad era de 60), acumular 30 años cotizados y seis años de antigüedad en la misma empresa. Para mutualistas anteriores al 1 de enero de 1967 se mantiene la edad de 60 años.

En la Mesa de negociación del Acuerdo Laboral de ámbito Estatal para el sector de Hostelería (denominado ALEH) está previsto que los interlocutores empresariales y sindicales aborden la negociación durante 2008 sobre medidas en materia de jubilación, creando un marco propio para el sector de la hostelería y el hostelería, donde los datos anteriores deberán ser tenidos muy en cuenta y ampliamente debatidos con el objetivo de aprobar acuerdos que se ajusten a la realidad del sector.

'El Gobierno se mueve en un alocado desconcierto legislativo, tratando de impulsar e incentivar la prolongación de la vida laboral, tanto a empresarios como a trabajadores, bonificando las cotizaciones sociales'

talento dirigidos a trabajadores mayores de 50 años. En España apenas supone el 6%. Según un estudio elaborado por ESADE cada año se jubilan en España 50.000 profesionales. Muchos de ellos tienen menos de 55 años. Los expertos recomiendan la puesta en marcha de programas de retiro progresivo combinados con horarios más flexibles y a tiempo parcial.

Para tratar de poner orden en este nada halagüeño panorama, desde el pasado 1 de enero contamos con una nueva reforma de la legislación de Seguridad Social, la Ley 40/2007, de 4 de diciembre, que proviene del Acuerdo suscri-

Aparte de las medidas comentadas antes para incentivar la prolongación de la vida laboral, esta Ley contempla otros cambios en materia de jubilación, tales como que para obtener la pensión se computarán solo los días efectivamente cotizados, y no como antes que se sumaban los correspondientes a las gratificaciones extraordinarias. A raíz de esta reforma legal se precisan 5.475 días efectivos de cotización, esto es, quince años. Para nuevas categorías de trabajos penosos, tóxicos, peligrosos o insalubres, y en los casos de personas con discapacidad, previa realización de los correspondientes estudios

Los hoteles ahorran 19,7 millones en 2007 por las comisiones de las tarjetas de crédito

En diciembre de 2007 el Tribunal de la Comisión Europea emitió una sentencia contra Mastercard a nivel europeo

La Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) ha firmado una serie de acuerdos en los últimos años con las principales entidades de crédito gracias a los cuales

se han reducido las comisiones que soportaban los hoteles por el pago con tarjetas de crédito. Uno de estos acuerdos, firmado hace dos años, se hizo sobre las tasas de intercambio, lo que

afecta a las tasas de descuento y en él se diferenciaba entre las tasas de intercambio según el cobro fuese a crédito o a débito, estableciendo una tasa fijada en un porcentaje o bien en euros

El ahorro de los hoteles por las comisiones soportadas correspondientes al pago con tarjetas de crédito se ha consolidado en el último año y esta partida ha vuelto a descender, como ya lo hiciera en 2006, gracias al acuerdo suscrito por la Confederación Española de Hoteles (CEHAT) y otras asociaciones comerciales, con las principales entidades emisoras de tarjetas de crédito.

Sólo en 2007, los hoteles ahorraron 19,79 millones de euros,

ANGED (grandes superficies), CEC (Comercios minoristas), AVAD (venta a distancia), CA-AVE (agencias de viaje) y la FEHR (hostelería y restauración), para la fijación de las bases máximas de intercambio entre entidades de crédito.

En un principio, se intentó suscribir un convenio sobre las tasas de descuento, pero finalmente la negociación se centró en las tasas de intercambio. La reducción de estas últimas trae aparejada la reducción de las

por los consumidores deberían verse reducidos gracias al ahorro de los hoteleros y comerciantes. La Cehat es miembro de la Hotrec, la

asociación de hoteles y restaurantes a nivel europeo. A través de esta organización estamos representados en Europa y hacemos oír

nuestra voz en la defensa de los intereses de nuestros empresarios, contando con Juan Gaspart como Vicepresidente.

‘El ahorro de los hoteles por las comisiones soportadas correspondientes al pago con tarjetas de crédito se ha consolidado en el último año y esta partida ha vuelto a descender como ya lo hiciera en 2006’

cifra superior a la del ejercicio anterior en el que se registró un ahorro de más de 12 millones.

