

CEHAT y FEHR reúnen en Madrid a sus Asociados los días 25 y 26 de abril

La cita girará en torno a talleres profesionales para mejorar la gestión de las asociaciones

Las Asociaciones de Hostelería se dan cita por primera vez en su historia este mes durante los días 25 y 26 en Madrid en la primera Convención Nacional de Asociaciones de Hostele-

Con estos objetivos fundamentales, durante dos días la Convención programará diferentes talleres en los que se mostrarán fórmulas más eficaces de gestión y otras herramientas para generar valor añadido a las diferentes Asociaciones.

Esta primera Convención, que se celebrará en el Hotel Eurostars Tower de Madrid, incluirá la sesión plenaria 'El futuro del asociacionismo empresarial: del profesionalismo a la excelencia', que estará impartida por la sociodirectora de Korazza Ejecutivos, Valeria Guillote y el socio-director de Korazzaejecutivos.com, Pablo Serrano. De esta manera, en el encuentro se celebrarán varios

talleres en los que se trasladará a los asistentes las mejoras que pueden incorporar al funcionamiento de sus asociaciones, para que éstas se conviertan en organismos verdaderamente eficientes. Así, bajo el nombre 'Cómo estimular y motivar a la participación de los asociados', 'Cómo mejorar la prestación de servicios de la Asociación y determinar su valor', dirigido por Mario Arias Oliva, 'La comunicación en las Asociaciones' y 'Comercialización, ventas y fidelización en las Asociaciones', los asistentes al encuentro podrán conocer nuevos conceptos para incorporarlos a sus respectivas Asociaciones.

Convención / Págs.28 y 29

ría. El objetivo del encuentro es servir de punto de encuentro para técnicos y especialistas, fomentar el trabajo en red y profundizar en las cuestiones fundamentales del día a día



Madrid acoge el primer congreso nacional de asociaciones hosteleras.

CEHAT, con el 100% de las Asociaciones

Tras la incorporación de la Asociación de Hostelería de Almería y la Federación Castellano-Leonesa de Hostelería, ratificada en el Pleno de marzo de la Confederación, todas las asociaciones hoteleras de España han quedado incorporadas a CEHAT.

En estos momentos, la Confederación Española de Hoteles representa a un total de 64 Asociaciones así como a la Asociación de Cadenas Hoteleras Españolas y trabaja en diferentes ámbitos para la defensa de los intereses del Sector y en iniciativas encaminadas a preservar su competitividad, en la actual coyuntura económica.

Noticias CEHAT / Pág. 31

Polémica propuesta de la UE para la Hostelería

La Unión Europea a través de la Comisión Europea ha elaborado una propuesta que afecta de lleno al sector de la Hostelería y a sus obligaciones en cuanto a etiquetaje e información alimentaria. Así, si esta medida llegara a aprobarse, supondría que los establecimientos hosteleros tendrían que elaborar menús con "un sinnúmero de requisitos de información alimentaria" como la denominación del alimento, la declaración nutricional o el nombre del fabricante y envasador. Hasta la fecha, la legislación europea no impone de forma directa ninguna obligación en

lo que concierne al etiquetaje e información alimentaria, que debe ser facilitada al consumidor final en los restaurantes. La actual Directiva europea 2000/13/EC establece que los Estados miembros que así lo estimen oportuno, pueden introducir exigencias de información alimentaria en relación a la comida no pre-envasada vendida por los establecimientos hosteleros. La nueva propuesta de Reglamento de la Comisión Europea revierte completamente el enfoque del sistema legal vigente.

Info. Alimentaria / Pág. 11

Jornada Técnica de CEHAT en Jerez

La Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos ha celebrado en la Escuela de Hostelería de Jerez una Jornada Técnica que ha dado comienzo a la nueva convocatoria de los cursos de Formación Continua. La escuela acogió el pasado día 26 este encuentro, que dirigida prioritariamente a trabajadores del sector de Hostelería y que contaba además con la aprobación de la Fundación Tripartita para la Formación en el Empleo y por el Servicio Público de Empleo Estatal y cofinanciado por el Fondo Social Europeo.

Noticias CEHAT / Pág. 31

NOTICIAS EN BREVE



Molas valora el papel de Canaltur

El presidente de CEHAT, Juan Molas, ha valorado el papel de la plataforma pedagógica online del ITH, Canaltur, para ampliar la formación de los profesionales del Sector.

ITH / Pág. 23

El Proyecto de Ley de SOCIMIS

La Tribuna Jurídica de Garrigues analiza el Proyecto de Ley de Sociedades Anónimas Cotizadas de Inversión en el Mercado Inmobiliario (SOCIMIS).

Garrigues / Pág. 26



CEHAT y Rod Stewart en Tenerife

CEHAT y Canarias Live Sound Festival sortean cinco entradas dobles VIP para el concierto que el cantante Rod Stewart dará el 16 de mayo en Tenerife.

Comunicación / Pág. 13

SUMARIO

Editorial / Tribuna.....	3
Asociaciones.....	7- 10
Tribuna Jurídica.....	26
Laboral.....	27
Convención Nacional.....	28 y 29

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.





Hacemos hoteles.

■ **REQUENA Y PLAZA**

Arquitectura e Interiorismo
www.requenayplaza.com
91 726 63 70 - MADRID



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, Juan Gaspart, Fernando Fraile y Antoni Horrach (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), Santiago Larrodera, Noelia Santos, Eduardo Santamaría, Daniel Gallego, Marga González, Josep Marqués, Ignacio Samper, Mamen Martínez, Andrea Bulla, Miguel Praga, Trifón Abad, Marta Ruiz y Verónica Olivera.



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 Hostelería
 © Copyright NEXO EDITORES SA (diseño y realización) / Depósito Legal B.32092-2004 / Impreso en España

UNA PUBLICACIÓN DEL GRUPO **Nexo**

TRIBUNA HOTELERA

Soluciones que propone CEHAT para superar la situación económica

Juan Molas / Presidente de CEHAT

Plantear soluciones inmediatas en un mundo globalizado donde la coyuntura económica apunta a grandes incertidumbres de futuro es francamente difícil, pero en cualquier caso, desde la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos, creemos que tenemos el deber y la obligación de buscar aquellas alternativas adecuadas para que la industria hotelera y turística española sigan siendo un referente y uno de los soportes fundamentales en la estabilidad económica española.

Para ello, creemos que es indispensable mantener la competitividad de nuestro Sector y tomar una serie de medidas para que sigamos siendo competitivos frente a un grupo de países del arco mediterráneo cuyas estructuras sociales y económicas son más ventajosas que las nuestras.

Deberíamos diferenciar entre la Hostelería urbana y la vacacional. La primera, condicionada por una clientela que procede mayoritariamente del ámbito del mundo de la empresa y del negocio convenciones, congresos, etc.... La segunda, la tradicional Hostelería vacacional, está supeditada al importante volumen de visitantes que España recibe a lo largo del año y que se concentra mayoritariamente en los meses estivales.

Hemos de adelantarnos a los acontecimientos y reconocer que, a pesar de que la renta media de los europeos también está afectada por la crisis, seguimos disponiendo de todos los atributos necesarios como destino turístico de primer orden.

Pero ello no es óbice para que, de forma excepcional, las Administraciones Públicas, de acuerdo con el sector privado, ejecuten medidas preventivas para que las Cuentas de Resultados de la industria hotelera no se vean profundamente afectadas hasta el punto de alterar el normal desarrollo de un negocio.

Así, proponemos revisar entre otros una serie de acciones de efecto inmediato:

- Aplazamiento de impuestos directos devengados en el año en curso y que podrían ser atendidos en los próximos tres años.

- Deduciones en las cuotas de la Seguridad Social con el fin de incentivar la apertura de establecimientos de temporada, lo que permitiría recupe-

rar trabajadores que actualmente se encuentran en situación de subsidio de desempleo y que supondría una menor carga a las arcas del Estado.

- Un mayor rigor por parte de las autoridades sanitarias para corregir el volumen de absentismo laboral en el que nuestro país se ve inmerso habitualmente.

- Una definitiva política de control en todo lo que concierne a la oferta ilegal de pisos, residencias y apartamentos, que configuran una oferta desleal y que suponen una gran competencia para todos aquéllos que cumplimos las leyes.

- Una adecuada política de precios por parte de AENA, efectuando los descuentos que sean necesarios en los principales aeropuertos españoles, con el fin de incentivar a los grandes grupos turísticos europeos y poder mantener las cuotas de mercado.

- Un fluido diálogo entre empresarios, sindicatos y Administraciones para estudiar una posible renegociación de los convenios colectivos con el fin de mantener una cuota de empleo sin tener que diseñar drásticas reducciones del mismo.

- Y en cuanto a Promoción, realizar dos grandes campañas de choque. Una dirigida a los mercados europeos, fidelizados a lo largo de más de 50 años, así como a los nuevos mercados emergentes del Este de Europa, que vaya enfocada a segmentos que siguen apreciando el valor añadido que España supone como destino turístico. Y la otra, sin que suene a tópico patrioter, dirigida al conjunto de la sociedad española, para recordarles que este año 2009 es más necesario que nunca crear un efecto dominó de gasto responsable y sugerirles que no tendrán mejor experiencia que disfrutar de sus fines de semana, de sus escapadas, en definitiva de sus vacaciones, en otro lugar que no sea un destino español.

Podríamos proponer muchas otras soluciones pero creemos que, si se cumplieran las que hemos apuntado, estamos convencidos de poder superar esta difícil situación que nos encontramos, teniendo en cuenta que el sector hotelero español sigue siendo uno de los más fuertes, sólidos y comprometidos del conjunto de la economía.

'Se debe conseguir una definitiva política de control de la oferta ilegal, que es una gran competencia para todos los que cumplimos las leyes'

EDITORIAL

La gran cita de las asociaciones hosteleras

Los días 25 y 26 de este mes tiene lugar en la capital de España la primera Convención Nacional de Asociaciones de Hostelería, unas jornadas que pretenden servir de «punto de encuentro» para los profesionales del Sector y fomentar «el trabajo en red». Las Asociaciones empresariales funcionan hoy en día como organismos imprescindibles para articular, por un lado, las relaciones entre profesionales de un mismo ámbito y, por otro, como interlocutoras con las distintas Administraciones del Estado. Además, hacen válida la máxima de que 'la unión hace la fuerza' y más en estos tiempos en los que todos los sectores económicos se están viendo afectados por la actual coyuntura. La primera Convención Nacional de Asociaciones de Hostelería va a ofrecer a los participantes en la misma la posibilidad de actualizar y profundizar en los conocimientos sobre sus principales áreas de trabajo. Junto a esto, durante dos días los asistentes van a conocer fórmulas más eficaces de gestión y otras herramientas para generar un valor añadido a las asociaciones. Las cuatro sesiones llevan el nombre de 'Cómo estimular y motivar la participación de los asociados', 'Cómo mejorar la prestación de servicios de la Asociación y determinar su valor', 'La comunicación en las Asociaciones' y 'Comercialización, ventas y fidelización de las Asociaciones'. Como puede comprobarse, los talleres tienen un denominador común y llevan a una cuestión esencial para que las asociaciones empresariales se conviertan en verdaderos organismos de trabajo: la participación. Una asociación está formada por personas que intervienen en su trabajo del día a día, discuten sobre las posturas más convenientes a adoptar en los temas que les afectan y proponen iniciativas para mejorar la situación de su Sector. Las asociaciones son inmensamente valiosas porque funcionan como foros modernos y ofrecen servicios muy útiles a los socios, como pueden ser bolsas de trabajo, servicios de asesoramiento y consultoría o seminarios profesionales. Y una iniciativa como la que ahora se plantea, el primer encuentro nacional de Asociaciones de Hostelería, es, sin duda, una gran oportunidad para todos los profesionales españoles que no saldrá adelante sin la participación de los mismos. Porque, cuando más difícil se ponen las cosas, es cuando más sentido tiene estar unidos, compartir problemas y ofrecer soluciones conjuntas. Por ello, desde estas páginas invitamos a todos los profesionales de las Asociaciones integradas en CEHAT y FEHR para que acudan a esta Convención que, sin duda, tendrá un gran éxito.

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.



Grupo Banco Popular y CEOE ofrecerán créditos preferentes

El Grupo Banco Popular ha suscrito un acuerdo de colaboración con la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE) dotado con 3.000 millones de euros para créditos cuyo objetivo es impulsar actuaciones encaminadas a la mejora de la competitividad de las empresas de nuestro país

Con la firma de este acuerdo suscrito por Ángel Ron, presidente del Grupo Banco Popular, y Gerardo Díaz Ferrán, presidente de la CEOE, se pone a disposición de las empresas afiliadas a CEOE una línea de financiación por un importe inicial máximo de 3.000 millones de euros.

Grupo Banco Popular ha asumido en los últimos años un papel muy importante en la banca de empresas, desarrollando estructuras internas ágiles y flexibles para facilitar respuestas eficaces a los requerimientos empresariales en todos los ámbitos.

Su red de 2.230 oficinas da soporte a cualquier tipo de negocio y está especializada en dar apoyo a empresas de tamaño pequeño, mediano y grande.

Además de la línea de financiación, Grupo Banco Popular pondrá a disposición de las empresas afiliadas a CEOE soluciones financieras adecuadas a la naturaleza de los distintos negocios y proyectos empresariales.

Asimismo, las empresas podrán acceder en condiciones preferentes a un conjunto de pro-



El objetivo del acuerdo es mejorar la competitividad de las empresas.

ductos diseñados por Grupo Banco Popular para favorecer la mejora de la capacidad productiva, la eficiencia y el crecimiento de las empresas.

CEOE, para la realización y puesta en marcha de las acciones previstas en el desarrollo del objeto de este acuerdo, realizará una campaña de difusión a través de las Organizaciones miembros de CEOE, con las em-

presas afiliadas de éstas, para facilitar y promover su acceso a esta nueva fuente de financiación. Además, organizará de común acuerdo y en colaboración con Grupo Banco Popular, jornadas específicas dirigidas a sectores empresariales definidos, a fin de concretar necesidades y poner sus productos y servicios a disposición de las empresas.



La nueva máquina Atlante de Saeco tiene capacidad para 700 vasos.

Saeco lanza las nuevas máquinas Phedra y Atlante

Saeco ha creado unas páginas web para promocionar el lanzamiento de las nuevas máquinas de bebidas calientes de su gama Top, la Phedra y la Atlante, a los sectores del *Vending*, *Office Coffee Service* y *Horeca*. En estas páginas web —www.saecophedra.com y www.saecoatlante.com— los usuarios podrán encontrar información detallada de los nuevos modelos Phedra y Atlante con todas las características, datos, ficha técnica, así como fotografías y vídeos.

Elegante, compacta y tecnológicamente muy avanzada, Saeco Phedra es la nueva máqui-

na semiautomática Table Top de bebidas calientes de Saeco. Su gran polivalencia le permite adaptarse a los canales de *Vending*, *OCS* y *Horeca* siendo una atractiva opción para pequeños establecimientos, oficinas y establecimientos de hostelería.

Por su parte, Saeco Atlante es la máquina *Freestanding* de bebidas calientes de la nueva gama Top de Saeco. Atlante es una máquina de 700 vasos, con 2 contenedores de café en grano y 5 contenedores para productos solubles. Puede suministrar hasta 54 bebidas diferentes a través de sus 20 selecciones directas y la posibilidad de usar 2 preselecciones.



El Apartahotel Costa Salinas tiene una categoría de tres llaves.

Hotasa Hoteles compra dos nuevos establecimientos

El hotel y el apartahotel están situados en La Palma

Hotasa Hoteles ha adquirido dos hoteles, uno de cuatro estrellas y otro de tres llaves, ubicados en La Palma, con lo que amplía su portafolio de hoteles de carácter vacacional distribuidos en Baleares, Huelva, Málaga y Canarias.

Los dos establecimientos se encuentran situados en primera línea de mar en la isla de La Palma y están ubicados cerca de la capital de la Isla, a cinco kilómetros de Santa Cruz de La Palma y del Aeropuerto Internacional de La

Palma, en la Playa de Los Cancajos. El Hotel Taburiente Playa ofrece unas completas instalaciones rodeadas de jardines, con 293 habitaciones, de las cuales 9 son junior suites, y una suite real, todas con terraza y la mayoría de ellas con vistas al mar.

Por su parte, la segunda adquisición de Hotasa, el Apartahotel Costa Salinas, está ubicado junto al anterior y dispone de 140 apartamentos, de los cuales 122 son de un dormitorio y 18 de dos.

El Hotel Palacio de Cutre reabre sus puertas después de una reforma

El Hotel Palacio de Cutre, construido a partir de un antiguo palacio del siglo XVI, reabre sus puertas este mes para hacer frente a la temporada primavera-verano tras una

reforma del establecimiento. Una nueva suite familiar o la renovación de la imagen de sus comedores y zonas comunes son dos de las mejoras que se han llevado a cabo

Enclavado en la ladera meridional del Valle del Sueve, el Hotel Palacio de Cutre vuelve a reanudar su actividad tras la finalización de la temporada invernal y de las obras de mejora y renovación de la imagen de comedores y zonas comunes del establecimiento, que vuelve a poner a disposición de sus huéspedes su completa oferta, esta vez ampliada también por su nueva suite familiar, El Nogal. Una estancia de 96 metros cuadrados repartidos en dos plantas y que cuenta con dos habitaciones dobles, un baño completo, un aseo y un gran salón con chimenea

Además de la remodelación de sus instalaciones de cara a la época estival, el Hotel Palacio de Cutre amplía sus servicios y ofrece al cliente nuevos valores añadidos a través de dos proyectos orientados a la realización de actividades de ocio y deporte: la instalación de una piscina de agua climatizada con zona infantil integrada en el paisaje natural que rodea el Palacio, donde se podrá disfrutar de unos momentos de disfrute familiar inolvidables y de una zona de *pitch & putt*. Todo

ello con la intención de mantener los parámetros de servicio y calidad del establecimiento. La segunda fase del proceso de renovación de sus instalaciones está previsto que vuelva a iniciarse durante los primeros meses del 2010, en los que

se llevarán a cabo más reformas de acondicionamiento y mejora del establecimiento, como la instalación de un ascensor, que facilitará el acceso a todas las plantas del hotel y modificaciones en las 19 estancias.



El Hotel Palacio de Cutre está situado en el Valle del Sueve en Asturias.

HotelandGo.com opta por una recepción automática con sistema de pago 24 horas al día durante todo el año

HotelandGo, la marca Express de la cadena Husa Hoteles, inauguró en octubre de 2007 su primer HotelandGo.com Miranda de tres estrellas, ubicado en la plataforma logística de Arasur en Álava.

Este hotel, con una capacidad de 95 habitaciones, está equipado con un Terminal exterior *Express Check-In*, 365/24h de Ariane Systems. Así, HotelandGo fue la primera cadena española en incorporar una recepción automatizada *Express Check-In* con sistema de pago.

Esta solución ofrece una recepción completa (365 días / 24 horas) con la máxima seguridad en sólo tres pasos. De este manera, desde el Terminal el cliente puede:

1. Hacer una reserva o buscar su reserva a través de una pantalla táctil.
2. Hacer el *check-in* automático con el escáner de documentos.
3. Realizar el pago *online* de la reserva con su tarjeta de crédito.

El cliente, una vez finalizado este proceso, recibe la llave de

su habitación y su factura. El sistema, completamente automatizado, está totalmente integrado con el programa de gestión del hotel (PMS) y el sistema de llaves magnéticas. Además, no requiere ninguna manipulación en la preparación de las llegadas por parte del personal. Se trata de un sistema cómodo y fácil de

usar cuya ventaja principal es que permite una mejor gestión de los costes laborales, un factor que preocupa al sector hotelero, especialmente en el contexto económico actual.

to económico actual.

Ariane Systems
Tel: 91 702 51 80
www.ariane-systems.com



El sistema permite hacer una reserva a través de una pantalla táctil.



HotelandGo inauguró su primer establecimiento en el año 2007 en Alava.



A la izquierda, Miguel Ángel Villanueva, junto a Miguel Mirones.

El ICTE colaborará con el Ayuntamiento de Madrid

El acuerdo busca mejorar la gestión turística

Dentro de las medidas tendientes a potenciar el Turismo en Madrid, el Área de Gobierno de Economía y Empleo ha suscrito un convenio con el Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE) para llevar a cabo una serie de medidas conjuntas con el fin de conseguir una mayor eficiencia en la gestión turística en la ciudad. La firma del protocolo de intenciones ha corrido a cargo del delegado de Economía y Empleo, Miguel Ángel Villanueva, y el presidente del ICTE, Miguel Mirones. El objetivo de este protocolo de intenciones es colaborar de forma estable en la puesta en marcha

de acciones para mejorar la calidad en el Patronato de Turismo de Madrid, fomentando la implantación del Sistema 'Q' de Calidad Turística Española. De esta forma se contribuirá a reforzar el posicionamiento competitivo de los servicios y productos turísticos que ofrece a sus clientes y usuarios. Otra de las metas que persigue el acuerdo es aunar esfuerzos para lograr una mayor eficacia de las acciones que se realizan en aras de la difusión de la cultura de la calidad. Se trata, en líneas generales, de profundizar en la estrategia que apuesta por el desarrollo de un modelo turístico de calidad.

Román, de la Escuela de Jerez, gana un segundo premio de cocina

El alumno de la Escuela de Hostelería de Jerez Antonio Jesús Román Bernal, natural de Jerez y de veintidós años de edad, ha ganado el segundo premio de

Jóvenes Cocineros del I Congreso Andaluz de Cofradías y Asociaciones Enogastronómicas celebrado en Jaén. Le asistió como ayudante José Tovar Postigo

El premiado, de 2º de Diplomatura Técnica en Cocina, ha participado en el concurso con el plato titulado 'La berza de mi madre'. Este galardón se suma a otros tantos que los jóvenes alumnos de la Escuela de Hostelería de Jerez han venido recibiendo de un tiempo a esta parte en diversos concursos gastronómicos a nivel andaluz y nacional.