Esta nueva disminución ha sido posible tras la firma del convenio que tenía como fin reducir paulatinamente los altos costes de las comisiones de las tarjetas de crédito. En este sentido, la CEHAT ha velado por el cumplimiento del compromiso adquirido para garantizar que la reducción progresiva de las tasas de intercambio se traslade a los hoteles y alojamientos turísticos.

En 2007, las comisiones se

tasas de descuento. El convenio, además, diferenciaba entre las tasas de intercambio según un cobro a crédito o a débito. En el cobro a crédito la tasa se fija con un porcentaje y en cobro a débito como una cantidad fija en euros.

En diciembre de 2007, el Tribunal de la Comisión Europea emitió una sentencia contra MasterCard a nivel europeo por cobrar Tasas Multilaterales de Intercambio entre países del Espacio Económico Europeo. Es decir, el hecho de utilizar una tarjeta de crédito en un país dis-

‘En 2007, las comisiones se han situado en un 1,22% confirmando la reducción progresiva desde 2005. Hace dos años ascendían a 1,76%; en 2006 se situaban en 1,41% y en el 2007 cerrarán en el 1,22%, un 14% menos respecto al año anterior’

han situado en un 1,22% confirmando la reducción progresiva desde 2005. Hace dos años ascendían a 1,76%; en 2006 se situaban en 1,41% y en el 2007 cerrarán en el 1,22% lo que supone un 14% menos con respecto al año anterior y un 31% menos en relación a 2005, ahorro que se materializa en un incremento de ingresos para la cuenta de explotación.

Beneficioso para el sector

El 2 de diciembre de 2005, la CEHAT alcanzó un acuerdo con los tres sistemas gestores de tarjetas de crédito SERVIRED, Sistema 4B y Euro 6000 y el resto de asociaciones comerciales

tinto a aquél en el que está ubicada la entidad bancaria no justifica el cobro de una tasa suplementaria.

El motivo de la condena es que el importe de la tasa no se estaba utilizando para mejoras a nivel tecnológico, es decir, que estas tasas sí están permitidas cuando redunden en mejoras para los usuarios.

Las consecuencias de esta prohibición no se harán esperar: el resto de medios de pago tampoco podrán cobrar estas tasas, y, aún mejor, estarán obligadas a utilizar lo recaudado en el impulso del progreso técnico y económico. Incluso podemos adelantar que los precios pagados



El acuerdo firmado por CEHAT y las principales entidades de crédito resulta muy beneficioso para el sector.



En el año 2007 los hoteles ahorraron casi 20 millones de euros por la reducción de las tasas de intercambio.

El ICEX y CEHAT organizan unas jornadas técnicas para conocer las oportunidades de negocio en Dubai y Abu Dabi

El objetivo final de esta iniciativa es poner en contacto a los hoteleros con inversores de los E.A.U

El ICEX, en colaboración con CEHAT y la Cámara de Comercio de Palma de Mallorca, ha diseñado unas jornadas para este mes de febrero en dos

de los emiratos más importantes de los E.A.U: Dubai y Abu Dabi. De esta manera se busca ofrecer a los representantes del sector español la oportu-

unidad de conocer sobre el terreno las posibilidades de desarrollar proyectos hoteleros en dos de los estados más pujantes del momento

● JORNADAS TÉCNICAS DE TURISMO EN E.A.U. 2008

Oportunidades para el Sector Español de Gestión Hotelera en Dubai y Abu Dhabi. Del 17 al 20 de febrero de 2008

El ICEX (Instituto Español de Comercio Exterior), en colaboración con la CEHAT (Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos) y la Cámara de Comercio de Palma de Mallorca, convoca unas Jornadas Técnicas de Promoción de Turismo en los Emiratos Árabes Unidos (E.A.U.) del 17 al 20 de febrero de 2008, con el fin de dar a conocer a las empresas hoteleras españolas, de primera mano, las oportunidades que se presentan en los emiratos de Dubai y Abu Dhabi y de posicionarse en este importante mercado emergente en un momento en el que el sector está en pleno desarrollo y promete grandes perspectivas para el futuro.

El objetivo final de estas Jornadas Técnicas es poner en contacto a los hoteleros españoles con inversores de los E.A.U. para desarrollar proyectos de gestión hotelera. Esta acción promocional consistirá en una serie de conferencias de carácter técnico sobre el mercado de los E.A.U. en las que se facilitará a los asistentes información general y específica sobre el país y sus proyectos, así como sobre su particular entorno legal y fiscal; en la posibilidad de conocer algunos de los proyectos más emblemáticos de Dubai y de Abu Dhabi "in situ" mediante su visita sobre el terreno; y la oportunidad de realizar contactos bilaterales con grandes promotores e inversores de los E.A.U.

● FICHA TÉCNICA Y CONDICIONES DE PARTICIPACIÓN

FECHAS:

17 al 20 de febrero de 2008

ORGANIZAN:

- CEHAT, - ICEX (Instituto Español de Comercio Exterior) y la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Dubai

ZONAS A VISITAR:

Dubai y Abu Dhabi

SECTOR DE INTERÉS:

Gestión de Hoteles

CONTENIDO DEL VIAJE

- Información general y específica sobre el mercado y sus proyectos.
- Información específica sobre el entorno legal, tributario y de inversiones extranjeras en

E.A.U. Visitas a los proyectos de especial interés en Dubai y Abu Dhabi.

- Contactos y entrevistas bilaterales con promotores e inversores de los E.A.U.2

SERVICIOS INCLUIDOS EN LA ORGANIZACIÓN

- Organización de las jornadas técnicas, entrevistas y coordinación general del evento.

- Billeto de avión en clase turista Madrid-Dubai-Madrid, en compañía aérea de primera línea.

- Alojamiento de 3 noches en hotel de cuatro estrellas o calidad similar.

- Desplazamientos internos en los E.A.U. (Dubai y Abu Dhabi).

- Almuerzos de trabajo.

- Alquileres de salas y equipos para las jornadas y los encuentros bilaterales.

- Servicio de traducción simultánea.

- Documentación y materiales técnicos informativos.

- Personal técnico de apoyo y acompañamiento permanente de la misión.

PROGRAMA PROVISIONAL

● Domingo, 17 de febrero . Viaje España - Dubai

● Lunes, 18 de febrero - Dubai

09:00 – 18:00 horas:

· Introducción al mercado. Consejero Económico y Comercial de la Embajada de España en Dubai.

· Aspectos legales. Ponencias jurídico-legales.

· Presentación de la *Dubai Tourism Authority* y contactos bilaterales.

· Global Village. Presentación del proyecto Dubailand. 72 nuevos hoteles.

· Almuerzo de trabajo.

· Entrevistas individuales en Dubai con promotores e inversores locales.

● Martes, 19 de febrero - Abu Dhabi

10:00 – 18:00 horas:

· Presentación de oportunidades de negocio en la *TDIC (Tourism Development & Investment Company)*.

· Contactos bilaterales en la *TDIC*.

· Almuerzo de trabajo.

· Entrevistas individuales en Abu Dhabi con promotores e inversores locales.

18:00 horas:

· Regreso a Dubai

● Miércoles, 20 de febrero – Viaje vuelta a España

COORDINACIÓN

COORDINACIÓN

Para cualquier aclaración pueden dirigir sus consultas al número de teléfono 91 349 6329/6346; Fax: 91 577 0925 o Correo electrónico: carmen.gervigon@icex.es



Una de las grandes fuentes de ingresos de Dubai es el turismo de lujo.



Abu Dabi es el más grande de todos los Emiratos Árabes Unidos y tiene una población de casi 2 millones de habitantes.



Nuestra aportación de valor está basada en soluciones globales que abarcan todas las necesidades higiénicas del hotel / Trabajamos en estrecha colaboración con nuestros clientes / Nos centramos en optimizar los costes de aplicación

'Proquimia se postula como un colaborador que genera confianza y aporta valor a las empresas'

— José Antonio Gallego - Director División de Colectividades de Proquimia —

Proquimia, S.A es una empresa familiar fundada en 1971. En una primera etapa su actividad se centró en la fabricación de productos químicos detergentes de uso industrial para el mercado de hostelería, creando la División de Colectividades.

Desde entonces fabrica especialidades químicas y desarrolla sistemas del más alto nivel, seguros, respetuosos con las personas y el medio ambiente y con el menor coste global posible para cubrir las necesidades de Higiene del mercado institucional.

Pregunta: ¿Qué ofrece Proquimia al Sector Hotelero?