La Comarca de la Sierra Sur de Jaén ha sido el escenario del I Congreso Andaluz de Cofradías y Asociaciones Enogastronómicas que organiza la Federación Andaluza de Cofradías Vínicas y Gastronómicas (FECOAN) y la Cofradía Gastronómica de la Sierra Sur El Dornillo, con el patrocinio de la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía, la Diputación Provincial de Jaén, la Asociación para el Desarrollo Rural de la Sierra Sur (ADSUR), la Yeguada la Beata de Valdepeñas de Jaén y los Ayuntamientos de los municipios jienenses de Los Villares y Valdepeñas de Jaén.

El evento, que se celebró durante los días 6, 7 y 8 del mes de marzo, se ha desarrollado bajo el lema 'Cocina Histórica, Tradicional y Aceite de Oliva' y al mismo se convocó a cada una de las 266 asociaciones gastronómicas de Andalu-

cía. Los objetivos de este congreso son promocionar los productos agroalimentarios de calidad certificada y ecológica de Andalucía, investigar y difundir la cocina tradicional e histórica andaluza y la alimentación mediterránea elaborada con aceite de

oliva virgen extra. Además, se busca propiciar un encuentro de cofradías, asociaciones y entidades vínicas y gastronómicas de Andalucía y promocionar el rico patrimonio histórico-artístico, natural y de costumbres y tradiciones andaluz.



Antonio Jesús Román Bernal, de la Escuela de Hostelería de Jerez.

Información turística sobre Valencia a través del móvil

El organismo Turismo Valencia ha desarrollado el servicio 'turisvalencia.mobi', una versión adaptada de su página web que permite la navegación desde termi-

nales móviles con el fin de ofrecer información de todo tipo a los turistas sobre la oferta de ocio y cultura de la ciudad durante las 24 horas del día

Gracias este servicio ya se puede disponer de toda la información de la ciudad desde cualquier punto, sin necesidad de ordenador, papel ni bolígrafos. De este modo es posible, por ejemplo, consultar los listados de restaurantes u hoteles de www.turisvalencia.es, y llamar para hacer reservas de la manera más sencilla, directamente con el teléfono móvil. Además, en los próximos meses Turismo Valencia lanzará asimismo nuevas guías para el móvil, descargables vía sms o bluetooth, para aquellos usuarios que no dispongan de tarifa plana en el móvil. Tras la puesta en marcha de las dos pantallas táctiles en las oficinas del Aeropuerto y de la Plaza de la Reina, con una versión táctil de la web disponible para cualquier visitante fuera del horario de oficina, Turismo Valencia ha ofrecido a sus empresas asociadas la versión digital del plano de la ciudad, con toda la información práctica para el turista.

Esta herramienta supone un avance frente a los tradiciona-



El nuevo servicio permite conocer todo tipo de información sobre la ciudad.

les planos de cualquier ciudad, ya que con un formato más moderno y a través de una pantalla táctil, se proporciona la información más completa al instante, afirmaron.

Turismo Valencia también ha creado una simpática aplicación

para el escritorio del ordenador, un widget que, a través del calendario, informa de todo lo que ocurre en Valencia, con las actividades programadas en agenda, las notas de prensa, las noticias profesionales y los eventos que tienen lugar cada día.

OZONIA
CONSULTORES

El ICTE cuenta con una nueva delegación en Santa Cruz de Tenerife.

CEHAT firma un acuerdo con Ozonia Consultores S.L.

El pasado día 1 de abril la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), ha firmado un nuevo acuerdo de Socio Colaborador con OZONIA CONSULTORES.S.L. A través de este acuerdo se quiere dar solución a las necesidades relacionadas con la aplicación de la Ley Organica de Protección de Datos (OPD), con una fórmula económica que per-

mite a los establecimientos hoteleros Asociados, reducir la inversión al mínimo asegurando completamente el cumplimiento de esta normativa. Para más información sobre este servicio, se puede visitar la web de CEHAT (www.cehat.com) en la sección 'Convenios', o ponerse en contacto directamente con OZONIA CONSULTORES en el teléfono 902.929.909.



Los premios de Condé Nast Johansens los deciden los lectores.

El Ocean Coral & Turquesa, mejor resort internacional

El hotel ha sido distinguido por Condé Nast Traveler

El hotel Ocean Coral & Turquesa ha recibido el premio Condé Nast Traveler 2009 al mejor resort internacional. Los lectores de la edición española de esta prestigiosa revista de viajes han escogido el hotel Ocean Coral & Turquesa como el mejor resort internacional entre una lista de finalistas entre los que se encontraban una selección de los mejores hoteles de todo el mundo. Gemma Espelt, directora de Marketing de H10 Hotels, fue la encargada de recoger el galardón en la ceremo-

nia de premios. En la gala estuvieron presentes una numerosa representación del sector turístico y rostros conocidos como la actriz Aitana Sánchez Gijón, las televisivas Ana García Siñeriz, Mercedes Milá y Paula Vázquez, la modelo Martina Klein o la cantante Alaska.

La directora de la revista, Sandra del Río, subrayó que es muy importante que estos premios los hayan decidido los lectores y que pueden considerarse como "los Oscar de los viajes".

DIRECTO gestiona una subvención de 9,9 millones de euros en Adeje

DIRECTO Consultores ha gestionado la aprobación de una subvención de 9,9 millones de euros gestionada por el ministerio de Economía para el proyecto tu-

ristico promovido por Explotaciones Santonel, S.L., empresa perteneciente al Grupo Fedola, promovida por el empresario canario Fernando López Arvelo

La subvención, concedida por el Ministerio de Economía y procedente de los Fondos Europeos para el Desarrollo Regional (FEDER), supone una ayuda del 14% sobre la inversión realizada y supera a todo lo conseguido en los últimos 7 años. El proyecto, con una inversión total de 71 millones de euros, consiste en la construcción de un hotel temático familiar de cinco estrellas, el Hotel Victoria Suites, en Adeje. El establecimiento se centrará en el Turismo familiar y permitirá crear 200 puestos de trabajo directos, de los cuales 76 serán fijos, así como numerosos empleos indirectos gracias a la dinamización de la economía local. En un principio, este proyecto no contaba con el beneplácito de la Administración Central, por lo que DYRECTO Consultores movilizó a distintas Administraciones y estamentos públicos canarios implicados en la aprobación del proyecto, lo que se tradujo en un apoyo unánime al proyecto por parte de la Consejería de Economía y Hacienda y la Consejería de Turismo del Gobierno de Canarias, el Parlamento de Canarias, el Cabildo de Te-

nerife, ASHOTEL y CEHAT para sensibilizar a la Administración central de la necesidad de que las ayudas de la UE lleguen urgentemente al sector turístico. Al respecto, Jaime Cavero, socio director de DYRECTO consultores, ha manifestado que con la resolución

favorable de este proyecto "hemos conseguido desbloquear los incentivos para Canarias" y que ahora "ya contamos con el precedente que necesitábamos para conseguir que las ayudas disponibles para Canarias se destinen a las inversiones de los empresarios".



El Hotel Victoria Suites se encuentra en la localidad de Adeje.

Las V Jornadas Gastronómicas de Cantabria reúnen a 99 empresas

El presidente de la Asociación Empresarial de Hostelería de Cantabria (AEHC), Emérito Astuy Martínez, ha presentado las V Jornadas de los Productos Gastro-

nómicos de la Comunidad autónoma, que se celebran desde el 19 de marzo hasta el 5 de abril y en la que participan 99 restaurantes y hoteles de toda la región

En el acto de presentación han participado el consejero de Cultura, Turismo y Deporte del Gobierno de Cantabria, Francisco Javier López Marcano, y el presidente de la Cámara de Comercio de Cantabria, Modesto Piñeiro.

En su intervención, Astuy ha destacado que, a través de iniciativas como las Jornadas Gastronómicas de Cantabria, se atrae a "más gente" a la Comunidad y ha explicado que el doble objetivo de esta actividad es "dar a conocer los establecimientos participantes y presentar ante el consumidor una amplia oferta de restaurantes y hoteles en la que prima la calidad de los productos, el esmerado servicio y la cuidada elaboración de los platos".

El presidente de los hoteleros se ha mostrado convencido de que iniciativas como ésta ayudan al sector hostelero a "suavizar" los efectos de la crisis económica. "Hay que trabajar más y esforzarse el doble que hace meses, pero también hay que sentarse a innovar, a plantear al consumidor propuestas diferen-



Las jornadas pretenden atraer a más visitantes a Cantabria.

tes que le sorprendan y atraigan", ha añadido.

Por su parte, el consejero de Cultura, Turismo y Deporte ha anunciado que la colaboración entre la AEHC y su departamento se ampliará próximamente mediante un convenio de colaboración entre ambas entidades que repercutirá en la Central de

Reservas *online*. En opinión de López Marcano, se trata de "un servicio interesante que esperamos reparta beneficios".

Por último, para Modesto Piñeiro las jornadas representan "un éxito garantizado" debido a la "profesionalidad, diversidad y calidad del producto presentado".



Los cursos están respaldados por la Universidad Camilo José Cela.

ASOLAN imparte cursos de Desarrollo Directivo

La patronal turística de Lanzarote, ASOLAN, ha puesto en marcha varios cursos de Desarrollo Directivo para mandos intermedios en la Hostelería en Lanzarote que comenzaron el mes pasado. La iniciativa cuenta con el reconocimiento de la Universidad Camino José Cela y el Instituto de Gestión Empresarial y *Management*. Igualmente, durante los próximos meses se impartirán los módulos formativos y los participantes en estos planes podrán acceder al diploma de Desarrollo Directivo expedido por la Universidad Camilo José Cela. En este sentido, las instalaciones

del Arrecife Gran Hotel en la capital conejera acogieron el pasado día 10 de marzo el primer módulo con la presencia de Xavier Osés, profesor del Instituto de Gestión Empresarial y Management de la Fundación EAE (Escuela de Administración de Empresas), donde se abordaron las Finanzas para no Financieros. Este módulo formativo se impartirá durante 24 horas los martes, miércoles y jueves.

Entre las materias se estudiará Fundamentos de la Gestión Empresarial o la Función Financiera de la empresa, Planes y Presupuestos.



A la izquierda, David Prieto, junto a José Luis Guevara.

AEHS y ADAHS firman un convenio de colaboración

El acuerdo incluye el ámbito de la formación

La Asociación de Empresarios de Hostelería de Salamanca (AEHS) y la Asociación de Distribuidores de Alimentación y Hostelería de Salamanca (ADAHS) han firmado un convenio gracias al cual elaborarán de manera conjunta cuantas iniciativas resulten de interés para ambas partes en aras a la proyección de ambos Sectores y prestando la colaboración necesaria. De esta manera, se plantean tres futuras propuestas comunes:

1. Reivindicación ante normativas que afecten al sector de Hostelería en común.
2. Intercambio de información para el mejor funcionamiento de la actividad Feria de Día.
3. Realización de actividades formativas comunes entre asociados y asociaciones.

En la firma del convenio participaron el presidente de ADAHS, José Luis Guevara, y el presidente de la AEHS, David Prieto.

CAEB presenta la nueva Guía para Gestión Ambiental en Hostelería

La CAEB presentó el pasado mes de marzo la nueva Guía para la gestión ambiental en el Sector de la Hostelería en un acto que contó con la asistencia del director

general de Calidad Ambiental de Medio Ambiente y el gerente de la Federación Hotelera de Mallorca y del gerente de la Asociación Hotelera de Menorca (ASHOME)

La CAEB trabaja desde hace varios años en apoyar y asesorar a los empresarios en la gestión medioambiental como ventaja competitiva y participa en la difusión de una cultura responsable con el medio ambiente.

A través del Gabinete de Prevención, calidad y Medio Ambiente de la Confederación y gracias a la colaboración de la consejería de Medio Ambiente y de la Agencia Balear del Agua y la Calidad Ambiental, se divulga la normativa vigente en temas medioambientales, se asesora a las empresas en base a la normativa que les afecta, se ofrece orientación y apoyo para la implantación de sistemas de gestión medioambiental, se realizan jornadas de carácter divulgativo e informativo, así como documentos y herramientas que faciliten la gestión empresarial en medio ambiente.

La Guía, que ha sido elaborada con la participación activa de la Federación Hotelera de Mallorca y de la Asociación Hotelera de Menorca, forma parte de las actuaciones realizadas bajo el convenio de co-

laboración 2008 - 2009 entre la CAEB y la Agencia Balear del Agua y la Calidad Ambiental de la consejería de Medio Ambiente, siendo uno de los objetivos de este convenio fomentar la reducción de los efectos ambientales negativos de las actividades productivas en las Islas Baleares. Esta guía pretende ser una

herramienta de trabajo que facilite la puesta en marcha de buenas prácticas ambientales, así como la aplicación de sistemas de gestión ambiental en las empresas del sector turístico, con el objetivo de minimizar los impactos negativos derivados de los procesos productivos de la empresa.



La guía asesora a las empresas en materia de medio ambiente.

Los hoteleros de Canarias se reúnen con Paulino Rivero

El pasado mes de febrero los hoteleros de la zona norte se reunieron con el presidente del Gobierno de Canarias, Paulino Rivero, en un encuentro al que también asistieron, entre otros, la Consejera de Turismo del Gobierno de Canarias, Rita Martín o el Director General de Infraestructuras, Sebastián Ledesma

En el transcurso de este encuentro hablaron sobre la situación general de crisis, sus repercusiones en la temporada turística y la necesidad de renovar la planta, avanzar en las infraestructuras pendientes del Puerto, mejorar la promoción y, sobre todo, evitar que se reduzcan los vuelos a las Islas y el número de clientes con acciones eficaces con operadores turísticos como TUI o Thomas Cook. Asimismo, la Asociación Hotelera y Extrahotelera de Tenerife, La Palma, La Gomera y El Hierro (Ashotel) ha anunciado que formará parte del consorcio de Puerto de la Cruz, un organismo que financiará y gestionará el plan de renovación de los espacios públicos y privados de la ciudad.

Este consorcio es el primero de este tipo que se constituye en el archipiélago y uno de los primeros en toda España junto al de Palma de Mallorca y la Costa del Sol y está pendiente de una reunión entre las partes a finales de mes para elaborar los estatutos que regularán su funcionamiento. Al respecto, la alcaldesa



En el centro, el presidente de la Comunidad de Canarias, Paulino Rivero.

del Ayuntamiento de Puerto de la Cruz, Lola Padrón, se ha referido a esta iniciativa como parte del Plan de Turismo 2020 y ha manifestado que incluye entre sus ejes principales un programa de inversiones para la modernización integral de los destinos maduros, tal y como sucede con la localidad tinerfeña, a la que se le considera como

"la primera ciudad turística de Canarias". En este sentido, Padrón ha puntualizado que el plan turístico se coordinará a través de cuatro mesas de trabajo y cinco planes estratégicos que definirán las medidas que se llevarán a cabo entre 2009 y 2020, tal y como se acordó en la I Mesa de Trabajo por la Calidad del Turismo en Canarias.



El nuevo representante de la asociación empresarial, José Carlos Escribano.

AEHCOS elige a José Carlos Escribano como presidente

El pasado mes de febrero se celebró la Asamblea General de AEHCOS en la que José Carlos Escribano fue elegido por unanimidad nuevo presidente de la Asociación de Empresarios Hoteleros de la Costa del Sol, por los más de un centenar de asociados que acudieron a la cita, relevando así a Salvador Vilches, quien ha ocupado el cargo durante los tres últimos años. Entre los proyectos que el nuevo presidente de AEHCOS ha anunciado durante su intervención cabe destacar la celebración de una feria mundial de turismo online de la Costa del Sol, mediante la

cual la marca 'Costa del Sol' estará presente en todos los operadores y buscadores y permitirá a los profesionales del Turismo contar con un espacio en el que puedan comercializar sus productos a través de un *workshop* virtual.

Asimismo, Escribano propuso la creación de un departamento de ayuda en materia de subvenciones públicas que se encargará del asesoramiento y seguimiento de las ofertas en esta materia y un gabinete encargado de formar e informar al sector turístico en temas medioambientales.



La AEHC promocionó en Toulouse los mejores productos de Cantabria.

La AEHC participa en la feria de Toulouse

El Hotel Las Carolinas participó en diversos actos

La Asociación Empresarial de Hostelería de Cantabria (AEHC) ha participado de forma activa en la feria de Turismo de Toulouse, a través del Hotel-Escuela 'Las Carolinas', el centro de formación de la AEHC.

Francisco Jerez, jefe de Cocina del Hotel-Escuela 'Las Carolinas', y dos alumnos del 'Curso de Gestión Integral y Práctica de Negocios Hoteleros', que se desarrolla desde septiembre del pasado año hasta junio de 2009, han dado a degustar siete kilos de anchoa de Santoña a los visitantes de la feria. Esta actividad tuvo buena acogida entre los curiosos que se acercaron a contemplar el

proceso por el que se limpian y se preparan las anchoas, que más tarde tuvieron la ocasión de saborear.

La Asociación Empresarial de Hostelería de Cantabria (AEHC) y el Ayuntamiento de Santander han viajado a Toulouse para promocionar los atractivos turísticos de la ciudad de Santander y de la Comunidad autónoma de Cantabria.

Además de dar a conocer la candidatura de Santander a la capitalidad Europea de la Cultura en 2016, se presentaron en Toulouse otras propuestas como la iniciativa conjunta de la AEHC y el Ayuntamiento 'Santander FindePack'.

La Asociación de Turismo de Huesca formó en 2008 a 600 alumnos

La Asociación Provincial de Empresarios de Hostelería y Turismo de Huesca formó el año pasado a un total de 600 profesionales a través de diversas acciones realizadas tan-

to dentro del Plan de Formación Continua del programa de ámbito estatal, como dentro del programa sectorial, lo que supone un incremento de alumnos del 390%

Dentro del Plan de Formación Continua, promovido por la Confederación Española de Hoteles y Apartamentos Turísticos (CEHAT) y la Federación Española de Hostelería en el marco de la convocatoria de subvenciones públicas mediante Contratos Programa de ámbito estatal de la Fundación Tripartita para la formación en el empleo, esta asociación realizó durante el pasado año 2008 un total de 33 cursos en toda la provincia de Huesca, destacando que 27 de éstos se realizaron en la modalidad presencial y el resto, seis, se han realizado a distancia, si bien de todos ellos, entre los que se encontraban cursos de diferentes temáticas como elaboración de menús para celíacos, atención al cliente, ofimática o inglés, cabe señalar que se encontraban dirigidos exclusivamente a desempleados, trabajadores en activo y autónomos del Sector de Hostelería.

Por su parte, dentro del Plan de Formación Continua promovido por el Instituto Aragonés de Empleo en el marco de la convocatoria de

subvenciones públicas destinadas a la realización de acciones mediante Contratos Programa Sectoriales para la formación de trabajadores ocupados en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Aragón, la Asociación ha realizado tres cursos en las localidades de Huesca, Sabiñánigo y Tramacastilla de Tena.

De esta manera, en comparación con las cifras de 2007, cabe destacar el incremento del 390% en el número de profesionales formados (pasando de 154 a 600) así como que se han realizado 36 cursos durante el año 2008 en

diez localidades diferentes, cuando en 2007 se organizaron únicamente diez. Estos datos significan que se ha producido un incremento sobresaliente en cuanto al número, variedad y diversidad geográfica de estos durante el pasado año.

Así, se demuestra el continuo esfuerzo de la Asociación de Hostelería y Turismo de Huesca por mejorar la competitividad y formación en el sector de la Hostelería y el Turismo de la provincia, dando cobertura a las necesidades concretas de las diferentes empresas asociadas.



La atención al cliente es uno de los cursos que se ofrece en la escuela.

La FEHT presenta el centro de innovación CIDE Turismo

El presidente de la Federación de Empresarios de Hostelería y Turismo de Las Palmas (FEHT), Fernando Fraile, ha presentado el Centro de Innovación y Desarrollo Empresarial CIDE Turismo FEHT, un organismo cuyo objetivo principal es ayudar a que las empresas del sector turístico sean más competitivas

La Red CIDE (Red Canaria de Centros de Innovación y Desarrollo Empresarial) tiene como objetivo "mejorar la competitividad de las pequeñas y medianas empresas canarias", potenciando sus aptitudes y actitudes innovadoras, tal y como ha explicado la asociación empresarial.

Además, FEHT ha puntualizado que la red ofrece, de manera personalizada, diversos servicios encaminados a lograr que las empresas "alcancen los objetivos comerciales y económicos que no han podido llevar a cabo".

Innovar para mejorar

Al acto de presentación han asistido importantes empresarios del Sector, que han debatido sobre diversas cuestiones como la innovación como herramienta de gestión, las acciones de apoyo a dicha innovación en el sector del Turismo y las líneas de ayudas y financiación para las empresas. La innovación, especialmente en tiempos de crisis como el ac-



A través del CIDE se persigue configurar una oferta más competitiva.

tual se presenta como una gran posibilidad para los empresarios del Sector, que pueden

conseguir un ahorro de costes, una mejor gestión y, por lo tanto, unos mejores resultados.



Emérito Astuy gestionó el Hotel Astuy después de trabajar en Tánger.

Cantabria reconoce la labor de Emérito Astuy Argos

El Gobierno de Cantabria ha autorizado la concesión de la Medalla de Oro al Mérito Turístico a Emérito Astuy Argos por "su contribución a la imagen, promoción y desarrollo turístico de la Comunidad Autónoma". Esta distinción reconoce "el carácter emprendedor y el temprano interés del empresario por el Turismo".

Tras su paso por Tánger (Marruecos), Astuy Argos se hizo cargo de la gestión del Hotel Astuy, regentado hasta entonces por sus padres, precursores del Turismo en la zona de Trasmiera, entonces una comarca con escasa infraestructura. Entre los diferentes pre-

mios recibidos, el empresario ha sido galardonado con la Medalla Nacional al Mérito Turístico, que le fue otorgada en 1986 por "su excelente formación empresarial e inquietud profesional", manifestada en su dedicación, entre otras, a la Asociación Empresarial de Hostelería de Cantabria, que en la actualidad preside su hijo, Emérito Astuy Martínez. Además, es portador de la Legión de Honor Francesa en su categoría de Educación Cívica recibida "en agradecimiento por la atención dedicada a la población francesa que en los años sesenta tenía su domicilio en Laredo".



La jornada trató, entre otros temas, los nuevos modelos de gestión.