Respuesta: Desde hace cuatro décadas Proquimia ofrece al sector de la Hostelería productos y servicios que garantizan los estándares higiénicos de cada establecimiento conforme a sus características, requisitos legales y patrones de marca, asegurando la homogeneidad de la imagen transmitida.

P: ¿En qué se diferencia Proquimia del resto de sus competidores?

R: Ofrecemos una propuesta integral. Desde la recepción hasta las habitaciones y aseos, pasando por los bares y restaurantes, las cocinas, la lavandería y las piscinas. Sin olvidar el tratamiento de agua de consumo humano.

Nos aseguramos que sus huéspedes disfruten de agua en

perfectas condiciones, piscinas transparentes y saludables, impecables superficies, una cristalería brillante, suelos y alfombras inmaculados, fresca en la mantelería y blancura en la vajilla.

P: ¿Cómo definiría el posicionamiento de su empresa en el sector?

R: Proquimia, con una orientación estratégica claramente focalizada a las necesidades de sus clientes, se postula como un colaborador que genera confianza y aporta valor. Una confianza que deriva del firme compromiso de cada persona que integra Proquimia de apoyar a nuestros clientes, con el fin de proteger la imagen de su negocio, generar beneficios y contribuir en su éxito.

Además, está la aportación de valor basada en soluciones globales que abarcan todas las necesidades higiénicas del hotel y que se personalizan en función de las características específicas del establecimiento.

Todo ello con un servicio líder en el Sector, un compromiso de calidad, claridad y sencillez en las relaciones y de flexibilidad, rapidez de respuesta y practicidad.

P: ¿En el actual entorno socioeconómico cómo colabora Proquimia con sus clientes?

R: Trabajamos en estrecha colaboración con nuestros clientes con estrategias que les per-

mitan obtener mayor rentabilidad en un entorno muy competitivo y altamente especializado, debiendo adaptarse a las variaciones constantes de personal, costes de mano de obra, productos, servicios, etc. Estas estra-

tegorías están enfocadas a minimizar los costes manteniendo los máximos niveles de calidad.

Nos centramos en optimizar los costes de aplicación con productos y sistemas innovadores y altamente eficientes, reducir

los costes de no calidad vía la formación continua y el servicio preventivo y por último, aportar mejoras que incidan en la gestión medioambiental, laboral o de explotación de nuestros clientes.

PROQUIMIA SOLUCIONES INTEGRALES



Proquimia ofrece un conjunto de soluciones para la higiene en todas las zonas del hotel.

ENTIDADES COLABORADORAS

AON GIL Y CARVAJAL

Aon Gil y Carvajal, Correduría de Seguros y Consultoría de Riesgos, líder en el mercado español, ofrece tanto soluciones aseguradoras tradicionales como la Póliza Marco contra Quiebras e Impagos. Contacto 91.454.91.00

CEPSA

Cepsa ofrece a todos los socios de la CEHAT un importante descuento en la compra de su gasóleo C, para ello tan sólo deberán adherirse al convenio vigente, sin ningún compromiso. Contacto: 91.337.71.66

CHRISTIE + Co Business Intelligence

Consultora Internacional especializada en el sector hotelero y de la restauración, con 26 oficinas en Europa. Ofrece servicios de intermediación, consultoría valoración y estudios de mercado. Contacto: 93.343.61.61 / 912 992 992

ESTUDIOS Y REFORMAS

Estudios y Reformas es una empresa especializada en la rehabilitación integral de edificios, abarcando la reparación, mejora y embellecimiento de cualquier elemento constructivo del mismo, tanto fachadas, cubiertas, saneamiento, zonas interiores, estructura, etc, acometiendo estos trabajos con la mayor profesionalidad y calidad. Contacto: 91.531.08.69

DIRECTO

Este Grupo de consultoría com-

puesto 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

COEMCO

Empresa especializada en la externalización y gestión del área de restauración en Hospitales. A través del acuerdo firmado con CEHAT se pone a disposición de todo el sector para analizar las ventajas que puede ofrecer una práctica cada vez más común como la externalización de la restauración. Contacto: 915943357

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 hotelero.

Dotada de unas inmejorables instalaciones se ha convertido en un referente de calidad con proyección en la realidad andaluza.

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.

AIRE LIMPIO

Aire Limpio es una empresa líder en la implantación de soluciones de calidad de aire interior en los edificios le ayudará en la adecuación de sus zonas de fumadores de la manera más rápida, económica y eficiente. Contacto: 91.417.04.28.