Horeca celebra una jornada sobre oferta gastronómica

A la sesión acudieron más de 30 empresarios

El lunes nueve de Marzo se celebró en la sede de la Federación de Empresarios de Hostelería de la Provincia de Cádiz la jornada formativa 'La Carta. Instrumento de ventas y de gestión'. El programa, que tuvo una duración de cuatro horas, permitió a los participantes —más de una treintena de hoteleros y restauradores de la provincia— ampliar conocimientos en torno a las herramientas a utilizar para mejorar la rentabilidad de su oferta gastronómica y a la vez au-

mentar la satisfacción del cliente. El presidente de la Federación, Antonio de María Ceballos, destacó la importancia que tiene este tipo de acciones innovadoras para los profesionales de la Hostelería, ya que les permite contrastar conocimientos y mantenerse al día en la aplicación de modelos de gestión, logrando una mejora en la calidad de los servicios ofertados que distinguen a nuestra provincia en el sector turístico internacional.

'De tapas por Almería' reúne a visitantes y almerienses

La II edición de 'De Tapas por Almería', organizada por la Asociación Provincial de Empresarios de Hostelería (ASHAL) se ha desarrollado en unas condiciones inmejo-

rables ya que ha tenido lugar en pleno puente de San José, lo que ha atraído a numeroso público hasta Almería, y a ello se ha añadido el buen tiempo generalizado

Según la información recabada por ASHAL a través de los 23 establecimientos que han participado en la iniciativa, la expectación de este certamen ha sido grande ya que incluso en vísperas a su inicio han sido muchas las personas que se han interesado por el mismo. Una vez en marcha el pasado 19 de marzo, los locales se han llenado de público, que además ha ido variando de un día para otro, lo que demuestra que ha participado activamente en el concurso, en el que son los propios consumidores los encargados de evaluar las tapas que les ofrecen los hosteleros, que aspiran a uno de los cuatro premios en juego: la mejor tapa habitual, la tapa especial, el mejor local de tapas y el mejor camarero.

A la gran afluencia de público hay que sumar las alabanzas que los clientes han realizado a las tapas especiales, que han sorprendido en líneas generales, y se han granjeado el reconocimiento de los consumidores.

Las cartillas que se han distribuido para que los ciu-

dadanos conocieran los 23 establecimientos que concursan, su ubicación y tapas que ofrecen, así como para votar a través de ellas han sido el verdadero termómetro, ya que se han agotado, lo que ha obligado a ASHAL a aumentar la tirada. A través de estas cartillas, además, los clientes pudieron conseguir consumiciones gratis y optar a alguno de los viajes de fin de semana que se sortearon.

ASHAL se ha mostrado satisfecha con la buena acogida que ha tenido esta iniciativa. Los 23 establecimientos que han par-

ticipado en esta cita son: Cervecería Alcázar, Bar Bahía de Palma, Bar La Bien Pagá, Café Barea, La Bodeguilla Marqués de Heredia, Bar la Borrachería, Café El Candil, Casa Puga, Hotel Restaurante Catedral, Bar La Charka, Restaurante Cuentavinos, Hotel Restaurante Costasol, Restaurante La Encina "Plaza Vieja", Kiosco Oasis 55, Kiosco Virgen del Mar, Café Bar Lisboa, Café Molly Malone, Restaurante Plaza de Cañas, Bar Quinto Toro I, Bar Quinto Toro II, Bodega Selecta Tía María, Taberna Torrelez y Restaurante El Turia.



Con esta iniciativa, la asociación promociona Almería a través de la gastronomía.

Puesta en marcha de las ayudas a Empresas Innovadoras

El ministro de Industria, Turismo y Comercio, Miguel Sebastián, ha repasado la actuación de su departamento en el área de Turismo y ha destacado el esfuerzo presu-

puerario destinado al Sector y la concesión por primera vez de ayudas económicas para agrupaciones empresariales innovadoras por valor de 4 millones de euros

La Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas (SEGI-TTUR), a través de su Dirección de Investigación, Desarrollo e Innovación Turística, ha sido la entidad designada para colaborar con el Ministerio en la gestión de las ayudas relativas al subprograma Avanza Formación, así como para la gestión de las Ayudas a Agrupaciones Empresariales Innovadoras (AEI).

Las ayudas otorgadas en el marco del Avanza Formación Turismo para el desarrollo del comercio electrónico para empresas turísticas, que ascienden a casi 2 millones de euros, beneficiarán a cerca de 14.000 profesionales turísticos, distribuidos en 16 proyectos. Entre los beneficiarios se encuentran pymes, entidades sin ánimo de lucro, asociaciones empresariales, centros privados de investigación y desarrollo y entidades de derecho público.

El tipo de formación a la que se dedicará esta inversión va desde el conocimiento de modelos de gestión del negocio onli-



El objetivo de las ayudas es apoyar las estrategias de innovación.

ne a estrategias de comercialización *online*, pasando por la presencia en Internet y la relación con el cliente. El sector hotelero ha recibido el 50% de las subvenciones y las regiones que contarán con más cursos son Andalucía, Madrid y Galicia. En cuanto a las ayudas para las AEI, se han aprobado 26 de las 29 iniciativas presen-

tadas en el sector turístico, de las que 23 corresponden a la elaboración de planes estratégicos, con un importe total que se aproxima a los dos millones de euros. El objetivo de estas ayudas es apoyar con recursos públicos estrategias de innovación y competitividad empresarial desarrolladas por las AEI del sector turístico.



Ramón García (Iberia) (i), Ramón Estalella (CEHAT) y Jacobo Herrero (Iberia).

CEHAT e Iberia renuevan su acuerdo de colaboración

La Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) e Iberia han renovado y ampliado el acuerdo de colaboración entre ambas entidades.

Este acuerdo contempla servicios y condiciones económicas preferentes en lo que res-

pecta a vuelos nacionales e internacionales.

Iberia lleva colaborando con CEHAT desde su inicio y este acuerdo renueva el realizado con Zontur en 1992. Asimismo, Iberia ha sido hasta la fecha el transportista oficial de todos los Congresos de CEHAT.



La feria TUR 2009 se ha celebrado en la ciudad sueca de Göteborg.

AEHCOS acude a la feria TUR 2009 en Göteborg

En el encuentro han participado 1.900 empresas

La Asociación de Empresarios Hoteleros de la Costa del Sol (AEHCOS) ha asistido junto a ocho empresas costales a TUR 2009 celebrada en Göteborg (Suecia), en colaboración con la Cámara de Comercio y el Patronato de Turismo de la Costa del Sol.

Esta vigésimo cuarta edición tuvo lugar entre los días

19 y 22 de marzo y contó con la presencia de 1.900 empresas y organizaciones que representaban a más de 103 países. Este año la feria ha registrado alrededor de 53.000 visitantes, un 4% más que el pasado 2008, de los cuales más de 20.000 se correspondían con profesionales del sector turístico.

El Patronato de Alicante nombra el Consejo Asesor de la Costa Blanca

El Consejo Rector del Patronato de Turismo de la Diputación de Alicante ha nombró a los miembros que formarán parte del nuevo Consejo Asesor de la Costa

Blanca, un nuevo organismo se creó tras la reciente modificación de los estatutos para que sirva como "un foro de debate, opinión y propuestas en materia turística"

El Consejo Asesor de la Costa Blanca está formado por 16 municipios de la provincia, que representan todas las comarcas así como toda la oferta turística de la provincia: Alcoi, Elx y Orihuela, como representantes de ciudades monumentales; L'Alfàs del Pi, Benitatxell, El Campello, Dénia y Santa Pola, como oferta de sol y playa; Biar y Villena, como la ruta de los castillos; El Castell de Guadalest y Lorcha, como municipios de interior; Monforte del Cid, Mutxamel y Rojales representan la oferta de golf; y Pinoso como representante de la ruta del vino.

En el nuevo organismo también están presentes las asociaciones "más representativas" del Sector, un total de 16. Entre ellas, la Asociación Empresarial de Hostelería de Benidorm y de la Costa Blanca (HOSBEC), la Asociación Provincial de Hoteles de Alicante, la Asociación Provincial Alicantina de Agencias de Viajes (APA AV), la Asociación Empresarial de Agencias de Viaje de Benidorm (AVIBE) y la Asociación de Empresas y Apartamentos Turísticos de la Costa Blanca

(APTUR). Dentro de este consejo también está la Asociación Provincial de Empresarios de Hostelería de Alicante, la asociación Cuina i Tertulia, los Consejos Reguladores de las Denominaciones de Origen, la Asociación de Campos de Golf de la Costa Blanca, Aqualandia/Mundomar, la Fundación Marq, la Asociación Provincial de Empresarios de Camping, el CEDER Aitana, el Círculo de Empresarios de Dénia-Marina Alta (CEDMA), Caja Mediterráneo — como accionista del turoperador TUI— y la asociación Alicante Sur. Como personas de "reconocido

prestigio vinculadas al Turismo", el Consejo Rector del Patronato ha nombrado a Roc Gregori, Pere Joan Devesa, Fernando Vera, Fernando Fernández de Córdoba, y Jose Antonio Bañuls. Además, forman parte del mismo un representante de cada uno de los dos sindicatos más representativos de la Hostelería así como la consellera de Turismo, el presidente de la Cámara de Comercio de Alicante, el presidente de COEPA, el director del aeropuerto, el presidente de IFA y los alcaldes de los ayuntamientos de Alicante, Benidorm, Torrevieja, Calp y Xàbia.



El objetivo del Consejo de la Costa Blanca es ser un foro de debate y análisis.

Información alimentaria facilitada al consumidor

La Unión Europea a través de la Comisión Europea ha elaborado una propuesta que afecta de lleno al sector de la Hostelería y a sus obligaciones en cuanto a etiquetaje e

información alimentaria. Así, si esta medida llegara a aprobarse, supondría que los establecimientos hosteleros tendrían que elaborar menús con "un sinfín de requisitos de

información alimentaria" como la denominación del alimento, la declaración nutricional o el nombre del fabricante y envasador, tal y como sostiene el autor del texto

Hasta la fecha, la legislación europea no impone de forma directa ninguna obligación en lo que concierne al etiquetaje e información alimentaria, que debe ser facilitada al consumidor final en los restaurantes.

La actual Directiva europea 2000/13/EC establece que los Estados miembros que así lo estimen oportuno, pueden introducir exigencias de información alimentaria en relación a la comida no pre-ensada vendida por los establecimientos hosteleros.

vasadas, deben tomarla los Estados Miembros de acuerdo con el principio de subsidiariedad. Más aún cuando estas normas no tienen ningún impacto en el "buen funcionamiento" del mercado interior. Así pues, el nuevo enfoque legislativo que representa la Propuesta de Reglamento supone una clara intrusión de la Comisión Europea en las competencias de los Estados miembros.

La 'sinrazón' de la propuesta de la Comisión Europea viene refrendada por las más de mil en-

es el caso de nuestro país. Y qué me dicen del requisito de facilitar una declaración nutricional. Quizá sería factible en el caso de las comidas preparadas de forma estandarizada (como es el caso de los restaurantes de comida rápida que ofrecen un número limitado de platos) pero sería imposible de aplicar para la inmensa mayoría de restaurantes, cuyos menús varían cada mes/semana/día dependiendo de la oferta del mercado. Los restaurantes acostumbran a tener, en sus menús, una gran variedad de platos elaborados con distintas recetas. Necesitarían contratar a un nutricionista y consultarle diariamente sobre todos sus platos.

Pero es que además, no existen dos animales que sean exactamente iguales, a no ser que la industria hostelera se viera obligada a comprar animales clonados. Todo ello resultaría ser un coste adicional insostenible para las pequeñas y micro-

empresas de Hostelería españolas, que representan la inmensa mayoría de nuestro Sector.

Más allá de los argumentos puramente económicos, los requisitos de información alimentaria también harían que los menús y cartas fuesen extremadamente complicados y técnicos, y en consecuencia, mucho menos atractivos y difíciles de entender para los consumidores. La mayoría de nuestros clientes no esperan encontrar el mismo tipo de información detallada en los menús de los restaurantes que la ofrecida en la comida pre-ensada vendida en los comercios.

En cuanto a la información sobre alérgicos, si bien es entendible el objetivo de la propuesta (proteger a los consumidores de sufrir alergias provocadas por alimentos), la obligación de proporcionar información sobre los alimentos que pueden causar alergias es totalmente inviable para las comidas

servidas en los restaurantes. Es responsabilidad de la persona que es alérgica informar al respecto al camarero del restaurante.

La presidenta de los restaurantes de Irlanda afirmaba que si se aprobara la actual propuesta de la Comisión se estaría prohibiendo COCINAR y se estaría acabando con nuestra profesión.

Afirmaba que ella cerraría sus restaurantes y se iría a vivir a una isla desierta donde pudiera seguir cocinando. Estaríamos todos invitados a visitarla y a degustar sus magníficos platos con una sola condición: que aplicáramos nuestro sentido común y le informáramos antes de cualquier alergia que pudiéramos tener.

Didac Garcia Carreté

CEHAT Legal Adviser on European Affairs

'El nuevo enfoque legislativo que representa la Propuesta de Reglamento supone una clara intrusión de la Comisión Europea en las competencias de los Estados miembros'

La nueva propuesta de Reglamento de la Comisión Europea revierte completamente el enfoque del sistema legal vigente. Si la citada propuesta fuera aprobada en su redactado actual, los hoteles, restaurantes, cafeterías y establecimientos similares nos veríamos obligados a cumplir con un sinfín de requisitos de información alimentaria: denominación del alimento, lista de ingredientes, cualquier ingrediente que pudiera causar alergias, cantidad neta del alimento, fecha de caducidad, declaración nutricional, nombre del fabricante o del envasador, etc.

Con el cambio de instrumento legal de Directiva a Reglamento, todos los requisitos obligatorios serían "automáticamente" de obligado cumplimiento para

miendas presentadas ante la Comisión del Parlamento Europeo, encargada de tramitar la primera lectura de la Propuesta de Reglamento. El pasado 16 de Marzo, la Comisión parlamentaria se vio desbordada y obligada a inhibirse de valorar la propuesta de la Comisión Europea hasta septiembre del 2009, cuando se inicie la nueva legislatura del nuevo Parlamento Europeo. No son sólo razones jurídicas las que piden a gritos que la Comisión Europea retire su propuesta de Reglamento sobre información alimentaria facilitada al consumidor. Por simples razones prácticas la comida servida en los restaurantes no puede verse sujeta a los requisitos de información aplicables a la comida manufacturada por los fa-

'La obligación de proporcionar información sobre los alimentos que pueden causar alergias es totalmente inviable para las comidas servidas en los restaurantes'

las comidas servidas en los restaurantes, a menos que los Estados Miembros decidiesen que tales requisitos informativos (con la excepción del deber de información sobre alérgicos, que siempre deberían ser nombrados) no deben de aplicarse para las comidas no pre-ensadas. Como consecuencia, los respectivos Estados Miembros tendrían que adoptar leyes nacionales para permitir la derogación de los citados requisitos informativos e informar al respecto a la Comisión Europea.

Las tradiciones gastronómicas y las expectativas de los clientes respecto a nuestros establecimientos varían enormemente en los distintos países de la Unión Europea. Por ello, la decisión de adoptar normas relativas a la información que debe suministrarse al consumidor, en el caso de comidas no pre-en-

bricantes de comida que es vendida en tiendas y comercios.

Los restaurantes tienden a variar sus menús y sus proveedores con frecuencia, dependiendo de las continuas ofertas del mercado. Los requisitos de información alimentaria serían imposibles de aplicar en nuestros menús-cartas, que deberían ser constantemente reescritos y reimprimidos.

Sería imposible listar todos los ingredientes de nuestros platos en los menús. En la vida real, un libro de recetas culinarias tarda seis meses en escribirse, la Comisión Europea con su propuesta exige a los hosteleros que escriban dos libros de recetas al día.

Además, no podemos olvidarnos que los menús-cartas son a menudo traducidos en varias lenguas, especialmente en destinos turísticos, como



Los requisitos sobre información alimentaria harían que los establecimientos tuvieran que ofrecer cartas muy complejas.



Con la nueva propuesta, los restaurantes tendrían que incluir la lista de ingredientes o la cantidad neta del alimento.

Preguntas frecuentes sobre la propiedad intelectual en los hoteles y los deberes del Sector

Pregunta: ¿Por qué hay que pagar derechos de propiedad intelectual en un hotel?

Respuesta: Por todos los actos de comunicación pública que se realicen en el establecimiento hotelero. El Tribunal supremo ha establecido desde 2007 que tener televisión en las habitaciones también es un acto de comunicación pública sujeto a pago.

AIE, por otro lado. Han entrado en vigor en 2009:

a.- La mayoría de hoteles ya tenía convenio con SGAE. Lo que deben repasar todos nuestros asociados si venían beneficiándose de los descuentos y si ni lo han hecho, deberán actualizarlo en el menor tiempo posible.

b.- Para incorporarse al conve-

las relaciones del empresario hotelero con las entidades?

R: Puede tener un papel mediador, para solucionar las disputas, además de su papel informativo, a través de su página web, donde un simulador permite calcular la nueva tarifa y resolver consultas sobre la aplicación del convenio. Es importante que el hotelero y la asociación eleven consultas por escrito a CEHAT para que las traslade a las Comisiones Mixtas de seguimientos de los dos convenios. En el caso de AGEDI, esta entidad está obligada a estudiar los casos en la Comisión mixta antes de acudir a los tribunales.

* CEHAT pone disposición de sus socios en www.cehat.com un simulador de cuotas para que puedan comprobar lo que tienen que abonar a AGEDI y AIE según el convenio en vigor

Más información:

José Miguel Rodríguez Tapia

- CEHAT

Firma en noviembre

AGEDI y AIE, las entidades de gestión de los derechos de propiedad intelectual de los productores fonográficos y de los artistas, intérpretes o ejecutantes, respectivamente, acordaron y suscribieron un convenio de colaboración el pasado mes de noviembre con la Confederación Española de Hoteles (CEHAT) que estará vigen-

tistas musicales en el sector hotelero y constituye un nuevo marco de relación, hasta ahora inexistente, entre estos dos sectores. El convenio negociado entró en vigor el 1 de enero y está ayudando a poner fin a las controversias entre el Sector y las citadas entidades, con un acuerdo global que delimita los derechos en zonas públicas, privadas y también, en eventos y actividades especiales. Este convenio fue el primero que

‘Para incorporarse al convenio suscrito con AGEDI, existe una opción antes del 30 de junio de 2009 que incluye una fórmula especial de regularización’

P: ¿A qué entidades hay que pagar derechos de propiedad intelectual?

R: A la Sociedad de Autores (SGAE) por aquellos usos de música y medios audiovisuales que tengan autor conocido, vivo o fallecido después de 1928. A las entidades de productores discográficos (AGEDI) y de los artistas musicales grabados en disco (AIE), por el uso de música grabada o enlatada en las dependencias del hotel, tanto si la elige el hotelero como si procede del hilo musical, la radio o la televisión.

P: ¿Cuáles son las formas de asegurar la comunicación pública de obras y de música grabada conforme a la Ley?

R: Suscribir un contrato de licencia general o autorización con SGAE, por un lado, y con AGEDI y AIE, por otro. Si el hotel está asociado a CEHAT, a través de su asociación local o de cadena, tiene derecho a bonificaciones y descuentos adicionales que rebajan las Tarifas generales que las entidades han comunicado al Ministerio de Cultura.

P: ¿Cuántos contratos hay que firmar con SGAE y AGEDI?

R: En el caso de SGAE hay que firmar un contrato, que está desglosado en dos documentos.

El primer documento es un contrato de autorización general. El segundo, llamado pacto modificativo, introduce los descuentos y bonificaciones al hotel y sólo lo pueden firmar los hoteles y cadenas asociados a CEHAT.

Si el hotelero firma sólo el primer documento de SGAE (contrato de autorización), su situación es legal, pero no se beneficiará de los descuentos. En el caso de AGEDI hay un sólo documento para firmar.

P: ¿Con qué entidades de propiedad intelectual ha alcanzado el sector un convenio nacional? ¿cómo se puede adherir un hotel?

R: Con SGAE, que amplía el anterior de 2003, y con AGEDI y

nio de AGEDI, existe una opción antes de 30 de junio de 2009 con una fórmula especial de regularización. Pero si no se opta por esta fórmula recogida en el convenio CEHAT-AGEDI, el hotelero podrá firmar el nuevo convenio (de futuro).

P: ¿Qué papel juega CEHAT en

‘Es importante que el hotelero y la asociación eleven consultas por escrito a CEHAT para que las traslade a las Comisiones Mixtas de seguimientos’

te hasta 2013 y regulará, en los establecimientos hoteleros, el uso de la música grabada. El acuerdo firmado por el presidente de AIE, Luís Cobos; por Antonio Guisasola, de AGEDI y por el presidente de la Confederación Española de Hoteles, Juan Molas, establece las tarifas de propiedad intelectual de productores y ar-

se firmó entre las partes y se consiguió a partir de una voluntad de diálogo y consenso, con el objetivo de clarificar la situación actual y normalizar las divergencias hasta ahora existentes. En este sentido, las tres partes valoraron este primer acuerdo y consideraron que sería beneficioso para los hoteleros, productores y artistas.



El presidente de CEHAT, Juan Molas —a la izquierda—, y el director general de la SGAE, Enrique Loras, firmaron la renovación del acuerdo en noviembre.



Juan Molas, Luis Cobos, presidente de AIE, y Antonio Guisasola, presidente de AGEDI durante la firma del acuerdo entre el sector hotelero y el artístico.

CEHAT y Canarias Live Sun Festival sorteán cinco entradas para el concierto de Rod Stewart

El próximo 16 de mayo, tendrá lugar en Tenerife un histórico concierto de Rod Stewart y para la ocasión, CEHAT, con la colaboración de Canarias Live Sun Festival, organizadora del concierto, sorteará 5 entradas dobles para la zona VIP

El próximo día 16 de mayo tendrá lugar en Tenerife un histórico concierto del cantante Rod Stewart y para la ocasión, CEHAT, con la colaboración de Canarias Live Sun Festival, organizadora del concierto, sorteará cinco entradas dobles para la zona VIP.

Esta es una zona reservada con vista directa al escenario desde un punto elevado del recinto en la que habrá sillas para descansar aunque también estará preparada para bailar y ver el concierto de pie. Además, las entradas tienen derecho a barra libre.

Las entradas se sortearán entre los titulares de la tarjeta VIP HOTELES el próximo día 28 de abril. CEHAT se pondrá en contacto con los afortunados nada más celebrarse el sorteo.

Ya está disponible la oferta

tarjeta de cruceros 2009 para titulares de la tarjeta VIP HOTELES:

Como en años anteriores y con la colaboración de Royal Caribbean, CEHAT ofrece a los titulares de la tarjeta VIP HOTELES unos precios sin competencia para hacer una escapada por el mediterráneo de cuatro o cinco días. Como ejemplo, un crucero de cuatro días en camarote exterior con balcón por un precio de 365 euros.

Puede ver las condiciones en la página web de CEHAT, www.cehat.com (en la sección Convenios / Tarjeta Vip Hoteles).

Si quiere beneficiarse de estas y otras ventajas de la tarjeta VIP HOTELES, no dude en solicitarla en www.cehat.com o cumplimentando la ficha de inscripción que se encuentra en la parte inferior de esta página.



Rod Stewart dará un concierto el próximo 16 de mayo en la isla canaria de Tenerife.

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

<p>▶ HOTELES</p> <p>Sol Meliá: Mejor tarifa disponible. ☎ 902 10 07 63 Cod.cliente. 200378</p> <p>AC Hoteles: Importantes descuentos según hotel. ☎ 902 29 22 93</p> <p>Barceló Hotels: Descuento del 5% sobre Tarifa Barceló Best. ☎ 902 10 10 01</p> <p>H10 Hotels: Descuento del 50% Rack. ☎ 902 10 09 06</p> <p>Sallés Hotels: Descuento del 50% sobre tarifa aplicable. ☎ 902 11 10 20</p> <p>Playa Senator: Descuento del 25% sobre tarifa oficial. ☎ 902 62 71 60</p> <p>Husa Hotels: Descuento del 10% sobre tarifa web. ☎ 902 10 07 10</p> <p>NH Hoteles: Descuento de hasta el 50% Rack. ☎ 902 11 51 16</p> <p>Hesperia: Mejor tarifa disponible. ☎ 902 39 73 98</p> <p>Iberostar: Descuento del 20% sobre tarifa web. ☎ 902 99 55 55</p> <p>Hoteles Monte: Descuento del 25% sobre tarifa oficial. ☎ 902 52 05 55</p> <p>SPRING Hotels: Descuento del 50% sobre tarifa oficial. ☎ 922 79 51 58</p> <p>MS Hoteles: Descuento del 10% Rack. ☎ 952 38 47 00</p> <p>▶ ALQUILER DE VEHÍCULOS</p> <p>Avis: Tarifa preferente. ☎ 902 18 08 54</p> <p>▶ AGENCIAS DE VIAJE</p> <p>Viajes Marsans: Descuento del 8% en todos los paquetes vacacionales.</p> <p>Skiart: Descuento del 15%. Contactar con CEHAT</p> <p>▶ AEROLÍNEAS</p> <p>Spanair: Tarjeta oro el primer año. Después se regirá por el sistema de puntos.</p>	<p>▶ HOTELES</p> <p>Hoteles Jale: Descuento del 10% sobre tarifa web. ☎ 902 370 077</p> <p>Rafael Hoteles: Mejor tarifa disponible. ☎ 902 10 00 15</p> <p>Hoteles independientes: Más información en la web de CEHAT, apartado 'Tarjeta Vip'</p> <p>HI-Tech Hotels: Descuento del 50% sobre tarifa oficial. Directamente con el hotel</p> <p>Hoteles Elba: Descuento del 10% sobre mejor tarifa disponible. Directamente con el hotel</p> <p>IFA-Lopesan: Descuento del 20% sobre tarifa web. A través de la página web www.lopesanhoteles.com</p> <p>JM Hoteles: Descuento del 55% sobre tarifa oficial. ☎ 902 12 40 40</p>
--	--

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.

Noticias con de Calidad

Instituto para la Calidad Turística Española, ICTE

Abril 2009

El sector turístico apuesta por la calidad a pesar de la crisis

Los españoles no renuncian a sus vacaciones, aunque las ajustan a su nuevo poder adquisitivo.

La encuesta sobre Calidad percibida, realizada por el ICTE, muestra como uno de los datos más relevantes, que el sector turístico nacional apuesta por la calidad a pesar de la crisis. En relación a estos datos, cabe destacar que en 2008, un total de 2.502 establecimientos, lograron el distintivo 'Q' de calidad turística, un 13,4% más que en el año anterior, a pesar de haberse registrado 150 bajas por no cumplir los requisitos.

El ICTE presentó, el pasado 5 de Marzo, los resultados de la encuesta sobre calidad percibida realizada entre los viajeros españoles. Destacó el importante grado de reconocimiento que alcanzó en 2008 el distintivo 'Q' de Calidad Turística y agregó que es una de las marcas más conocidas por el sector turístico español.

"En momentos de crisis la calidad es la mejor respuesta", recalcó el presidente de la institución, Miguel Mirones, quien apuntó al caso de An-

dalucía como ejemplo a seguir, ya que, tras invertir un millón de euros en 2008 en la implantación de la 'Q' se ha convertido en la comunidad con más crecimiento de destino, pasado de un 14,6% a un 19,2% en la actual encuesta.

Con respecto a los resultados de la encuesta, se aprecian varias tendencias relacionadas directamente con la crisis económica y con el recorte del poder adquisitivo de los ciudadanos, en especial, el tipo de alojamiento utilizado, ya que los turistas nacionales se decantan ahora por las casas particulares y de amigos y familiares.

Otra de las tendencias relacionadas con la crisis está vinculada al gasto por persona y día en su destino turístico. Se ha registrado un significativo crecimiento en el número de personas que gastan entre 0 y 100 euros, hasta alcanzar el 62,68%, frente a un descenso de las personas que gastan entre 101 y 300 euros, hasta el 28,3%.

Este constituye, según destacó Mirones, "uno de los mayores problemas del sec-

tor turístico" ya que afecta directamente a la rentabilidad de los negocios del sector. Una situación ante la que se hace necesario "fomentar políticas para reactivar el consumo" para revertir estas tendencias y luchar contra los establecimientos ilegales a la vez que se fomentan los establecimientos reglados.

Por otro lado, otra tendencia relacionada con la crisis económica es el descenso de casi el 50% de los españoles que viajan al extranjero, y un importante retroceso del avión como medio de transporte utilizado frente al crecimiento del vehículo particular.

La buena noticia, según Mirones, es que se ha comprobado que los españoles "no renuncian a sus vacaciones" a pesar de la crisis económica, y lo que están haciendo es adaptándolas en función de su actual capacidad adquisitiva.

Por tanto, algunas de estas tendencias podrían ser reversibles, si cambia la situación económica, en especial lo referente a alojamientos y gasto turístico. La encuesta de calidad turística del



Presentación de la encuesta



ICTE se realiza dos veces al año con carácter semestral y está realizada en base a 1.000 personas mayores de

edad de todas las comunidades autónomas y en función del peso demográfico de cada una de ellas.

El ICTE firma un convenio con el Ayuntamiento de Madrid

La firma del protocolo de intenciones fue realizada por el presidente del ICTE, Miguel Mirones, y el delegado de Economía y Empleo, Miguel Ángel Villanueva.

El Instituto para la Calidad Turística Española ha suscrito con el Área de Gobierno de Economía y Empleo de Madrid, un convenio para potenciar el turismo en Madrid. A través de este acuerdo se van a llevar a cabo una serie de medidas conjuntas, con el fin de conseguir una mayor eficiencia en la gestión turística de la ciudad.

El objetivo de este protocolo de intenciones es colaborar de forma es-

table en la puesta en marcha de acciones para mejorar la calidad en el Patronato de Turismo de Madrid, fomentando la implantación del Sistema "Q" de Calidad Turística Española.

Se trata, en líneas generales, de profundizar en la estrategia que apuesta por el desarrollo de un modelo turístico de calidad, adaptado a las necesidades y exigencias de la actual coyuntura económica. El protocolo que entró en vigor el pasado 10 de Marzo, tendrá una vigencia de dos años, prorrogables por otro año más.



RÉCORD DE ASISTENCIA EN LA V NOCHE "Q"

Cerca de 1000 personas se dieron cita en Madrid el pasado 28 de Enero en el Palacio de Congresos de la Castellana

El acto fue presidido por el Secretario de Estado de Turismo, Joan Mesquida y el Presidente del ICTE, Miguel Mirones, encargados de entregar los diplomas de reconocimiento a los establecimientos turísticos certificados con el Sistema "Q" de Calidad Turística Española en el año 2008.

Esta edición de la Noche "Q", coincidió con el 10º aniversario de la apuesta, de once hoteles Españoles, por el Sistema de Calidad Turística Española. Por ello, el ICTE hizo una mención especial a estos Hoteles, reconociendo en el acto, su gran labor.

Así mismo, Miguel Mirones, Presidente del ICTE, agradeció el esfuerzo de todos los allí reunidos y expresó su voluntad de seguir trabajando para que la calidad turística española siga siendo un referente tanto a nivel nacional como internacional.



Autoridades asistentes a la Gala



Reconocimiento Hoteles 10 años



Comunidad Autónoma de Andalucía recogiendo los certificados



Público asistente de Noche "Q"



Convenio AMAVE

Renovado el acuerdo para la difusión de la Marca "Q" en los catálogos de los turoperadores

En el marco de FITUR fue ratificado el convenio entre la Secretaría de Estado de Turismo, el Instituto para la Calidad Turística Española y AMAVE.

Esta firma está enmarcada dentro del acuerdo de promoción de la Marca "Q" de Calidad Turística por parte de la Secretaría de Estado de Turismo.

El Instituto para la Calidad Turística Española concede la "Q" al Consorcio de Turismo de Córdoba

En el marco de la Feria Internacional de Turismo de Madrid, el Presidente del Instituto para la Calidad Turística Española, Miguel Mirones, hizo entrega a la Alcaldesa de Córdoba y Presidenta del Consorcio de Turismo de Córdoba, Rosa Aguilar, de la Certificación en la Norma "Q" Calidad Turística para Oficinas de Información Turística.

La apuesta por un proyecto como este, está encaminada a elevar las cuotas de excelencia en la gestión de la Entidad, repercutiendo así de una manera directa en la satisfacción del cliente que viaja al destino. Esta certificación representa el reconocimiento oficial al compromiso por la calidad del Consorcio, así como la apuesta por la mejora continua de sus servicios, como principal camino para mejorar los índices turísticos en un escenario de gran competencia entre los destinos.

El Consorcio de Turismo de Córdoba, de este modo, cuenta



con una de las dos certificaciones de la norma Q de Calidad Turística en Oficinas de Congresos que el ICTE tiene otorgadas en Andalucía y de las 10 a nivel nacional, y respecto a la misma norma para Oficinas de Información Turística, el Consorcio cuenta con cuatro certificaciones de las 19 a nivel andaluz y 67 a nivel nacional.

Igualmente, el Consorcio de Turismo de Córdoba está trabajando para convertirse en los próximos meses es Delegación Territorial del ICTE (Instituto para la Calidad Turística Española), lo que supondrá para Córdoba situarse en una posición destacada a nivel andaluz y nacional en la apuesta por la calidad en el ámbito turístico.

VERSATILIDAD

Gran versatilidad. Es modular, a partir de un módulo base se pueden añadir los demás según las necesidades.

REGULARIDAD

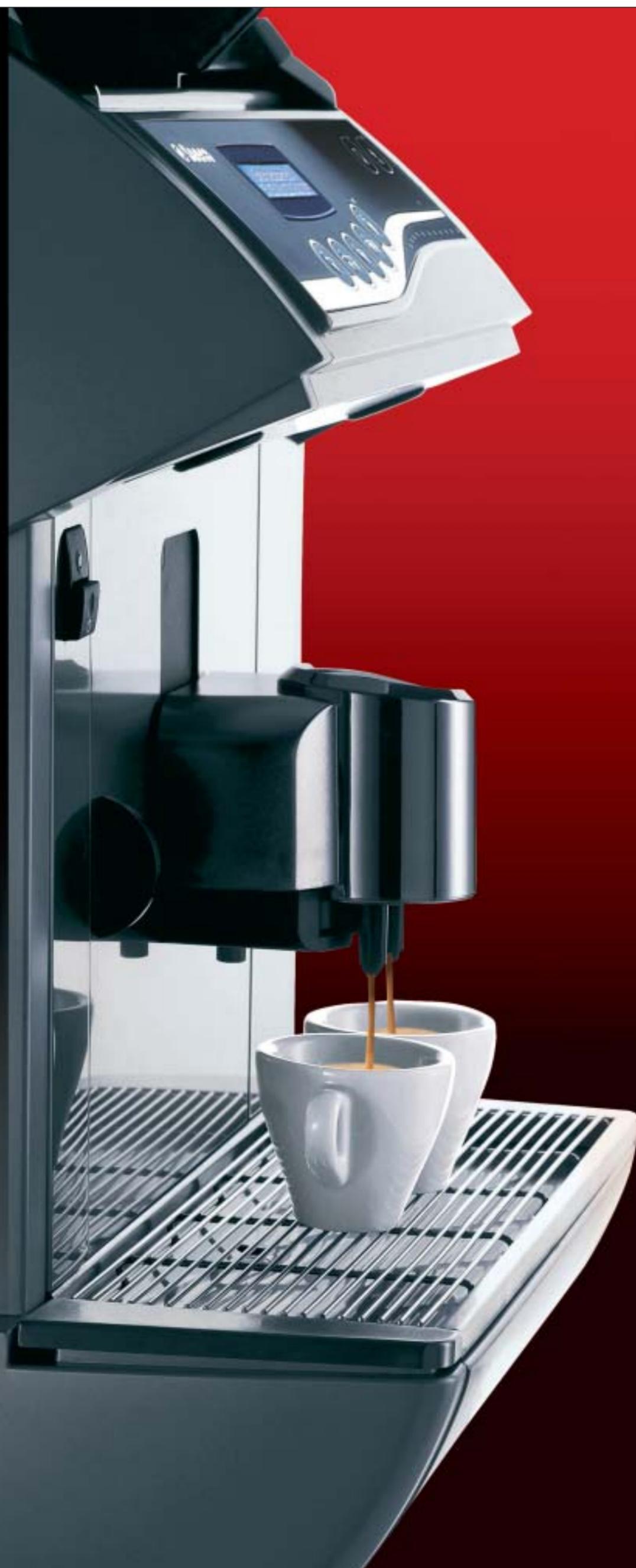
Regularidad en la bebida: siempre se obtiene un perfecto espresso sin necesidad que el usuario sea especializado.

SENCILLEZ

Simplicidad de uso y mantenimiento. El grupo de café Saeco es fácilmente extraíble siendo sencilla su limpieza.

CONTROL

Incorpora un contador de servicios que permite al establecimiento controlar el número de cafés realizados.



IDEA DUO

CAPPUCCINO

2 molinos, 2 tipos de café



**Una IDEA para un espresso perfecto
¡Ya es posible obtener un perfecto espresso,
pulsando sólo un botón!**

Con la IDEA DUO CAPPUCCINO los establecimientos hoteleros pueden ofrecer 2 tipos de café diferentes de manera totalmente automática, pulsando sólo un botón, sin la necesidad de utilizar ningún molino externo.

La IDEA DUO CAPPUCCINO puede trabajar con café natural y café descafeinado en grano o con 2 tipos de blends diferentes de café en grano.

Junto con el accesorio Cups&Milk puede ofrecer hasta 16 bebidas diferentes, siendo ideal para los establecimientos hoteleros, tanto para la CAFETERÍA como para el SERVICIO DE DESAYUNOS.

Pasión por el Café

 **Saeco**

Madrid recibe un 3,26% menos de turistas en el mes de enero

A pesar del descenso, el número de plazas interanualmente creció un 4,9%

Madrid recibió en enero un 3,26% menos de turistas que en el mismo mes del año pasado, con un total de 10.628 viajeros que registraron un total de 964.437 pernoctaciones, según los datos municipales sobre Turismo que ha presentado el alcalde de la capital, Alberto Ruiz-Gallardón.

Mientras en el conjunto de España la reducción del número de viajeros en enero fue del 13,3%, en la capital este descenso fue del 3,26%, gracias a los 510.628 viajeros que visitaron Madrid.

En cuanto a la procedencia de los turistas, Madrid fue visitada por 293.442 residentes en el país (57,5% del total) y 217.186 personas de otros países (42,5%). Esto supone una caída del 2,63% en los turistas extranjeros y del 3,72% en los nacionales.

En cuanto a las 964.437 pernoctaciones que tuvieron lugar en enero en la capital, 503.146 de ellas (52,2%) correspondieron a residentes en España, mientras que las 461.291 restantes (47,8%) fueron de re-

sidentes en el extranjero. Al respecto, el alcalde de la ciudad ha manifestado que los datos indican que ha habido "un descenso en el Turismo" y que "estamos sufriendo las consecuencias de la crisis en distinto grado en el Turismo nacional y extranjero", aunque la caída es "notoriamente inferior a la de España", lo que supone que, pese a la disminución del flujo total de turistas y pernoctaciones, "se sigue eligiendo Madrid como destino preferente".

Por otro lado, la estancia media en los establecimientos

hoteleros de Madrid se situó en enero en 1,89 noches — 1,71 en el caso de los viajeros nacionales y 2,12 en el de los llegados del exterior—, lo que supone un descenso de 0,04 noches en comparación interanual.

En cuanto al Turismo extranjero destaca, "en un contexto general de retraimiento", el aumento de las pernoctaciones de alemanes e italianos, mientras que los mercados emisores del Reino Unido, Estados Unidos, Francia y Japón han registrado descensos en esta variable.



La estancia media en los hoteles de Madrid fue de 1,8 noches en enero.

Hotasa Hoteles renueva su página 'web'



Hotasa Hoteles ha dotado a su web con un diseño "más fresco".

La cadena Hotasa Hoteles ha renovado su página web con la incorporación del motor de reservas iStay, "adaptada para clientes, agentes de viajes, grupos y corporativos", tal y como ha explicado la empresa.

Además, ha realizado otros cambios en el portal online como la renovación del diseño o el modo de acceso a los contenidos. El nuevo motor de reservas permite al internauta reservar en una misma pantalla seleccionando el hotel, la fecha y la habitación e introduciendo sus datos posteriormente y además ofrece la posibilidad de visualizar la disponibilidad de plazas a través de un calend-

rio interactivo, así como personalizar la reserva e incluir servicios añadidos.

Por otro lado, Hotasa Hoteles ha dotado a su página web de "un diseño más fresco, colorido e intuitivo" que permite conocer todos los establecimientos de la cadena a través de los apartados 'destinos' o 'nuestros hoteles' o mediante un mapa de ubicación situado en la home.

Además, ofrece la posibilidad de descargar sus folletos y fotografías, acceder a los mapas de localización de Google y contratar transfers, especialmente en los hoteles de Baleares y Canarias.

Paradores y la FAPE, por la libertad de expresión

El presidente de Paradores, Miguel Martínez, y la presidenta de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE), Magis Iglesias, han firmado un convenio de colaboración a través del cual la cadena patrocinará diferentes actividades dirigidas a "la defensa y promoción de los derechos de libertad de expresión e información".

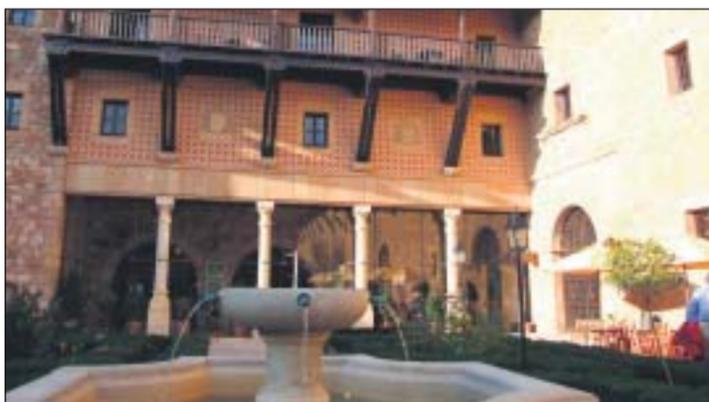
El acuerdo, que tiene una duración de tres años, establece que Paradores se convertirá en "patrocinador principal de las actividades de la federación", que organizará todos los actos posibles en los hoteles de la red.

Por su parte, los más de 15.000 socios de las 45 asocia-

ciones de periodistas podrán disfrutar de tarifas especiales en los establecimientos de la cadena hotelera. Asimismo, Paradores y la FAPE realizarán "un intercambio de información y vínculos a través de sus respectivas webs y revistas corporativas", tal y como ha informado la cadena pública.

En este sentido, Martínez ha mostrado su satisfacción por la firma del convenio y ha reiterado "la importancia de la defensa de la libertad de expresión y del derecho a la información".

Por su parte, Iglesias ha destacado las "similitudes" que unen a Paradores y la FAPE y la "ayuda mutua" entre las dos organizaciones "teniendo en cuenta el contexto actual de crisis económica".



Los socios de FAPE podrán disfrutar de tarifas especiales en Paradores.

El ICTE pide la aplicación de políticas para 'reactivar el consumo'

El presidente del Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE), Miguel Mirones, ha pedido a las Comunidades autónomas

que pongan en marcha políticas para "reactivar el consumo" y para que los clientes "elijan alojamientos reglados"

De esta manera se quiere hacer frente a la tendencia creciente del viajero de alojarse en casas particulares debido a la crisis económica, tal y como se refleja en la encuesta sobre Calidad Percibida.

Mirones ha presentado el estudio elaborado por el ICTE en el que se recoge que el número de turistas españoles que se alojaron en casas particulares pasó del 19,8% en el primer semestre del año al 34,3% en el segundo, un comportamiento que "dificulta aún más" la situación de los establecimientos reglados en un momento en el que están sufriendo los efectos de la crisis económica.