PHILIPS

Royal Philips Electronics es líder en cuidado de la salud, estilo de vida y tecnología, ofreciendo productos, servicios y soluciones con su marca "sense and simplicity". Con una gran experiencia adquirida gracias a sus años de trabajo, ofrece la gama más amplia de televisores para responder a las necesidades de la industria hotelera. Contacto: 902 888 784

PROQUIMIA

Es la primera y única marca que existe que se dedica a la Higiene Integral para Hostelería. En Proquimia le damos el verdadero sentido a la palabra "integral", porque ofrecemos las condiciones higiénicas específicas para cada zona del hotel. Siempre con las ventajas de tener un único proveedor. Contacto: 93 883 23 53



Algunas propiedades disponibles

www.christie.com

Oficina de Barcelona
Plaza de España
C. Ecuador 8, y 7
Tel: +34 93 455 1100
E: barcelona@christie.com

Hoteles de Costa

BARCELONA

En venta
Finca y planta para 400 personas

• 1000 m² de terreno con 10 hectáreas de terreno de cultivo
• 1000 m² de terreno con 10 hectáreas de cultivo
• 1000 m² de terreno con 10 hectáreas de cultivo

Oficina de Madrid
Calle de Alcalá 121, 123
y Calle
de Toledo 121, 123
Tel: +34 91 455 1100
E: madrid@christie.com



BARCELONA

En venta
Alquiler a largo plazo

• 1000 m² de terreno con 10 hectáreas de terreno de cultivo
• 1000 m² de terreno con 10 hectáreas de cultivo
• 1000 m² de terreno con 10 hectáreas de cultivo

SUR DE TENERIFE

En venta
Consultar precio en nuestras oficinas

Los Gigantes

• Uso residencial
• Complejo con piscina y villas
• Situado en 'Los Gigantes'

Oficina de Madrid Ref 95790

Oficina de Berlin
Friedrichstraße 100
E: berlin@christie.com

Hoteles con Hacienda

BARCELONA

En venta
Alquiler a largo plazo

• 1000 m² de terreno con 10 hectáreas de terreno de cultivo
• 1000 m² de terreno con 10 hectáreas de cultivo
• 1000 m² de terreno con 10 hectáreas de cultivo

Oficina de Frankfurt
Friedrichstraße 100
E: frankfurt@christie.com



BARCELONA

En venta
Alquiler a largo plazo

• 1000 m² de terreno con 10 hectáreas de terreno de cultivo
• 1000 m² de terreno con 10 hectáreas de cultivo
• 1000 m² de terreno con 10 hectáreas de cultivo

PROYECTO DE INVERSIÓN

En venta
Alquiler a largo plazo

• 1000 m² de terreno con 10 hectáreas de terreno de cultivo
• 1000 m² de terreno con 10 hectáreas de cultivo
• 1000 m² de terreno con 10 hectáreas de cultivo

Oficina de Hamburgo
Friedrichstraße 100
E: hamburga@christie.com

Oficina de Londres
Friedrichstraße 100
E: london@christie.com

BARCELONA

En venta
Alquiler a largo plazo

• 1000 m² de terreno con 10 hectáreas de terreno de cultivo
• 1000 m² de terreno con 10 hectáreas de cultivo
• 1000 m² de terreno con 10 hectáreas de cultivo

BARCELONA

En venta
Alquiler a largo plazo

• 1000 m² de terreno con 10 hectáreas de terreno de cultivo
• 1000 m² de terreno con 10 hectáreas de cultivo
• 1000 m² de terreno con 10 hectáreas de cultivo

BARCELONA

En venta
Alquiler a largo plazo

• 1000 m² de terreno con 10 hectáreas de terreno de cultivo
• 1000 m² de terreno con 10 hectáreas de cultivo
• 1000 m² de terreno con 10 hectáreas de cultivo

BARCELONA

En venta
Alquiler a largo plazo

• 1000 m² de terreno con 10 hectáreas de terreno de cultivo
• 1000 m² de terreno con 10 hectáreas de cultivo
• 1000 m² de terreno con 10 hectáreas de cultivo