Sin embargo, el representante del instituto turístico ha puntualizado que los españoles "no están sacrificando calidad por dinero" sino que están adaptando "su presupuesto para viajes en la actual coyuntura" ya que "hablar de calidad no es hablar de precios altos" porque existen "diferentes criterios a la hora de adjudicar la 'Q' turística, por ejemplo, a un hotel de cinco estrellas que a otro de una". La encuesta sobre Calidad Percibida muestra igualmente que determinados valores de un destino como su belleza u oferta de servicios cada



El ICTE ha mostrado su preocupación sobre el alojamiento no reglado.

vez son menos determinantes en la decisión de los viajeros ya que el porcentaje de turistas que han vinculado la elección del destino al lugar en el que se encuentra una casa o piso extrahotelero ha pasado del 0,3% en el primer semestre del año pasado al 14,5% en el segundo.

Además, las agencias de viajes pierden peso en la decisión del cliente, bajando del 41,6% al 28%, mientras que se ha producido "un crecimiento muy importante", según Mirones, en la información directa por parte del proveedor. En este sentido, el presidente del ICTE ha manifestado que apoyarán las iniciativas que lleven a cabo las

agencias de viajes para "adaptarse al nuevo comportamiento del viajero", que prefiere mayoritariamente Internet como canal de información.

Por otro lado, la duración de los viajes también se ha reducido, cobrando cada vez más protagonismo las 'escapadas' en los puentes o fines de semana ya que, según la encuesta, el porcentaje de turistas que eligieron esta modalidad de viaje ha pasado del 11,4% en 2007 al 18,1% en los últimos seis meses del año pasado, con picos del 32,5% en el primer semestre. Por el contrario, los viajes de una semana, dos y hasta un mes "han descendido en todos los casos".

Santiago, Algeciras y Granada tienen los hoteles más valorados

Los hoteles españoles de tres y cuatro estrellas han quedado entre los más valorados internacionalmente según el ranking de Hotel.info que analiza la relación calidad-precio basándose en la opinión de 600.000 clientes. Así, los establecimientos de Santiago de Compostela, Algeciras y Granada se sitúan por delante de los de las grandes ciudades españolas.



Los hoteles de Santiago de Compostela tuvieron 8,52 puntos.

De todos los hoteles evaluados, los de la capital gallega con 8,52 puntos, los de Algeciras con 8,47 y los de Granada con 7,95 figuran entre los más valorados por los usuarios y sus resultados son mejores que los de otras capitales "con establecimientos más competitivos a nivel internacional" como los de Tokio, que obtienen un 7,84, Lisboa con un 7,71 o Praga con un 7,66. En la lista de Hotel.info, que puntúa los 20 mejores hoteles internacionales y los 15 españoles más destacados, las ciudades de tamaño medio de nuestro país obtienen mejores resultados que las grandes ya que en el caso español siete ciudades

medianas se sitúan por encima de Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla y Bilbao. En cuanto a las grandes urbes, los establecimientos de la capital española superan ligeramente a los de la ciudad condal con 7,09 frente a 6,96 y se sitúan en la mitad de la tabla, mientras que los de Zaragoza cierran la lista con una puntuación de 6,25.

Por Comunidades autónomas, Andalucía es la que cuenta con unos establecimientos con mejor relación calidad-precio con cinco ciudades — Algeciras, Granada, Jerez con 7,92, Málaga con 7,81 y Córdoba con 7,61— entre las siete mejor colocadas. Los resultados del ranking, en compa-

ración con los del estudio anterior de octubre, muestran que Santiago de Compostela continúa a la cabeza en cuanto a las ciudades españolas y Andalucía sigue siendo la Comunidad autónoma que obtiene las mejores valoraciones. Finalmente, Hotel.info ha puntualizado que el 60% de los usuarios del portal son clientes corporativos por lo que la lista es "especialmente interesante" a la hora de valorar los hoteles desde la perspectiva de los viajes de empresa. Entre los criterios de valoración se ha puntuado la calidad de la habitación, la limpieza, atención personal, gastronomía y la intensidad sonora.

Mayor protagonismo del usuario en Clubrural.com

OFERTAS ULTIMA HORA CASAS RURALES		
Semana Santa Cabo de Gata: comida gratis	Almería	78 €
ULTIMA HORA SEMANA SANTA	Navarra	23 €
ultima habitación libre para este finde!	Girona	70 €
ULTIMAS PLAZAS FIN DE SEMANA CON ENCANTO	Asturias	100 €
Suite + Cueva de 'El Soplar' + Obsequio	Cantabria	125 €
Fin d Semana de 3 a 5 d Abril 10% Descote	Madrid	-10%
x cancelación de última hora	Granada	-30%
Oferta Fin de Semana	Granada	295 €
!!! ESPECIAL !!! DESCUENTO DEL 20%	Murcia	20%

Clubrural.com tiene una cifra estimada de 300.000 usuarios.

Clubrural.com, web de Turismo rural con más de 15.000 alojamientos rurales y 4.000 solicitudes de reservas al mes, ha renovado su portal online "con nuevas funciones y diseño" en una versión en la que se le da "mayor importancia al viajero", dejándole interactuar con el portal y pudiendo crear un contenido propio, según la empresa.

Los más de 300.000 usuarios de la web disponen de "un espacio propio" en el que pueden

publicar fotos, relatar sus viajes, participar en el foro del viajero, crear su propia red de amigos, guardar sus sitios favoritos u opinar sobre las acciones de otros, tal y como ha explicado Clubrural.com. Clubrural.com forma parte de la red 'Accesocero' que desde 1996 gestiona varios portales especializados en Turismo y que ha intervenido en proyectos con empresas como Savia Amadeus, Galileo, Transhotel, Telefonica, Retevisión o Hispamer.

Hilton Hotels Corporation incorpora Denizen Hotels



HHC quiere atraer a viajeros de negocios que disfrutan de sus viajes.

Hilton Hotels Corporation (HHC) ha anunciado la incorporación de Denizen Hotels como nueva marca destinada a viajeros "aventureros, globales y modernos" con la que quiere atraer a personas influyentes de todas las edades. Con la nueva marca la compañía completa la cartera de Lujo y Estilo de Vida que incluye Waldorf Astoria, Waldorf Astoria Collection y Conrad.

La nueva marca contará con "grandes complejos turísticos" bajo el respaldo del Grupo Hilton, para lo cual la compañía está negociando en ciudades estratégicas como Miami, Las Vegas, Londres, Bombay, Estambul,

Panamá o Abu Dhabi, entre otras. Al respecto, el director ejecutivo de HHC, Chris Nasseta, ha admitido que son conscientes de que la nueva marca nace en "un entorno macroeconómico muy complicado" pero se ha mostrado confiado en que permitirá el crecimiento "a largo plazo" de la cadena ratificando el compromiso del grupo de "seguir invirtiendo". Entre las características de Denizen Hotels se encuentran, tal y como ha explicado la compañía, atraer a viajeros de negocios y a los ejecutivos que disfrutan con sus viajes creando "una confluencia cosmopolita de negocios y ocio".

Toprural cree que una red de excelencia rural 'sólo generaría más confusión'

François Derbaix, consejero delegado de Toprural.com, ha manifestado que una nueva marca de calidad para los aloja-

mientos "sólo incrementaría la confusión ya existente entre las diferentes categorías de alojamiento"

Derbaix ha puntualizado que las marcas de calidad son positivas siempre y cuando sean "homogéneas y compartidas a nivel internacional", de forma similar al actual sistema de estrellas aplicado en los establecimientos hoteleros y ha añadido que "ni la 'Q' de calidad, ni una eventual red de excelencia a nivel español cumplirían con el objetivo de dar al viajero extranjero una marca de calidad que conozca de antemano".

El consejero de Toprural ha hecho estas declaraciones después de que el ministro de Industria, Turismo y Comercio, Miguel Sebastián, anunciara que el Gobierno está estudiando la creación de "una red de excelencia rural" para fomentar la cooperación institucional en este segmento.

Sebastián explicó al respecto que dicha red incluiría a todas las empresas que cumplan con "los requisitos de calidad europeos" y contribuyan "de manera eficaz al desarrollo sostenible".

En este sentido, Derbaix ha opinado que la creación de una red de excelencia no contribuiría a estandarizar la oferta y eliminar la "confusión" existente a la hora de identificar la variedad de establecimien-



Toprural se inclina por una clasificación sencilla de alojamientos rurales.

tos de cara a la promoción en el exterior sino "todo lo contrario".

"Hay que atajar el problema de raíz buscando la homogeneización a nivel nacional de las más de las 50 categorías de alojamientos rurales existentes en la actualidad, que son distintas en cada Comunidad autónoma", ha añadido.

Clasificación sencilla

Lo que necesita el viajero rural, tanto nacional como extranjero, según Derbaix, es "una categorización sencilla" que diferencie principalmente las casas

rurales de alquiler íntegro, las casas rurales de alquiler por habitaciones, los hoteles rurales y los apartamentos rurales, por lo que "hay que simplificar más que complicar el panorama actual".

Así, lo ideal sería "una mayor coordinación entre las diferentes Comunidades autónomas", que tienen las competencias transferidas en la ordenación del Turismo rural, para unificar las diferentes categorías, así como las clasificaciones de calidad existentes (espigas, aceitunas, lauburus, encinas, etc.).

Hotel Game, el juego de simulación desarrollado por el ITH, te dice si eres un buen gestor de hotel

Se trata de un proyecto conjunto entre la empresa InnovaGrup y el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) y es el tercer proyecto formativo del Canal de formación ITH. Su finalidad es formar profesionales del negocio electrónico en el sector hotelero, en las nuevas herramientas que le permitan mejorar en su puesto de trabajo y así poder acceder a una carrera profesional.

Para ello, hemos creado una plataforma tecnológica de formación *online* que, por medio de un juego de simulación empresarial altamente atractivo por innovador, realista y ameno, permite avanzar en los conocimientos y utilidades necesarias para su trabajo. El sistema de formación permite alcanzar a toda la geografía española, dado que no es necesario desplazarse, con el consiguiente ahorro de costes.

El presente proyecto introduce un concepto innovador de formación a los directivos y mandos intermedios del Sector. Propone un modelo de simulación del negocio hotelero en el que se reflejan estas tendencias,

sus consecuencias sobre los resultados de negocio y se proponen actuaciones a llevar a cabo para adaptarse al nuevo escenario. Hablamos de una herramienta sumamente práctica y pedagógica para impulsar la adaptación del Sector a las nuevas tendencias.

El modelo de simulación se adapta a diferentes tipologías de hoteles y a diferentes modelos empresariales. De esta manera, el plan de formación atiende de forma personalizada a los diferentes perfiles de directivos y mandos intermedios del Sector.

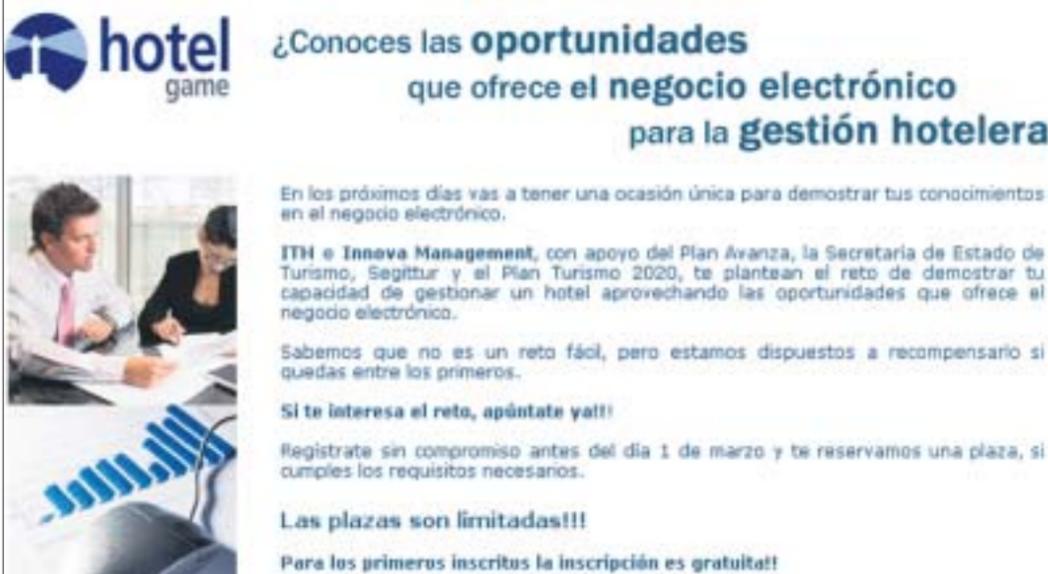
Para el desarrollo del modelo de simulación se ha aplicado el conocimiento sectorial de diversos expertos especialmente seleccionados, además del análisis de la estructura e información sectorial disponible. Sobre el modelo de negocio tradicional, se han incorporado las nuevas tendencias y factores de impacto, con objeto de evaluar la repercusión de las mismas sobre determinadas áreas de gestión, indicadores y ratios de resultados. Así, el nivel de competitividad de la empresa se verá

erosionado en el tiempo como consecuencia de las tendencias del entorno, siempre que los directivos no reaccionen en consecuencia. De esta manera, un hotel tradicional que no ponga en marcha proyectos relevantes, verá reducida su competitividad de un 70% a un 35% en el plazo de tres años. Por el contrario, una

empresa que aplique adecuadamente todas las oportunidades que ofrecerá el programa de formación podrá incrementar su competitividad del 70% inicial hasta el 90%. El usuario dispondrá de un cuadro de mando integral, que le irá indicando cómo evoluciona respecto a los diferentes factores clave del éxito. A

través de los ejercicios y casos que le proponga el modelo de simulación y dependiendo de las respuestas del usuario, el empresario podrá ir mejorando su posición competitiva y concretamente sus resultados, o no.

<http://www.hotelgame.es>



hotel game

¿Conoces las oportunidades que ofrece el negocio electrónico para la gestión hotelera

En los próximos días vas a tener una ocasión única para demostrar tus conocimientos en el negocio electrónico.

ITH e Innova Management, con apoyo del Plan Avanza, la Secretaría de Estado de Turismo, Segittur y el Plan Turismo 2020, te plantean el reto de demostrar tu capacidad de gestionar un hotel aprovechando las oportunidades que ofrece el negocio electrónico.

Sabemos que no es un reto fácil, pero estamos dispuestos a recompensarlo si quedas entre los primeros.

Si te interesa el reto, apúntate ya!!!

Regístrate sin compromiso antes del día 1 de marzo y te reservamos una plaza, si cumples los requisitos necesarios.

Las plazas son limitadas!!!

Para los primeros inscritos la inscripción es gratuita!!!

El objetivo del juego desarrollado por el ITH e InnovaGrup es una novedosa herramienta de formación.

«El autoaprendizaje o el aprendizaje por descubrimiento son metodologías formativas de valor contrastado»

Alberto Marín. Director de Innova Management

Pregunta: ¿Qué son los simuladores de negocio o *business game*?

R: Respuesta: Los simuladores de gestión son herramientas formativas ampliamente utilizadas en las escuelas de negocios y los centros de formación de las grandes corporaciones, por la capacidad que tienen de integrar diferentes áreas (marketing, finanzas, operativa,...), a la vez que desarrollar habilidades directivas.

Al igual que los pilotos completan su entrenamiento teórico con los simuladores de vuelo antes de coger los mandos de un avión, los directivos deben formarse en el proceso de toma de decisiones.

P: ¿Qué innovaciones aporta Hotelgame?

R: La principal novedad metodológica es la integración de un contenido formativo con una orientación muy práctica, con la aplicación directa de lo aprendido en la gestión del hotel simulador.

Una adecuada combinación del Contenido Formativo con el Modelo de Simulación asegura una mayor eficacia en la Acción Formativa. El autoaprendizaje o el aprendizaje por descubrimiento son metodologías formativas de valor contrastado.

P: ¿Está basado en otras experiencias?

R: No se trata de la primera de su clase, aunque antes no se había asociado la formación a la practicidad y el ángulo lúdico de una herramienta tan aplicada a un sector como éste, el hotelero, con resultados mesurables, y con el elemento competitivo 'galardonable'.

P: ¿Qué valoración están haciendo los usuarios hasta ahora?

R: En general, muy positiva. Especialmente valoran la practicidad del contenido, que está desarrollado íntegramente para este curso, y el componente divertido, práctico y lúdico que aporta el simulador.

Desde pequeños nos han enseñado a aprender con el juego y ahora que somos adultos esta metodología sigue siendo válida. El componente emocional del juego predispone especialmente para el aprendizaje.

P: ¿Y los premios?

R: Un incentivo lúdico que nos ayuda a hacer un esfuerzo adicional. Nadie hará el curso por la posibilidad de ganar un premio pero muchos estarán dispuestos a realizar un esfuerzo adicional por demostrar que son los mejores.



El director de Innova Management, Alberto Marín.

Juan Molas asegura que Canaltur es "una verdadera formación adaptada a las demandas del mercado"

Los cursos de Canaltur han visto ampliada su matrícula hasta finales de abril. Se trata de una formación equiparable a estar en clase, con el profes

or impartiendo la asignatura y compartiendo pupitre con otros alumnos. Manteniendo un contacto directo, pero a través de Internet. Un sistema no

vedoso en Turismo que lleva ya un tiempo utilizándose en España pero no es muy conocido y que es la primera vez que se emplea en el Sector

Sólo son necesarios un ordenador, una línea ADSL, micrófono y auriculares. Y si a esto se le suma una *webcam*, mejor. Se trata de formación *online*, pero no el típico *e-learning*. Es telepresencial, interactiva y directa. A través del área de trabajo se puede compartir todo tipo de documentos con el resto de alumnos en tiempo real así como escribir en una pantalla en blanco que hace las veces de pizarra. A su vez, la plataforma permite compartir el escritorio. Es muy útil porque puedes abrir cualquier documento y navegar por Internet permitiendo el control remoto a los alumnos.

A través de diferentes iconos, los participantes pueden 'levantar la mano' cuando se quiera intervenir o responder a preguntas de respuesta simple (sí / no) lanzadas por el profesor. Un panel de chat permite además comunicarse con toda la clase o de forma individual y privada con alguno de sus miembros. Además, se hace grupo, la gente se conoce y hace amistad. Se intercambian opiniones, direcciones de mail, blogs, etc.

En líneas generales el sistema permite la participación de

hasta 3.000 personas por sesión sin límites geográficos, pero en el caso concreto de Canaltur el proyecto está circunscrito a España y la media de alumnos por clase es de unos 20, ya que se ha preferido repetir muchas veces un curso que hacer uno solo y masificarlo.

Se ha ampliado el plazo de inscripción hasta el 30 de abril, más de lo previsto inicialmente, debido al gran éxito obtenido desde su puesta en funcionamiento y de la enorme demanda generada, siendo la cifra de inscritos mayor de 900 y los cursos más demandados, los de Marketing y Comercio Electrónico y Nueva Gestión Turística.

Precisamente sobre los contenidos impartidos, el presidente de la CEHAT y del ITH, Juan Molas, ha hecho las siguientes declaraciones asegurando que la motivación para hacer estos cursos "viene del hecho de que los módulos ofertados por Canaltur son áreas de conocimiento nuevas en las que se están demandando cada vez más profesionales y cada hotel debe contar con personas que manejen estos conocimientos". Además, el presidente del instituto tecnológi-

co ha añadido que se trata de "una formación adaptada a la demanda del mercado con temas sobre *web 2.0*, marketing y comercio electrónico, herramientas de comunicación, nueva gestión turística y sistemas de gestión de destinos, que son las puntas de

lanza por las que avanza el sector". "Los establecimientos hoteleros que no cuenten dentro de sus recursos humanos con profesionales expertos en estas áreas tendrán que buscarlos fuera o bien perder el tren del mercado, ya que es claramente hacia

donde vamos. Las tecnologías sociales, en las que el cliente se ha convertido en el prescriptor directo de nuestros productos, marcan el nuevo panorama de comercialización de nuestros productos. No estar ahí, significa no existir", ha concluido.

CanalTUR

Bienvenida
El proyecto
La plataforma
Actividades docentes
Reservas y asistencias

Para acceder a las actividades, es imprescindible REGISTRARSE. Existe un calendario de sesiones programadas en Directo que puede ser consultado desde **ÁREA ACTIVIDADES** también se pueden visualizar en la modalidad Vídeo. Los títulos propuestos son:

- Marketing e e-commerce
- Herramientas de comunicación 2.0
- Nueva gestión turística
- Sistema de gestión de destinos

ITH Instituto Tecnológico Hotelero
Canal Empresarial

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO
PLAN AVANZA

La media de asistentes por clase que participan en el proyecto del ITH, Canaltur, es de 20 alumnos.

CanalTUR

Bienvenida
El proyecto
La plataforma
Actividades docentes
Reservas y asistencias

Ministerio de Industria, Comercio
www.mityc.es

Secretaría de Estado de Turismo
www.turismo2020.es

Segittur www.segittur.es

Ver vídeo

¡Bienvenidos a CanalTUR!

CanalTUR es un proyecto liderado por el Instituto Tecnológico Canal Empresarial, apoyado por la Secretaría de Estado de Segittur y Turismo 2020, destinado a trabajadores de pyme autónomos que coticen en España. Pretende crear un espacio formativo que se adapte a los horarios del personal del sector turístico y de traslados y estancias y, lo que es más relevante, la ausencia de su puesto de trabajo.

Las actividades formativas son gratuitas y se pueden realizar en el formato *Grabado* para poder acceder a los vídeos en el momento que se desee.

ITH Instituto Tecnológico Hotelero
Canal Empresarial

Los cursos de Canaltur se centran en materias nuevas que son cada vez más demandadas por los profesionales.

BOLETIN DE INSCRIPCIÓN AL ITH

CUADRO ADJUNTO PARA RELLENAR LA SOLICITUD

Grupo	Descripción	Otros datos	Tipo	Cuota anual	Cuota entrada*
I	EMPRESAS HOTELERAS	Menos de 50 plazas	A	150 euros	300 euros
		De 50 a 250 plazas	B1	300	600
		De 250 a 500 plazas	B2	400	800
		De 500 a 1.000 plazas	B3	500	1.000
		De 1.000 a 2.000 plazas	C	600	1.200
		De 2.000 a 5.000 plazas	D	1.500	3.000
		De más de 5.000 plazas	E	3.000	6.000
II	ORGANISMOS EMPRESARIALES	Asociaciones, federaciones...	C	1.000	2.000
III	PROVEEDORES, PROFESIONALES Y ENTIDADES EDUCATIVAS	Profesionales. Sólo con NIF individual	A	150	300
		Escuelas, Universidades, asociaciones profesionales	C1	1.000	2.000
		Proveedores hasta 1.000.000 de facturación	C2	3.000	6.000
		Proveedores entre 1 y 10.000.000 de facturación	D	6.000	12.000
		Proveedores. Más de 10.000.000 de facturación	E	9.000	18.000
IV	SOCIOS PROTECTORES	Administraciones Públicas	F	-	-
V	SOCIOS HONORARIOS	Personalidades de reconocido prestigio	F	-	-

SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN

Categoría..... Empresa Hotelera
Organizaciones Empresariales
Socio Protector
Socio Honorario
Proveedores; profesionales, Entidades educativas
(marcar con una cruz las opciones correspondientes)

Grupo*..... Grupo I Grupo II Grupo III Grupo IV Grupo V

Tipo*..... A B1 B2 B3 C1 C2 D E F
(*ver cuadro adjunto y marcar las opciones correspondientes)

Nombre empresa..... CIF/NIF.....
Persona de contacto / cargo
Dirección
Teléfono..... Fax
Correo electrónico web
CCC
Fecha..... Firma solicitante.....

Yo, D/Dña. en calidad de solicito al Presidente del Instituto Tecnológico Hotelero que se me incluya como socio en esta entidad y me comprometo a cumplir con los estatutos y obligaciones a los que como tal me obliga.
Atentamente,
Fdo.

En a

El 45% de los hoteles madrileños tienen sistemas accesibles para personas discapacitadas

Es un dato estimado a la espera de sacar las conclusiones finales extraídas por el Proyecto PAT Madrid (Plan de Accesibilidad Turística) que se ha realizado en un trabajo conjunto por la Confederación Española de Hoteles (CEHAT) a través del ITH y la Asociación empresarial Hotelera de Madrid (AEHM).

"Es una cifra muy baja y más si tenemos en cuenta que no incluye discapacitados sensoriales; i.e. ciegos y sordos", ha opinado Diego González, el director general de Access Turismo.

Sin embargo, sí que se puede decir que existe un nivel alto de sensibilización entre los hoteleros sobre este tema, ha añadido González, quien ha manifestado que uno de los problemas fundamentales que sí se han detectado es "la desinformación y sobre todo la falta de formación en temas de accesibilidad", ya que un 90 % de los hoteleros participantes "carecían de formación en materia de accesibilidad".

El Plan de Accesibilidad Turística de la Comunidad de Madrid va dirigido a salvar los obstáculos que aún puedan existir en los alojamientos turísticos de la región para personas con discapacidad motriz, sensorial o intelectual, así como para aquellas con movilidad reducida o necesidades especiales. El plan tie-

ne dos objetivos principales. Por un lado sensibilizar a los madrileños sobre los cambios necesarios para acoger a un colectivo que tiene dificultades para disfrutar plenamente de los servicios turísticos, mejorando su calidad de vida y su integración social. Y, por otro lado, lograr que los servicios hoteleros madrileños sean más competitivos ya que, además de contar con unas instalaciones excelentes, se ampliaría los visitantes potenciales de esta región.

El PAT incluye una aplicación informática que permite a los establecimientos madrileños saber en qué medida sus instalaciones son accesibles. Este programa es un sistema de autoevaluación que genera un informe en el que se recogen recomendaciones para mejorar la accesibilidad general del establecimiento. La herramienta es extensible a todo tipo de establecimientos incluidos museos, monumentos o espacios naturales.

A finales de abril se tendrán los datos concretos de accesibilidad de más de 80 hoteles verificados.

Benchotemark

Por otro lado, más De 70 hoteleros están midiendo ya la eficiencia energética de sus establecimientos en la Comunidad de

Madrid gracias a esta herramienta informática del ITH que les permite saber cómo ahorrar en energía, reducir costes, ayudar a cumplir con la legislación aplicable y mejorar la imagen corporativa.

La herramienta es fruto de la colaboración entre las Consejerías de Economía e Innovación Tecnológica y de Cultura, Turismo y Deportes de la Comunidad de Madrid, quienes junto con la Cámara de Comercio de Madrid y la propia Asociación han hecho posible la realización de este proyecto, que ya se ha llevado a cabo con éxito en Canarias.

Carlos López Jimeno, director general de Industria, Energía y Minas, ha hablado sobre el proyecto, haciendo hincapié en que, según los estudios previos realizados, la puesta en marcha de las medidas de optimización que se realizarán posteriormente puede permitir ahorros superiores al 18% en consumo energético, equivalentes a 200.000.000 de kilowatios/hora/año, evitándose además la emisión a la atmósfera de casi 70.000 toneladas de CO2.

Por su parte, el director general del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), Álvaro Carrillo, ha subrayado que esta aplicación permitirá evaluar el consu-

mo energético y de agua de cada establecimiento, comparándolo con el de hoteles semejantes y con la media del Sector, con lo que los gestores podrán sacar valiosas conclusiones respecto a la necesidad de implementar medidas rentables de ahorro energético.

El director general del ITH ha explicado también algunos detalles, especificando que se trata de una herramienta informática *on line* a la que los participantes acceden por Internet mediante con-

traseña, pudiendo ellos mismos realizar el volcado y actualización de datos y accediendo posteriormente a los resultados que se ofrecen mediante gráficas comparativas (*benchmarking*). Con los datos obtenidos tras la realización del Plan, se desarrollará un informe de resultados, conclusiones y recomendaciones de actuación para los hoteles de Madrid, que constituirá una excelente fotografía del sector hotelero en la Comunidad de Madrid con respecto a su eficiencia energética.



El PAT incluye una herramienta para medir la accesibilidad hotelera.

El ITH y la Secretaría de Estado de Turismo repiten su ciclo de jornadas de innovación para el Sector

Las jornadas de innovación que el año pasado organizaran ITH y Segittur para llevar la innovación y sus herramientas al sector hotelero tendrán su continuidad este año en colaboración con la FEHR (Federación Española de Hostelería) para acercar la innovación a todo el sector turístico. El ciclo cuenta con el apoyo de la Secretaría de Estado de Turismo a través del Instituto de Estudios Turísticos (IET). Este nuevo ciclo de doce jornadas se celebrará en diferentes puntos de la geografía española, y la ciudad de arranque está prevista que sea Toledo.

Las jornadas se dividirán en tres grandes bloques:

- Las tendencias y retos que debe afrontar el sector turístico: el Plan Horizonte 2020.

En este punto queremos tratar cuál ha sido la evolución del Turismo en los últimos años, las tendencias a las que se tiene que enfrentar (Internet y nuevos dispositivos, competencia con otros destinos, nuevo modelo de turista, entre otros) y cuáles son

los retos que debe plantearse el sector turístico (seguridad personal, cambio climático, turismo sostenible, etc.), y de este modo dar a conocer las iniciativas planeadas en el Plan Horizonte 2020, que permitan la mejora de la competitividad de la industria turística por medio de la introducción de la innovación y la tecnología.

- Herramientas innovadoras para la gestión de su negocio.

Se pretende mostrar, desde un punto de vista eminentemente práctico, herramientas innovadoras que le faciliten la gestión diaria de su negocio al profesional del sector turístico, de manera que pueda incrementar la productividad de su negocio.

Para ello, trataremos las siguientes aplicaciones, analizando en cada una de ellas la situación actual del Sector, por qué es necesaria, cómo funciona y la exposición de un caso práctico: TDT, factura electrónica, Ayudatur, sistema de intermediación laboral, nuevos TPVs, sistema de vales de comida.

- Cómo vender más y mejor utilizando Internet: Promoción, comunicación y comercialización.

Este taller se enfoca en cómo están transformando la manera

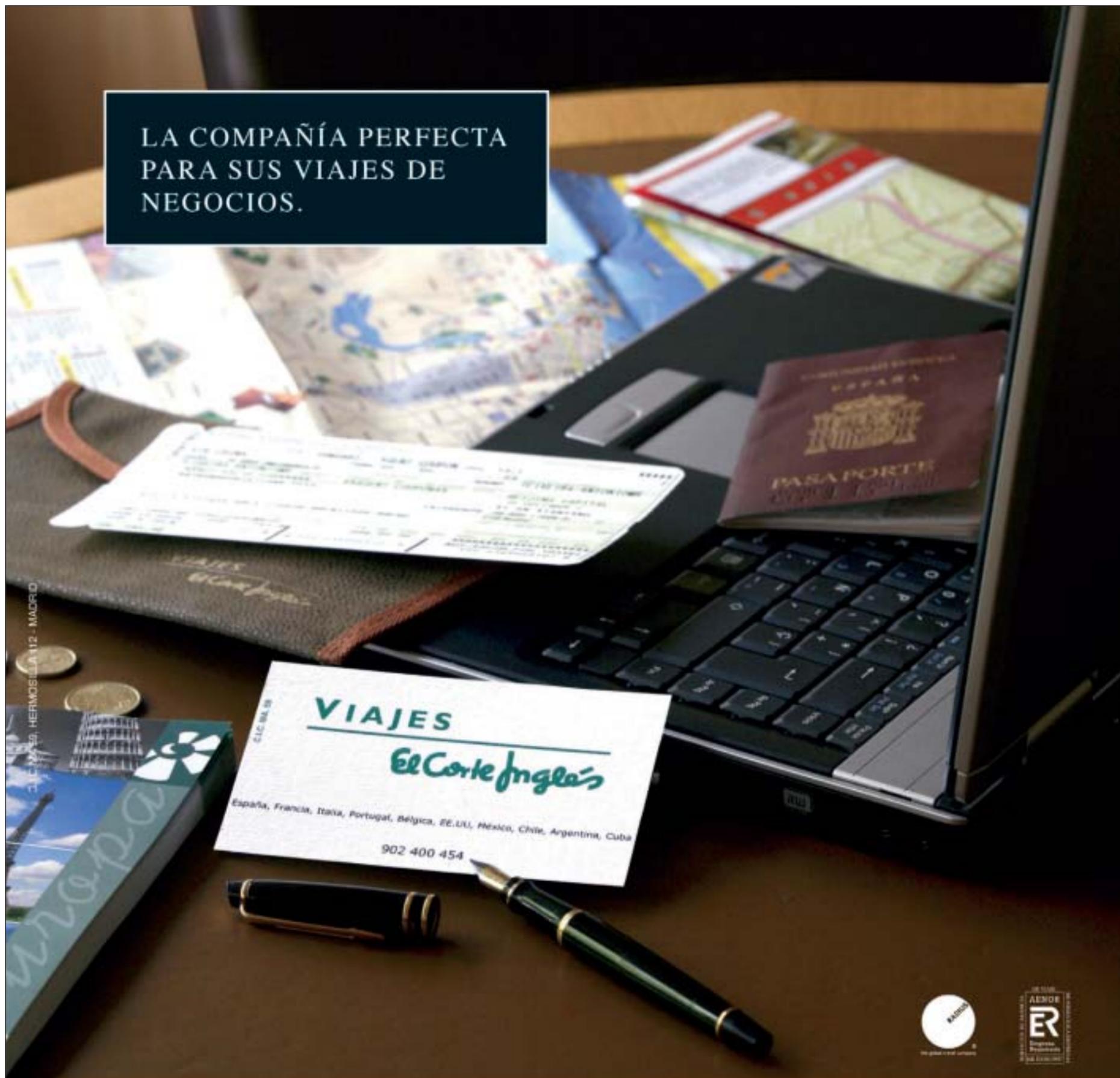
de vender-comprar-promocionar las nuevas estrategias en Internet para las empresas del sector turístico, de manera que se ayude a los profesionales a conocer de forma sencilla y rápida me-

diantes ejemplos reales cómo pueden utilizar estas nuevas formas de promocionarse y comercializar su producto: Internet y posicionamiento, herramientas 2.0, Club de producto.



Las jornadas sobre innovación pretenden trasladar al Sector la importancia de esta cuestión para mejorar la oferta.

LA COMPAÑÍA PERFECTA
PARA SUS VIAJES DE
NEGOCIOS.



En sus viajes de negocios elija la compañía de Viajes El Corte Inglés.
Disfrutará de grandes ventajas:

- | | |
|---|--|
| El servicio y la atención personalizada que usted exige en todos sus negocios. | – Nuevas soluciones tecnológicas para el control de sus gastos de viaje. |
| Un servicio “a medida”, adaptado a sus necesidades y garantizando una notable reducción de costes sin disminuir la calidad. | – El asesoramiento de personal especializado que cuidará hasta el último detalle la organización de sus viajes de empresa y de negocios. |

Cuando piense en sus viajes de negocios tome la decisión más rentable y elija la compañía que siempre estará a su lado:
Viajes El Corte Inglés.

www.viajeselcorteingles.es

VIAJES
El Corte Inglés

902 400 454



Sugerencias para el Proyecto de Ley de SOCIMIS que se está tramitando en el Congreso de los Diputados

El Proyecto de Ley de Sociedades Anónimas Cotizadas de Inversión en el Mercado Inmobiliario (SOCIMIS) que está siendo objeto de tramitación en el Congreso de los

Diputados ha finalizado en fecha reciente su plazo de proposición de enmiendas. Respecto del Anteproyecto inicial que se dio a conocer hace algunos meses desde

el Ministerio de Economía y Hacienda, el Proyecto de Ley objeto de tramitación ha incorporado algunas de las demandas que se plantearon desde diferentes sectores



MANEL MARAGALL

SOCIO DE GARRIGUES
BARCELONA



Algunas de las demandas que se han introducido en el proyecto son:

- Se ha confirmado el principio de libertad de inversión en inmuebles urbanos de tipología diversa, desvinculándolo de porcentajes mínimos en activos residenciales, cuestión ésta esencial para la aceptación del régimen de SOCIMI (y que explica la relativa escasa aceptación de anteriores intentos de incentivar el alquiler en el Impuesto sobre Sociedades), modificándose incluso este extremo para las sociedades y fondos de inversión inmobiliaria.

- Se permite la inversión de las SOCIMIS fuera de nuestro territorio tanto en sociedades como en inmuebles y en condiciones análogas a las adquisiciones en territorio español. Igualmente, se admite, cumpliendo ciertos requisitos, que los REIT extranjeros que inviertan en España se puedan acoger al régimen fiscal especial de las SOCIMI.

- Se ha eliminado el condicionante incluido en la versión inicial de que ningún socio podía tener un porcentaje superior al 5%, el cual



Una medida que debería incluirse en el texto legal, a juicio de Maragall, es un mecanismo para evitar la doble imposición para socios personas jurídicas.

da a la hora de acceder al régimen especial.

Sin embargo, si se desea que esta iniciativa legislativa suponga un verdadero impulso al sector inmobiliario, tanto desde la óptica del mercado de alquiler como de la movilización de las carteras de inmuebles en manos de promotores, entidades financieras, grupos hoteleros o empresas de perfil patrimonial, existen aún algunas cuestiones importantes que deberían introducirse en el texto legal.

una vez se ha equiparado la tipología de activos susceptibles de inversión con las sociedades y fondos de inversión inmobiliarios, creemos que debería permitirse que las SOCIMI puedan invertir en este tipo de instituciones de inversión colectiva (IIC) así como facilitarse que estas últimas puedan transformarse en SOCIMI.

- Los condicionantes relativos al 85% del activo invertido en inmuebles arrendados con un endeudamiento máximo del 60% del valor del mismo suponen unos límites muy exigentes que, en nuestra realidad actual, muy pocas empresas que deseen transformarse en SOCIMI van a poder cumplir de inicio. Deberían flexibilizarse tales límites porcentuales o, cuando menos, establecerse un periodo transitorio realista para su cumplimiento.

- En cuanto al régimen fiscal, la vivienda en alquiler ha pasado de ser un condicionante esencial para el goce del régimen fiscal especial de las IIC a no tener ningún tipo de ventaja comparativa con otro tipo de inmuebles ni en el régimen de IIC ni en el de las SOCIMI. Parecería razonable establecer algún tipo de discriminación positiva en la tributación de las rentas procedentes de vivien-

das arrendadas (tal vez un tipo inferior al 18% o incluso la exención plena).

- Siendo el nuevo régimen fiscal razonablemente atractivo para personas físicas y para no residentes, puede afirmarse con carácter general que no resulta interesante para las personas jurídicas residentes en España que inviertan en una SOCIMI ya que, una vez distribuidos los resultados de la SOCIMI, se acabará soportando la misma tributación

- El Proyecto de Ley impide aplicar el tipo reducido del 18% a las rentas que procedan de inmuebles arrendados a entidades con las que exista vinculación fiscal (participación de más de un 1%). Esta limitación nos parece a todas luces exagerada y en la práctica va a limitar en buena medida la viabilidad de operaciones de *sale & lease*, cada vez más habituales en sectores como el hotelero o el financiero.

Una participación superior al

‘El Proyecto de Ley permite la inversión de las SOCIMIS fuera de nuestro territorio tanto en sociedades como en inmuebles y en condiciones análogas a las adquisiciones en España’

restaba en buena medida posibilidades de éxito a la nueva figura societaria.

- Se ha establecido un régimen de acceso al régimen para entidades preexistentes consistente en un diferimiento de la tributación de las plusvalías acumuladas hasta el momento de la transmisión de los inmuebles, que es seguramente preferible a otras figuras (como el caso francés) consistentes en el pago de un impuesto de entra-

De entre las múltiples objeciones y cuestiones que se han planteado desde diversos sectores, muchas de las cuales se plasman en las enmiendas presentadas por los partidos políticos, se resumen a continuación algunas de las modificaciones más importantes que, según el criterio del que suscribe, debería recoger el texto legal que finalmente se apruebe:

- En cuanto a los bienes aptos para que las SOCIMI puedan invertir,

‘Parecería razonable establecer algún tipo de discriminación positiva en la tributación de las rentas procedentes de viviendas arrendadas (un tipo inferior al 18% o incluso la exención plena)’

agregada que si la SOCIMI hubiese tributado en régimen general, obteniéndose tan sólo la ventaja del retraso por un año en el pago de una parte del Impuesto sobre Sociedades. En este sentido, sería deseable introducir un mecanismo para evitar la doble imposición para socios personas jurídicas, que pueda hacer atractivo invertir en una SOCIMI (por ejemplo mediante la aportación de inmuebles) a grupos promotores, hoteleros o de perfil patrimonial.

1% sin tener control sobre la SOCIMI (i.e. inferior al 50%) no debería excluir la posibilidad de aplicar el tipo reducido del 18% por el mero hecho de que el arrendatario sea a su vez accionista.

Estas son sólo algunas de las cuestiones que se podrían abordar en el debate parlamentario, por lo que habrá que seguir con atención la tramitación de las enmiendas y finalmente hacer la valoración del texto que se acabe aprobando.



CARLOS SEDANO

ASESOR LABORAL DE CEHAT



El periodo de prueba en el contrato de trabajo y sus circunstancias legales y jurídicas

El artículo 14 del Estatuto de los Trabajadores dispone que "podrá concertarse por escrito un periodo de prueba, con sujeción a los límites de duración que se establezcan en los Convenios Colectivos". Sorprende que, ya no sólo en ese

inicio sino también a lo largo del artículo, no se defina lo que es el periodo de prueba. Han sido nuestros tribunales los que lo han definido como un pacto facultativo, anterior o coetáneo al contrato, en virtud del cual empresa y trabaja-

dor se someten a un mutuo conocimiento personal y profesional, dentro de un plazo legal, estando facultadas ambas partes para resolver unilateralmente el contrato, sin alegación de motivo, salvo supuestos de discriminación

Atendiendo a ese inicial párrafo transcrito, observamos que encierra una obligación de suma importancia, cual es la necesidad de que el periodo de prueba debe estar siempre concertado y figurar por escrito en el contrato de trabajo, so pena de tenerlo por no puesto y sin posibilidad alguna de alegar, entonces, su existencia para así resolverlo, a pesar de su regulación en el ET o convenio colectivo aplicable.

La duración del periodo de prueba si bien, en un principio, el artículo 14 ET lo fija en seis meses para los trabajadores técnicos titulados, dos meses para el resto de trabajadores y, para las empresas de menos de veinticinco trabajadores, tres meses para aquellos que no sean técnicos titulados, deja en manos de los convenios colectivos su regulación, esto es, la posibilidad de establecer periodos distintos o determinados requisitos ajenos a los del ET. Hoy día puede afirmarse, salvo concretas excepciones, que todo convenio colectivo tiene una regulación específica sobre el periodo de prueba. Ahora bien, todos los convenios colectivos del sector de Hostelería se rigen por lo dispuesto en el III Acuerdo Laboral de ámbito Estatal del sector de Hostelería, cosa que será objeto de comentario mas adelante.

Siguiendo al hilo de ese artículo 14, se dispone a continuación: "será nulo el pacto que establezca un periodo de prueba cuando el trabajador haya ya desempeñado las mismas funciones con anterioridad en la empresa, bajo cualquier modalidad de contratación". Su lectura es clara, no cabe establecer para un mismo trabajador un segundo periodo de prueba cuando ya, anteriormente, prestó servicios para la empresa. Alegar durante ese segundo periodo de prueba su no superación, será considerado despedido.