Oficina de Moscú
Friedrichstraße 100
E: moscu@christie.com

BARCELONA

En venta
Alquiler a largo plazo

• 1000 m² de terreno con 10 hectáreas de terreno de cultivo
• 1000 m² de terreno con 10 hectáreas de cultivo
• 1000 m² de terreno con 10 hectáreas de cultivo

BARCELONA, MONTROSES

En venta
Alquiler a largo plazo

• 1000 m² de terreno con 10 hectáreas de terreno de cultivo
• 1000 m² de terreno con 10 hectáreas de cultivo
• 1000 m² de terreno con 10 hectáreas de cultivo

BARCELONA, COSTA MEDITERRANEA

En venta
Alquiler a largo plazo

• 1000 m² de terreno con 10 hectáreas de terreno de cultivo
• 1000 m² de terreno con 10 hectáreas de cultivo
• 1000 m² de terreno con 10 hectáreas de cultivo

BARCELONA

En venta
Alquiler a largo plazo

• 1000 m² de terreno con 10 hectáreas de terreno de cultivo
• 1000 m² de terreno con 10 hectáreas de cultivo
• 1000 m² de terreno con 10 hectáreas de cultivo

Oficina de París
Friedrichstraße 100
E: paris@christie.com

Oficina de Roma
Friedrichstraße 100
E: roma@christie.com

Propiedades Holdings

BARCELONA

En venta
Alquiler a largo plazo

• 1000 m² de terreno con 10 hectáreas de terreno de cultivo
• 1000 m² de terreno con 10 hectáreas de cultivo
• 1000 m² de terreno con 10 hectáreas de cultivo

BARCELONA

En venta
Alquiler a largo plazo

• 1000 m² de terreno con 10 hectáreas de terreno de cultivo
• 1000 m² de terreno con 10 hectáreas de cultivo
• 1000 m² de terreno con 10 hectáreas de cultivo

BARCELONA

En venta
Alquiler a largo plazo

• 1000 m² de terreno con 10 hectáreas de terreno de cultivo
• 1000 m² de terreno con 10 hectáreas de cultivo
• 1000 m² de terreno con 10 hectáreas de cultivo

Nombramientos

► Pascal Bazin

Avis Europa ha anunciado el nombramiento de Pascal Bazin como nuevo consejero delegado. Bazin se incorpora al nuevo puesto después de haber sido director general, presidente de Avis Francia y miembro del Comité de Dirección Europeo.



► Rafael Aguirre

Rafael Aguirre Mercedo ha sido nombrado director del Hotsa Puerto Resort. Mercedo es Técnico Especialista en Marketing y cuenta con numerosos cursos en su haber como el de Relaciones Humanas o el de Optimización del Tiempo.



► Juan Igeño

Hotels Monte ha nombrado recientemente a Juan Igeño Bernardes nuevo director de ventas. Natural de Sevilla, Igeño tiene 38 años, es diplomado en Empresas y Actividades Turísticas y experto en Consultoría Turística. También posee una completa formación en sistemas de calidad.



► Stéphane Barrand

Tras una amplia trayectoria, Stéphane Barrand es el nuevo director general de Relais du Silence. Barrand ha trabajado en el Grupo Envergure y en VVF Vacances. En la actualidad afronta el reto de continuar el desarrollo de la marca en Europa.



Accede a la nueva web de CEHAT www.cehat.com
Descubre todas las ventajas para los asociados: eventos, noticias, foros, boletines, proyectos, y mucho, mucho más...

Buscador de Eventos

Regístrate y accede a todo el contenido

Encuentra Socio Colaborador

Buscas Hotel?

Noticias

El primer Índice del Observatorio de la Confianza en 2008 los resultados de 2007

Las Organizaciones

Buscas Hotel?

Logos: ACH, CEF, Cindia-Ci, DIRECTO



Mystery Shopping

El servicio de Mystery Shopping permite evaluar la calidad de servicio ofrecida en su red de establecimientos en "el momento de la verdad", frente al cliente, permitiendo tener una visión completa y objetiva de la realidad con la que se venían sus productos y servicios.

- Identificar puntos fuertes y áreas de mejora.
- Mejorar la calidad de servicio.
- Incrementar la satisfacción y fidelización de los clientes.
- Homogeneizar la imagen global de la marca.
- Análisis de la competencia.
- Mejorar los resultados comerciales de su enseña.

www.sgs.es/sergio.de.susa

SGS