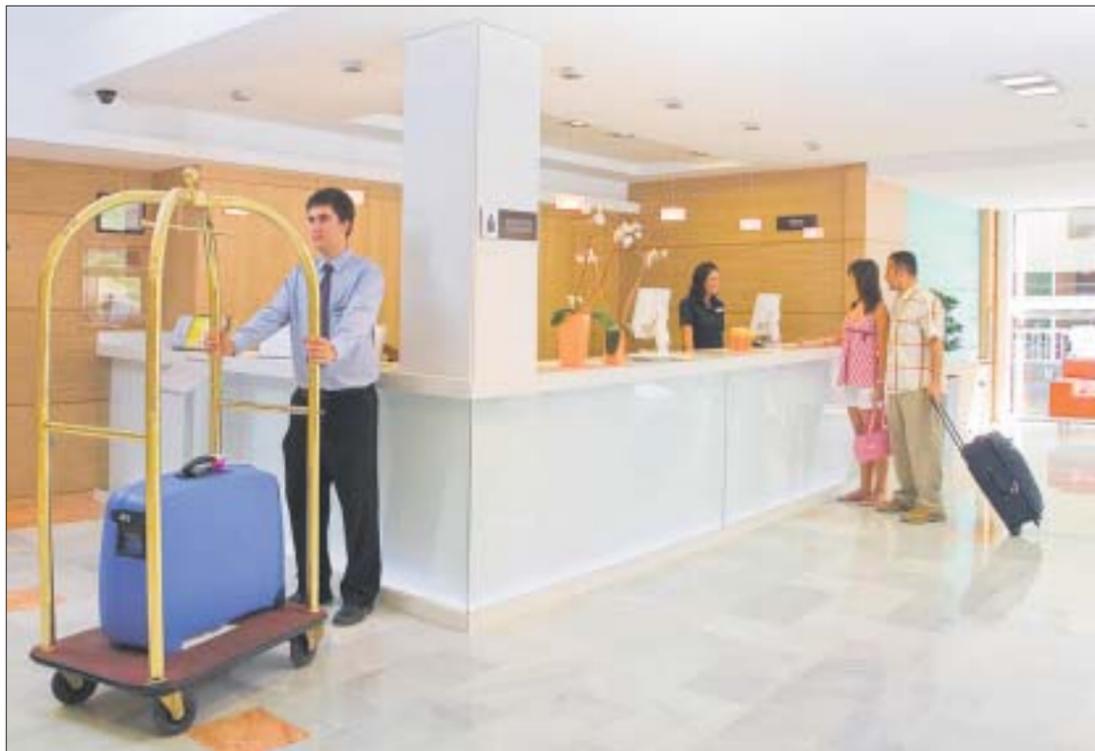
Ahora bien, lo dicho necesita de las siguientes matizaciones. En primer lugar sí cabrá concertar otro y distinto periodo de prueba cuando las funciones para las que fuera contratado el trabajador, en la segunda ocasión, sean distintas y ajenas a las del primer contrato. Por poner un ejemplo, cabrá una primera contratación con la categoría de ayudante de cocina y una segunda como ayudante de camarero. El hecho de que se hubiera prestado

servicios en dos ocasiones y dos categorías distintas para la misma empresa no enerva la posibilidad, en la segunda contratación, de que se pueda optar por la resolución alegando la no superación del periodo de prueba para esa última contratación. Dice la sentencia de la Sala de lo Social del Tribunal Superior de Justicia de Baleares, de fecha 22 de marzo de 2004: «el contrato de duración determinada que el actor concertó con la empresa de trabajo temporal para prestar servicios a Endesa, en calidad de empresa usuaria, y el contrato de duración indefinida que luego celebró con esta última empresa dieron lugar a dos relaciones de trabajo diferentes. Los empleadores eran diferentes en cada una y, sobre todo, fue también diferente el respectivo objeto de la actividad prestacional: funciones de Técnico de Operaciones, en uno, de Técnico de Planificación, el otro, como también eran distintos los centros de trabajo donde tales funciones tenían que cumplirse: en Marratxi, el primero, en Palma de Mallorca, las del segundo».

Tampoco impide ese apartado del artículo 14 sumar los periodos de prueba de dos contratos para una misma categoría profesional suscritos en dos momentos distintos y con cierta continuidad en el tiempo, siempre y cuando la suma de ambos periodos no superen la duración máxima del periodo de prueba. Así, por ejemplo, supongamos que para una determinada categoría profesional el periodo de prueba sea de tres meses; cabrá, en este supuesto, un primer contrato de un mes de duración y, al poco tiempo, un segundo contrato de dos meses y comunicar, durante la duración del último contrato, la no superación del periodo de prueba, pues entre la suma de ambos no habrán alcanzado el periodo máximo de prueba previsto de tres meses.

Dice la sentencia del TSJ de Baleares, de fecha 18 de julio de 2002: "...y en el caso enjuiciado aun sumados ambos períodos 'de prueba' no se alcanzan los dos meses, debiéndose por ello estimarse el recurso y revocarse la sentencia, desestimándose la demanda por inexistencia del despido, ya que por otra parte, dicho período de 2 meses es el previsto en el ET., en defecto de pacto en Convenio, para todos los trabajadores salvo titulados".

El apartado 2 del artículo 14 ET, dispone a continuación: "durante el periodo de prueba, el trabajador tendrá los derechos y obligaciones correspondientes al puesto de trabajo que desempeñe como si fuera de plantilla, excepto los derivados de la resolución de la relación labo-



La duración y condiciones de los periodos de prueba tienen que estar bien definidas en el contrato de trabajo.

ral, que podrá producirse a instancia de cualquiera de las partes durante su transcurso". Queda claro pues que el trabajador, aún estando en el periodo de prueba, tiene los mismos derechos y obligaciones que el resto de trabajadores que tuviera el resto de trabajadores de la plantilla. Hay que desterrar la falsa idea, que todavía hemos visto, de que el trabajador durante el periodo de prueba no necesita ser dado de alta en Seguridad Social. El trabajador durante periodo de prueba sí debe ser dado de alta en Seguridad Social.

Acercas de la resolución del contrato de trabajo dentro del periodo de prueba, es una facultad que pueden ejercer, indistintamente, tanto el empresario como el trabajador. El desistimiento puede producirse a lo largo de cualquier momento, durante el periodo de prueba, a instancia de cualquiera de las partes. La decisión extintiva no precisa alegación de causa o motivo alguno. Son numerosas las decisiones de nuestros tribunales que así lo sostienen, manteniendo que el periodo de prueba consiste en concederse mutuamente, empresa o trabajador, la facultad de resolver el contrato por cualquier causa o, incluso, sin que se justifique la necesidad de la decisión en tal sentido. Esta facultad resolviendo la relación laboral concedida por el artículo 14.2 ET está limitada, según la Sentencia 94/1984, de 16 octubre, del Tribunal Constitucional, en el sentido de que no se puede hacer valer por causas ajenas al propio trabajo que fuese en contra de los derechos fundamentales.

No es necesario el requisito de forma escrita al comunicar la no

superación del periodo de prueba. Es reiterada la doctrina y jurisprudencia, que nos dice que no se exige la comunicación escrita para hacer uso de la potestad resolviendo el contrato de trabajo durante su periodo de prueba, pues tal resolución no está sujeta a formalidad alguna en cuanto a la exteriorización de su voluntad, bastando con que verbalmente se comunique su no superación. De todos modos siempre aconsejaremos que esa comunicación lo sea por escrito, con su correspondiente acuse de recibo. La decisión empresarial de resolver el contrato durante el periodo de prueba y en los términos comentados no constituirá despido alguno, sino extinción del contrato por causa válidamente pactada. Si esa opción es ejercida por el trabajador, dentro de ese periodo, no se le podrá descontar importe alguno por falta de preaviso por su intención de dar por resuelto el contrato. La comunicación de no superación de prueba podrá ser comunicada, por ambas partes, en cualquier momento, sin esperar plazo previo alguno que lo anticipe.

Dice el artículo 14.3 ET que: "Transcurrido el periodo de prueba sin que se haya producido el desistimiento, el contrato producirá plenos efectos, computándose el tiempo de los servicios prestados en la antigüedad del trabajador en la empresa".

Es importante reseñar que el último párrafo de ese artículo 14 dispone: "las situaciones de incapacidad temporal, maternidad, y adopción o acogimiento, que afecten al trabajador durante el periodo de prueba interrumpen el cómputo del mismo siempre que se

produzca acuerdo entre ambas partes". Ello implica que si queremos que alguna de esas situaciones (incapacidad temporal, maternidad, adopción o acogimiento) interrumpa el transcurso del periodo de prueba en el tiempo así deberá, expresamente, pactarse en el contrato de trabajo.

El III ALEH, en sus artículos 20 y 21, regulan los periodos de prueba que, recordemos, son comunes y obligatorios para todos los convenios colectivos del sector de Hostelería, sin excepción alguna. Dispone el artículo 20: "el periodo de prueba que podrá concertarse en los contratos de trabajo sujetos a una relación laboral común, por tiempo indefinido, fija o fija discontinua, o de duración temporal o determinada, tendrá que suscribirse siempre por escrito y con sujeción a los límites de duración máxima siguientes". Esos límites, resumiéndolos, van de los 90 a los 15 días, según la clasificación profesional del trabajador, modalidad contractual y duración pactada.

De igual modo, el artículo 21 III ALEH, establece, para el personal directivo, un determinado periodo de prueba: "en los contratos laborales comunes celebrados para ocupar puestos directivos, que no les corresponda uno de los grupos y categorías profesionales de las referidos en el artículo 16 del III Acuerdo Laboral de ámbito Estatal del sector de Hostelería, el periodo de prueba podrá ser de seis meses de duración, siempre que se trate de contratos de duración indefinida, fija o fija discontinua, o de cuatro meses en los de duración determinada o temporal".

Madrid acoge los días 25 y 26 de abril la primera Convención Nacional de Asociaciones de Hostelería

Los próximos días 25 y 26 tiene lugar en Madrid la primera Convención Nacional de Asociaciones de Hostelería, a la que están convocados gerentes y

profesionales de las Asociaciones integradas en CEHAT y FEHR. Estas jornadas quieren servir de punto de encuentro para técnicos y especialistas,

fomentar el trabajo en red y ayudar a profundizar en los conocimientos sobre las principales áreas de trabajo que se abordan diariamente

Con estos objetivos, durante dos días, la Convención programará diferentes talleres en los que se mostrarán fórmulas más eficaces de gestión y otras herramientas para generar valor añadido a las asociaciones.

Esta primera Convención, que se celebrará en el Hotel Eurostars Tower de Madrid, incluirá la sesión plenaria 'El futuro del asociacionismo empresarial: del profesionalismo a la excelencia', que estará impartida por Valeria Guillote (Socia-Directora de Korzazaejecutivos) y Pablo Serrano (Socio Director de Korzazaejecutivos.com).

Talleres Paralelos

- 'Cómo estimular y motivar a la participación de los asociados', presentado por Valeria Guillote; Socia-Directora de Korzazaejecutivos).

- 'Cómo mejorar la prestación de servicios de la Asociación y determinar su valor', dirigido por Mario Arias Oliva; Doctor por la Universitat Rovira I Virgili desde 1994.

- 'La comunicación en las Asociaciones', que abordará Emilio García Carrasco, consejero Delegado de UGA, empresa dedicada al ámbito de la Comunicación y la Publicidad.

- 'Comercialización, ventas y fidelización en las Asociaciones', impartido por Eduardo Herrero Salinero, Socio-Director y cofundador de TRESgenia, compañía especializada en la Consultoría y prestación de servicios profesionales en los ámbitos de la Formación, Comunicación Corporativa y Tecnología.

Asimismo, en estos dos días se ofrecerán diferentes actividades lúdicas en la tarde del sábado y domingo, y una cena que contará con el apoyo del Ayuntamiento de Madrid. La cena tendrá lugar en la Real Casa de Correos, actual sede de la Presidencia de la Comunidad de Madrid.

CEHAT y FEHR

Al respecto, el secretario general de CEHAT, Ramón Estalella, ha manifestado lo siguiente: "esta convención es novedosa y no conocemos ninguna experiencia previa similar entre Asociaciones Empresariales. En el caso CEHAT - FEHR, además, es importante destacar que compartimos un porcentaje importante de Asociaciones mixtas, que entienden la Hostelería como una unidad y no como la separación de Alojamiento y Restauración. Este hecho ocurre igual en Europa, ya que la Hotrec engloba a ambas divisiones de la Hostelería.

En España, esta división existe desde hace más de 30 años y creemos que tiene ventajas e inconvenientes, aunque no es una prioridad de esta Convención el intentar que la Hostelería tenga una voz única.

El objetivo es que se conozcan las personas con responsabilidades técnicas en las Asociaciones provinciales y, ya que tenemos muchas materias en las que trabajamos juntos (formación, negociación colectiva, sanidad, seguridad, medios de pago, prevención de riesgos...), seamos capaces de trabajar de forma más eficiente para solucionar los problemas de nuestros Asociados.

Por último, estoy seguro de que será muy positivo el que se conozcan directamente personas que llevan muchos años comunicándose por teléfono o mail pero que aún no han tenido la ocasión de un encuentro directo.

Desde CEHAT estamos muy satisfechos del nivel de colaboración y trabajo conjunto con FEHR y asimismo de la notable profesionalización de nuestras Asociaciones miembro, que están teniendo un crecimiento exponencial de servicios al Asociado, lo cual está siendo demostrado por la afiliación masiva de empresarios a las mismas". Por su parte, desde la FEHR,

Emilio Gallego ha señalado que la Convención de Asociaciones de FEHR y CEHAT del 25-26 abril "será el primer gran evento de ese género dirigido exclusivamente a nuestros profesionales.

Esta iniciativa nos equipara a las organizaciones empresariales más punteras en gestión de recursos humanos y va a ser un acelerador del trabajo en red y de difusión del conocimiento, elementos que entendemos de vital importancia en organizaciones como las nuestras.

Este tipo de eventos tiene el objetivo de reforzar el trabajo en red. Hoy en día agrupamos a múltiples organizaciones forma-

das por múltiples profesionales que trabajan en distintos entornos.

La Convención servirá para la actualización de conocimientos de los profesionales. Será un momento para poner en valor y mostrar que las organizaciones empresariales de Hostelería tenemos un colectivo profesionalizado de más de 700 profesionales que trabajan para mejorar el Sector".

Para más información e inscripciones contactar con Ana M^a Camps en CEHAT.

Teléfono:
902.01.21.41



El Hotel Eurostars Madrid Tower será la sede de la primera Convención Nacional de Asociaciones de Hostelería.



**I CONVENCIÓN
DE ASOCIACIONES
HOSTELERAS**

MADRID 2009



VIERNES 24 Abril

Tarde Llegada de los participantes al Hotel Eurostars Madrid Tower *****.

SÁBADO 25 abril

10:00 Llegada al Hotel Eurostars Madrid Tower – Recepción de asistentes.
11:00 Inauguración de la Convención y plenario - Salón Barcelona II.
11:15 Ponencia "*El futuro del asociacionismo empresarial: del profesionalismo a la excelencia*". Salón Barcelona II
12:00 Pausa café
12:30 Talleres de trabajo simultáneos. Salones Barcelona II, Pekín y Sidney.
- Taller 1.- "*Cómo estimular y motivar la participación de los asociados*". (Especial Gerentes y Secretarios Generales).
- Taller 2.- "*Cómo mejorar la prestación de servicios de la Asociación y determinar su valor*".
- Taller 3.- "*La comunicación en las Asociaciones*".
- Taller 4.- "*Comercialización, ventas y fidelización en las asociaciones*".
14:30 Almuerzo-buffet en el propio Hotel.
Tarde libre Programa de ocio "Visita Madrid" opcional.
20:15 Recogida de los asistentes (autocares) en el Hotel para dirigirse al lugar de la cena.
21:00 Cena y espectáculo.
00:00 Recogida de los asistentes (autocares) con destino al hotel.

DOMINGO 26 abril

10:00 Recogida de los asistentes (autocares) con destino Fuente Pizarro (Collado Villalba-Madrid).
11:00 Bienvenida, actividades de equipo y programa lúdico.
14:00 Almuerzo. Barbacoa al aire libre o bajo carpa, dependiendo de la meteorología y despedida.
17:00 Salida de los autocares al Hotel, aeropuerto Barajas y estaciones de Chamartín y Atocha.

Final de la Convención



Philips es líder en el sector de TV Hotel, con más de 25 años de experiencia / Nuestra base instalada es de más de 7 millones de unidades a nivel mundial / Todos los productos de las gamas nuevas podrán funcionar una vez se haga el apagón analógico

«El objetivo de Philips es tanto el confort del cliente como los costes de propiedad del Hotelero»

Gustavo Gil de la Serna. Responsable de TV Philips para Iberia

Pregunta: ¿Qué productos lanza Philips en la gama de televisores para hoteles en 2009?

Respuesta: Para el año 2009 Philips lanza (ya están disponibles) una completa gama de productos exclusivos de TV de Hotel, denominadas Pro y Pro+ para el Cliente *standalone* y System para el Cliente interactivo. En tamaño empezamos en 19" y finalizamos en 42". Además de ellos continuamos comercializando las gamas de alto standing denominadas *Ambilight* y *Aurea*. Todas estas gamas incorporan los nuevos desarrollos e innovaciones realizados por Philips para el mercado Hotelero.

P: ¿Puedes ampliarnos información acerca de estas innovaciones?

R: Los nuevos productos incorporan características diferenciales tales como clonación a través de un *pen drive* estándar conectado al puerto USB (no es necesario ningún mando clonador), lista única de canales, etc. además de mantener características importantes puestas en marcha con anterioridad, tales como mando a distancia con tornillo para el compartimento de baterías y evitar el robo de las baterías, y otras muchas.

P: ¿Cómo pueden ayudar estas innovaciones al Hotelero?

R: Philips es líder en el sector de TV Hotel, con una experiencia de más de 25 años desarrollando productos exclusivamente pensados para el sector Hotelero. Nuestra base instalada es de más de 7 millones de unidades a nivel mundial y con acuerdos con las principales Cadenas Hoteleras. Esto significa que nuestro objetivo es tanto el confort del Cliente como los costes

de propiedad del Hotelero. El ejemplo es básico, pero si nos fijamos en lo anteriormente mencionado acerca del tornillo en el compartimento de las baterías, es un ahorro muy significativo a lo largo del año, no sólo en dinero de reemplazo sino en el tiempo que se tarda en comprarlas, ir a la habitación y sustituirlas por las nuevas.

Asimismo, un objetivo primordial que tenemos desde hace tiempo en Philips es la eficiencia energética, no sólo basado en el ahorro de costes sino también en el impacto medioambiental

P: ¿Cómo pueden ayudar estas innovaciones al Cliente?

R: Hemos mencionado la lista única de canales, es una característica exclusiva de Philips que consiste en que todos los Canales sintonizados están en la misma tabla, no hay que pulsar la tecla del mando a distancia que diferencia analógico y digital. A efecto del Cliente es transparente, sólo tiene que ir cambiando de canales con el mando a distancia sin necesidad de saber si un Canal es digital o no. Obviamente, hay muchas más características enfocadas al Cliente, pero sirva ésta como una muestra de que nuestras TVs están pensadas tanto para el Cliente como para el Hotelero.

P: ¿Cómo contempla Philips, desde la perspectiva del sector Hotelero, el apagón analógico de abril de 2010?

R: Algunos de nuestros productos ya incluían TDT desde el año 2008 y en las nuevas gamas de productos de 2009 todos los TVs incorporan TDT. Cuando digo todos, me refiero también a la gama System (interactiva), con lo cual todos los pro-

ductos de las gamas nuevas podrán funcionar una vez consuma el apagón de abril 2010.

P: ¿Además de TV, tiene Philips pensado ampliar su gama de productos para Hotel?

R: Me agrada que me hagáis esta

pregunta porque, como confirmación acerca de nuestro pensamiento en el Cliente y en el Hotelero, lanzamos este año una gama de productos adaptados al sector Hotelero, entre los cuales se incluyen secadores de pelo, planchas, cafeteras, hervidoras, etc. Estos lanza-

mientos son debidos a la petición de los hoteles de que productos reconocidos a nivel de consumo tuvieran posibilidad de ser instalados en hoteles. Creo que una vez más cumplimos con nuestro compromiso y depositamos muchas esperanzas en dichos artículos.



Una característica de los televisores Philips es que todos los canales sintonizados están en la misma tabla.



Philips tiene en cuenta la eficiencia energética tanto en el ahorro de costes como en el impacto medioambiental.

ENTIDADES COLABORADORAS

AONGILY 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 especializa-

da 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 compuesto por ingenieros, economistas y au-

ditores tiene como fin la búsqueda de información y gestión de informes para obtener subvenciones y líneas de financiación.
Contacto: 902.120.325

RATE TIGER

RateTiger, de eRevMax, software líder en el manejo de canales de distribución online y Revenue Management, ofrece al hotelero una variedad de productos para el control mucho más eficiente de tarifas y cupos de habitaciones a través de múltiples canales de distribución. Asimismo, este software permite obtener información comparativa de su oferta frente a la de sus competidores.
Contacto: 677 42 66 38

ESCUELA PROFESIONAL DE HOSTELERÍA DE JEREZ

La Escuela Profesional de Hostelería de Jerez constituye un centro emblemático en la formación de los profe-

sionales del sector hostelero. 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

CASANOVA-GANDIA

Casanova Gandia, empresa familiar relacionada con el mundo del mueble y sus afines, nace en 1986. Contamos con medios propios de transporte y personal cualificado para la instalación de nuestros productos, aparte de las normas de calidad ISO 9001 y medio ambiente ISO 14001. Nos sentimos capaces de poder resolver cualquier necesidad relacionada con el Contract aplicado a hoteles y colectividades.
Contacto: 962290360

CEHAT celebra una Jornada en Jerez con la que comienza la convocatoria de los cursos de Formación Continua

La Jornada Técnica ha servido además como foro de encuentro y aprendizaje para las distintas Asociaciones

La Escuela de Hostelería de Jerez acogió el mes pasado una Jornada Técnica de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos que se desarrolló desde la diez de la mañana hasta las dos y media de la tarde. Este encuentro ha servido para dar comienzo a la nueva Convocatoria de Cursos de Formación Continua dirigida prioritariamente a trabajadores del sector de Hostelería, aprobado además por la Fundación Tripartita para la Formación en el Empleo y por el Servicio Público de Empleo Estatal y cofinanciado por el Fondo Social Europeo.

A lo largo de la Jornada se han explicado con todo lujo de detalles el procedimiento a seguir para la ejecución, certificación y justificación de este plan de Formación y el funcionamiento de la aplicación informática a través de la cual se procesará a tal efecto todo el trabajo.

La asistencia fue plena. De hecho se contabilizaron la práctica totalidad de las diferentes Asociaciones, Confederaciones o Federaciones que están asociadas a este plan de formación de las diferentes comunidades españolas: un total de setenta y cinco técnicos especialistas.

Clausuraron el encuentro el gerente de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos de España, Valentín Ugalde, el director general de la Escuela de Hostelería de Jerez, Francisco Romero

Caballero, y el Teniente de Alcaldesa del Ayuntamiento de Jerez, Francisco Lebrero Contreras. Cada uno de ellos expresaron su más sincera satisfacción por el feliz resultado cosechado durante el desarrollo de este evento. Todos los técnicos concluyeron la jornada en un almuerzo ofrecido por la Escuela de Hostelería de Jerez.

Esta Jornada Técnica se configuró a su vez como un foro de encuentro y aprendizaje para que las distintas Asociaciones, que conforman CEHAT, conozcan los procedimientos de actuación para la ejecución del plan de formación 2009.

Plena integración en CEHAT

Tras la incorporación de la Asociación de Hostelería de Almería y la Federación Castellano-Leonesa de Hostelería, ratificada en el Pleno de marzo de la Confederación, todas las asociaciones hoteleras de España han quedado incorporadas a CEHAT.

En estos momentos, la Confederación Española de Hoteles representa a un total de 64 Asociaciones así como a la Asociación de Cadenas Hoteleras Españolas y trabaja en diferentes ámbitos para la defensa de los intereses del sector y en iniciativas encaminadas a preservar su competitividad, en la actual coyuntura económica. Con estos objetivos, CEHAT impulsa, de la mano del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) progra-

mas, herramientas y servicios encaminados a una gestión más eficaz de los hoteles y otras empresas e instituciones y trabaja, además, en la puesta en marcha de la nueva Fundación de la Confederación. Esta Fundación abordará múltiples iniciativas vinculadas a la Responsabilidad Social Corporativa (RSC). Sus

primeras actividades van a ir orientadas a la inserción laboral en el sector hotelero de personas con discapacidad y de otros colectivos en riesgo de exclusión. En relación con los primeros, la Fundación quiere ayudar al cumplimiento de la Ley de Integración Social de Minusválidos (LISMI), que establece la obliga-

ción de las empresas de más de 50 trabajadores de contar en sus plantillas con al menos un 2 % de personas con discapacidad, e incentivar con ello una nueva vía laboral de interés para los establecimientos hoteleros que podrán acogerse a las subvenciones y bonificaciones que suponen estas contrataciones.



Valentín Ugalde, gerente de CEHAT, Francisco Lebrero y Francisco Romero, director de la Escuela de Hostelería.

CEHAT y CEPSA analizan los resultados del convenio

El pasado 25 de marzo se reunieron la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) y CEPSA para analizar los resultados del convenio durante la campaña de invierno. Este convenio ofrece condiciones especiales para los consumos de Gasóleo C de aquellos hoteleros asociados a la Confederación. Más de 450 hoteles en España consumieron 9 millones de litros de gasóleo C durante 2008 en el marco del convenio firmado entre CEPSA y CEHAT. Así, según apreciaciones del presidente de la Confederación, Juan Molas, acuerdos como el de CEPSA permiten a los hoteles españoles "reducir sus costes de explotación". Los consumos energéticos, según el tipo de hotel, pueden ser la segunda categoría de coste más importante. Para muchos hoteles en España que preparan la temporada de verano es momento de reponer los depósitos de gasóleo. Además, el precio actual del gasóleo hace que sea interesante rellenar los depósitos frente a la nueva temporada estival. Durante la reunión mantenida, se destacó la buena salud

que goza el acuerdo, con un crecimiento de consumos del 4,6% y, sin embargo, se comentó por ambas partes que aún estamos lejos de alcanzar el potencial del acuerdo, por lo cual se prevé que en el futuro, y en la medida en que los hoteleros tengan que analizar "con más detenimiento sus costes" ya que el número de litros puede crecer de una forma impor-

tante en beneficio de todo el Sector. Todos los hoteles asociados (salvo Canarias) que realicen pedidos de más de 1.500 litros pueden beneficiarse de las condiciones ventajosas de este convenio, para ello pueden solicitar información a sus respectivas asociaciones o bien directamente llamando a CEHAT en el teléfono **902.01.21.41**.



En el centro Juan Molas (I) y José Vicente Oquina, de CEPSA.

CEHAT y UNEX firman un acuerdo

UNEX, Asociación Empresarial del Hábitat, su internacionalización y el Contract y la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), han llegado a un acuerdo para el desarrollo del canal contract (interiorismo y decoración integral de hoteles y otros establecimientos de uso colectivo). Desde la patronal hotelera se valora que una buena gestión de todo el proceso del contract puede ayudar a hacer más rentable la inversión en equipamiento y decoración integral de un establecimiento hotelero, así como el incremento del valor del mismo.

Una buena identificación de proveedores con ingeniería especializada de materiales, productos y servicios relacionados con el contract, así como una adecuada asistencia, ayudarán a mejorar el proceso de equipamiento de un hotel y a desarrollar nuevas oportunidades de negocio. Esta acción se suma al conjunto de actividades que desde UNEX se están tra-

tando de poner en marcha para sensibilizar a los distintos operadores de la cadena de valor del contract e ir facilitando una mayor vertebración del Sector.

Los puntos más destacados de la colaboración del acuerdo con CEHAT son los siguientes:

- Promover acciones de sensibilización en el Sector que pongan en valor los beneficios de una buena gestión del contract y en definitiva que ésta facilitará una mejor rentabilidad de las operaciones de equipamiento y decoración integral de hoteles, así como incrementar el valor del establecimiento.

- Facilitar un mayor conocimiento de la realidad del equipamiento y decoración integral de hoteles.

- Apoyar el desarrollo de una oferta global, competitiva e innovadora del contract para el conjunto de la industria hotelera española, tanto en sus establecimientos nacionales como internacionales.

CONFEDERACIÓN

española de hoteles y alojamientos

CEHAT Turísticos

ÁREA TEMÁTICA: ATENCIÓN AL CLIENTE

CALIDAD DEL SERVICIO EN HOSTELERÍA	125 H (D)
RECEPCIÓN HOSTELERA EN GENERAL	30 H (P)
ATENCIÓN AL CLIENTE Y CALIDAD DE SERV. EN GENERAL	30 H (P)
R. PÚBLICAS Y PROTOCOLO EMPRESARIAL	30 H (P)
PROTOCOLO APLICADO A LA HOSTELERÍA	125 H (D)
RECEPCIÓN EN ALOJAMIENTOS. NIVEL 3.	4700/40P (M)
INTRODUCCIÓN AL MODELO 2.0: ESTRATEGIA SOCIAL	20 H (T)
APLICACIÓN DE HERRAMIENTAS 2.0 EN EL SECTOR HOST.	20 H (T)
CRM, RELACIÓN Y GESTIÓN DE CLIENTES	20 H (T)
INNOV. EN EL ÁREA DE ALOJAMIENTOS (RECEP-RESER-PISOS)	30 H (T)
INNOV. EN EL ÁREA DE ANIMACIÓN Y AT. AL CLIENTE	30 H (T)

ÁREA TEMÁTICA: IDIOMAS

INGLÉS	40 H (P)
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 (D)
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 (P)
FRANCÉS	40 H (P)
FRANCÉS MEDIO EN HOSTELERÍA	100 H (D)
CASTELLANO-ESPAÑOL	30 H (P)
INDICACIÓN AL PORTUGUÉS	80 H (D)
CATALÁN	30 H (P)
ALEMÁN NIVEL INTERMEDIO I	30 H (P)
INGLÉS NIVEL INTERMEDIO I	30 H (P)
INGLÉS NIVEL INTERMEDIO	270 H (T)
INGLÉS PARA HOSTELEROS/AS	125 H (D)
ALEMÁN PARA HOSTELEROS/AS	125 H (D)
FRANCÉS BÁSICO EN HOSTELERÍA	125 H (D)

ÁREA TEMÁTICA: NUEVAS TECNOLOGÍAS

OFIMÁTICA: HOJAS DE CÁLCULO	30 H (P)
LA BASE DE DATOS APLICADA A LA HOSTELERÍA	125 H (D)
OFIMÁTICA: BASES DE DATOS	30 H (P)
INTRODUCCIÓN A LA INFORMÁTICA	40 H (P)
OFIMÁTICA: INTERNET	30 H (P)
WORD XP	125 H (D)
INTERNET	125 H (D)
EXCEL XP	125 H (D)
OFIMÁTICA INICIAL	125 H (D)
OFIMÁTICA: PROCESADORES DE TEXTOS	30 H (P)
INFORMÁTICA DE USUARIO: S. OPERATIVOS	30 H (P)
GESTIÓN INFORMATIZADA DE CONTABILIDAD-CONTAPLUS	125 H (D)
OFIMÁTICA: DISEÑOS DE PÁGINAS WEB	30 H (P)
OFIMÁTICA: APLIC. PARA PRESENTACIONES EN PÚBLICO	125 H (D)
PHOTOSHOP	80 H (T)
PHOTOSHOP	80 H (T)
GESTIÓN DE NOMINAS Y SEGUROS SOCIALES: NOMINAPLUS	125 H (D)
PHOTOSHOP Y DISEÑO DE PÁGINAS WEB	150 H (T)
OFFICE 2007	125 H (D)
WORD 2007	125 H (D)
ACCESS 2007	125 H (D)
EXCEL 2007	125 H (D)
OFFICE 2007	30 H (P)
WORD 2007	30 H (P)
ACCESS 2007	30 H (P)
EXCEL 2007	30 H (P)
WORD XP	30 H (P)
INTERNET	30 H (P)
EXCEL XP	30 H (P)
OFIMÁTICA INICIAL	30 H (P)
DISEÑO DE UNA WEB AVANZADA	20 H (T)

ÁREA TEMÁTICA: PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES	40H (P)
PREVENCIÓN DE INCENDIOS	30 H (P)
DISEÑO E IMPLANTACIÓN DEL PLAN DE PRL	125 H (D)
PREVENCIÓN DE INCENDIOS NIVEL 1	10 H (P)
TÉC. BÁSICO EN PRL	125 H (D)
TPRL NIVEL SUPERIOR	600 H (T)
PREVENCIÓN DE INCENDIOS	125 H (D)
PREVENCIÓN DE INCENDIOS NIVEL 2	18 H (P)
SOCORRISMO Y PRIMEROS AUXILIOS EN GENERAL	125 H (D)
SOCORRISMO Y PRIMEROS AUXILIOS EN GENERAL	30 H (D)
SOCORRISMO ACUÁTICO	60 H (P)
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)

ÁREA TEMÁTICA: COCINA

LA COCINA DE LOS POSTRES Y REPOSTERÍA	125 H (D)
REPOSTERÍA-PASTELERÍA	24 H (P)
COCINA EN GENERAL	40 H (P)
NUTRICIÓN Y DIETÉTICA	125 H (D)
JEFATURA DE COCINAS	125 H (D)
JEFATURA DE COCINAS	30 H (P)
OFERTAS GASTRONÓMICAS	30 H (P)
TAPAS Y ENTREMESES	30 H (P)
COCINA Y CONSERVACIÓN AL VACÍO	20 H (P)
TAPAS, PINCHOS Y CANAPÉS	30 H (P)
COCINA VEGETARIANA	125 H (D)
COCINA ANDALUSÍ	125 H (D)
COCINA ITALIANA	125 H (D)
COCINA INTERNACIONAL	125 H (D)
PANADERÍA Y PASTELERÍA SALADA	80 H (D)
PLANIFICACIÓN EN MENÚS Y CONTROL DE COSTES	50 H (D)
INGENIERÍA DE MENÚS Y CONTROL DE COSTES	20 H (D)
ELABORACIÓN DE MENÚS PARA CELIACOS	18 H (P)
REPOST. PASTELERÍA NIVEL 2	40 H (P)
TÉCNICAS CULINARIAS EN EL SECTOR DE LA HOSTELERÍA	125 H (D)
NITRÓGENO LÍQUIDO EN LA COCINA CONTEMPORÁNEA	12 H (P)
COCINA VEGETARIANA	20 H (P)
ELABORACIÓN DE SALSAS Y FONDOS	20 H (P)
COCINAR CON VERDURAS	30 H (P)
TAPAS Y PINCHOS ARAGONESES	40 H (P)
COCINA CREATIVA Y DE AUTOR	40 H (P)
COCINA NIVEL 2.	4300/300P (M)
TAPAS, PINCHOS ARAGONESES	125 H (D)
PLANIFICACIÓN DE MENÚS Y DIETAS ESPECIALES	125 H (D)
ELABORACIÓN DE SALSAS Y FONDOS	125 H (D)
PRESENTACIÓN DE BUFETES	125 H (D)
COCINA Y CONSERVACIÓN AL VACÍO	125 H (D)
OPERACIONES BÁSICAS DE COCINA NIVEL 1.	1400/130P (M)
OPERACIONES BÁSICAS DE CATERING. NIVEL 1.	800/130P (M)
COCINA ANDALUSÍ	30 H (P)
COCINA ITALIANA	30 H (P)
COCINA INTERNACIONAL	30 H (P)
PANADERÍA Y PASTELERÍA SALADA	30 H (P)
TEC. CULINARIAS EN EL SECTOR DE LA HOSTELERÍA	30 H (P)
COCINA REGIONAL	125 H (D)
COCINA REGIONAL	30 H (P)

ÁREA TEMÁTICA: SERVICIOS

JEFATURA DE SALAS DE RESTAURACIÓN	30 H (P)
SERVICIO EN RESTAURANTES Y BARES	30 H (P)
MAITRE NIVEL INICIAL	125 H (D)
PRESENTACIÓN DE VINOS Y BEBIDAS	30 H (P)
SERVICIO DE VINOS Y CAVAS	125 H (D)
PUESTA A PUNTO DE BARRA Y SALA	125 H (D)
COCTELERÍA	30 H (P)
PRESENTACIÓN DE BUFETES	30 H (P)
ENOLOGÍA	125 H (D)
JEFE DE RANGO	125 H (D)
CAMARERO DE RESTAURANTE-BAR	30 H (P)
ENOLOGÍA Y SUS RECETAS	125 H (D)
CAMARERO/A DE RESTAURANTE-BAR	125 H (D)
COCTELERÍA Y SUS RECETAS	125 H (D)
OPERACIONES BÁSICAS DE REST-BAR NIVEL 1.	1000/110P (M)
MAITRE NIVEL INICIAL	30 H (P)
SERVICIO DE VINOS Y CAVAS	30 H (P)
PUESTA A PUNTO DE BARRA Y SALA	30 H (P)
JEFE DE RANGO	30 H (P)
ENOLOGÍA	30 H (P)

ÁREA TEMÁTICA: REGIDURÍA DE PISOS

REGIDURÍA DE PISOS-GOBERNANTA	24 H (P)
ORGANIZACIÓN DE ALOJAMIENTOS	50 H (D)
SERVICIO DE PISOS-CAMARERO/A DE PISOS	30 H (P)
GOBERNANTA DE HOTEL	36 H (P)
GOBERNANTA DE HOTEL	100 H (D)
GOBERNANTA DE HOTEL	125 H (D)
TÉCNICAS DE LIMPIEZA	16 H (P)
LAVANDERÍA	30 H (P)
ARTE FLORAL	125 H (D)
HOSTELERÍA. ATENCIÓN EN PISOS	125 H (D)
SERVICIO DE PISOS-CAMARERO/A DE PISOS	125 H (D)
OP.BÁSICAS DE PISOS EN ALOJAMIENTOS NIVEL 1.	1000/200P (M)
GEST. DE PISOS Y LIMPIEZA EN ALOJAMIENTOS NIVEL 3.	3000/100P (M)

ÁREA TEMÁTICA: HIGIENE Y SEGURIDAD ALIMENTARIA

CONTROL DE PUNTOS CRÍTICOS	40 H (P)
MANIPULADOR DE MAYOR RIESGO	10 H (P)
MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS	10 H (P)
M. DE ALIMENTOS DE MAYOR RIESGO	10 H (P)

125 H (D)

24 H (P)

40 H (P)

125 H (D)

125 H (D)

30 H (P)

30 H (P)

30 H (P)

20 H (P)

30 H (P)

125 H (D)

125 H (D)

80 H (D)

50 H (D)

20 H (D)

18 H (P)

40 H (P)

125 H (D)

12 H (P)

20 H (P)

20 H (P)

30 H (P)

40 H (P)

4300/300P (M)

125 H (D)

125 H (D)

125 H (D)

125 H (D)

1400/130P (M)

800/130P (M)

30 H (P)

125 H (D)

30 H (P)

125 H (D)

125 H (D)

30 H (P)

30 H (P)

30 H (P)

125 H (D)

125 H (D)

30 H (P)

125 H (D)

125 H (D)

125 H (D)

125 H (D)

1000/110P (M)

30 H (P)

24 H (P)

50 H (D)

30 H (P)

36 H (P)

100 H (D)

125 H (D)

16 H (P)

30 H (P)

125 H (D)

125 H (D)

125 H (D)

1000/200P (M)

3000/100P (M)

40 H (P)

10 H (P)

10 H (P)

10 H (P)

10 H (P)

MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS. RENOVACIÓN	125 H (D)
PREELABORACIÓN Y CONSERVACIÓN DE ALIMENTOS	125 H (D)
CAPACITACIÓN APPCC SECTOR COMIDAS PREPARADAS	10 H (P)
APPCC. APPROVISIONAMIENTO, ALMACENAJE Y TRAZABILIDAD	125 H (D)
MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS	5P/20D (M)
CERT. DE MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS	3P/7D (M)
MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS	5P/25D (M)
MANIPULADOR DE ALIMENTOS	10P/30D (M)
ELABORACIÓN DE PLANES GENERALES DE HIGIENE	125 H (D)
ELABORACIÓN DE PLANES DE HIGIENE	30 H (P)
PREELABORACIÓN Y CONSERV. DE ALIMENTOS	30 H (P)

ÁREA TEMÁTICA: GESTIÓN HOSTELERA

APLICACIONES DE G. DE COMPRAS Y VENTAS	30 H (P)
GESTIÓN DE HOTELES Y OTROS ALOJAMIENTOS	30 H (P)
TÉCNICAS DE GESTIÓN Y DIRECCIÓN HOSTELERA	125 H (D)
G. DE ESTABLECIMIENTOS DE RESTAURACIÓN	18 P/34D (M)
GESTIÓN PARA BANQUETES	125 H (D)
CONTABILIDAD EN GENERAL	30 H (D)
LA PROTECCIÓN DE DATOS EN HOSTELERÍA	50 H (D)
REVENUE MANAGEMENT	50 H (D)
G. DE COMPRAS Y SELECCIÓN DE PROVEEDORES	20 H (P)
ALMACENAJE Y GESTIÓN DE STOCKS EN HOSTELERÍA	80 H (D)
INNOVACIÓN EN EL ÁREA DE ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS	30 H (T)

ÁREA TEMÁTICA: MARKETING Y VENTAS

COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERV. TURÍSTICOS	125 H (D)
MARKETING EN GENERAL	30 H (P)
MARKETING PUBLICITARIO	125 H (D)
DESARROLLO DE UN PLAN DE MARKETING 2.0. SMO	20 H (T)

ÁREA TEMÁTICA: CALIDAD Y MEDIOAMBIENTE

CALIDAD EN GENERAL	40 H (P)
GEST. E IMPLANTACIÓN DE SIST. DE CALIDAD EN EL SECTOR HOST	100 H (D)
GEST. Y BUENAS PRÁCTICAS MEDIO. EN HOSTELERÍA	125 H (D)
GRUPOS DE MEJORA Y HERRAMIENTAS DE CALIDAD	16 H (P)

ÁREA TEMÁTICA: MANTENIMIENTO DE INSTALACIONES HOSTELERAS

MANTENIMIENTO DE EDIFICIOS EN GENERAL	30 H (P)
PREVENCIÓN Y CONTROL DE LEGIONELA	10P/30D (M)
REPARACIONES DE INST. DE BAJA Y MEDIA TENSIÓN	30 H (P)
MONTAJE E INST. DE FRÍO INDUSTRIAL	30 H (P)
JARDINERÍA	40 H (P)
PREVENCIÓN DE LEGIONELA	25 H (P)
BUENAS PRÁCTICAS DE ACCESIBILIDAD TURÍSTICA	30 H (P)
PREVENCIÓN Y CONTROL DE LEGIONELA	15 H (P)
INNOVACIÓN EN EL ÁREA DE MANTEN. Y EFIC. ENERG.	30 H (T)

ÁREA TEMÁTICA: TURISMO

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

ÁREA TEMÁTICA: RECURSOS HUMANOS

FORMADOR DE FORMADORES	40 H (P)
FORMADOR DE FORMADORES	125 H (D)
GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS	30 H (P)
GESTIÓN DEL TIEMPO Y CONTROL DEL ESTRÉS	50 H (P)
HABILIDADES DIRECTIVAS	16 H (P)
COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA	125 H (D)
ORGANIZACIÓN Y MOTIVACIÓN DE EQUIPOS DE TRABAJO	125 H (D)
TRATAMIENTO DE QUEJAS Y RECLAMACIONES	125 H (D)
FIDELIZACIÓN DE CLIENTES	125 H (D)
GESTIÓN DEL TIEMPO Y CONTROL DEL ESTRÉS	125 H (D)
GESTIÓN DEL TIEMPO Y CONTROL DEL ESTRÉS	30 H (P)
TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN EFICAZ	125 H (D)
INNOVACIÓN EN EL ÁREA DE RECURSOS HUMANOS	30 H (T)

ÁREA TEMÁTICA: OTROS SERVICIOS PERSONALES

HIDROTERAPIA Y TERMALISMO	120 H (P)
---------------------------	-----------

H = HORAS
P = PRESENCIAL
D = DISTANCIA
T = TELEFORMACIÓN
M = MIXTA

- Escuela Profesional de hostelería de Jerez
- Dirección: Parque Empresarial C/Einstein, parcela 5, 11407, Jerez de la Frontera
- Teléfono: 956 03 13 50
- email: info@escuelahosteleriajerez.org
- url: www.escuelahosteleria.net

INFORMACIÓN:

- Confederación Española de Hoteles y Alojamientos turísticos (CEHAT)
- Dirección: C/Orense 32, 28020 MADRID
Teléfono: 90200120141
email: cehat@cehat.com
- Uri: http://www.cehat.com