

CEHAT constituye su Fundación para trabajar por la integración laboral

La Fundación trabajará con colectivos en riesgo de exclusión como personas discapacitadas

La Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) ha puesto en marcha su Fundación con el objetivo de trabajar en la gestión de actividades sociales,

educativas, formativas y de inserción laboral de colectivos en riesgo de exclusión e impulsará, además, actividades culturales y de investigación en relación con el Sector

La Fundación está presidida por el máximo responsable de CEHAT, Juan Molas, y dirigida por Patricia Fernández, y comenzará su actividad con un proyecto de integración laboral de personas con discapacidad en el sector hotelero, cumpliendo así con la Ley de Integración Social de Minusválidos (LISMI). Posteriormente, la Fundación ampliará su ámbito de actuación a la inserción laboral de otros colectivos en riesgo de exclusión así como a otros fines de interés social.

Así, el nuevo organismo de la confederación hotelera pretende conseguir "una integración laboral real" de aquellos colectivos con "especiales dificultades" y, para

ello, CEHAT ha explicado que la Fundación llevará a cabo proyectos de formación ocupacional "especialmente diseñados para estos colectivos y orientados a los puestos de trabajo demandados por el Sector".

Todo ello, ha añadido CEHAT, mediante la firma de convenios con las asociaciones y gremios pertenecientes a la confederación hotelera y con las principales cadenas hoteleras españolas, así como a través de acuerdos de colaboración con las Administraciones Públicas y con proyectos de actuación con entidades públicas y privadas relacionadas con el ámbito de las personas discapacitadas.

Noticias CEHAT / Pág. 31



La Fundación de CEHAT trabajará con colectivos en riesgo de exclusión.

Reunión entre CEHAT y el ministro

Una representación de la CEHAT integrada por el presidente, Juan Molas, los vicepresidentes, Carlos Díaz, Joan Gaspart y Antonio Horrach, el tesorero, Miguel Mirones, y el secretario general, Ramón Estalella, mantuvieron una reunión con el titular de la cartera de Industria, Turismo y Comercio, Miguel Sebastián, y su equipo para analizar la situación del Sector en la actual coyuntura económica. La CEHAT expuso al ministro su preocupación ante la incertidumbre por la previsión de reservas para la próxima temporada de verano e informó de los actuales resultados empresariales.

Actualidad / Pág. 8

Jornada sobre financiación de CEHAT y Garrigues

El próximo 21 de mayo la Confederación Española de Hoteles, en colaboración con el despacho Garrigues, organiza la jornada 'Acceso a la financiación en el sector hotelero' que analizará distintos aspectos sobre el negocio de la Hostelería.

Antonio Garrigues, presidente de Garrigues, y Juan Molas, presidente de la CEHAT, serán los encargados de abrir esta jornada que abordará las nuevas oportunidades del sector hotelero.

Durante la misma también se expondrán los aspectos legales y fiscales de mayor interés del actual Proyecto de Ley de las

SOCIMI y de las enmiendas presentadas al mismo así como el entorno internacional y el mercado inmobiliario en el que surge esta iniciativa, con el fin de facilitar un correcto entendimiento del régimen, su finalidad y las repercusiones y oportunidades que, en la práctica, pueda tener para el sector hotelero.

Adicionalmente se afrontará, desde la perspectiva del sector financiero, el panorama actual de la financiación a la empresa turística, con especial referencia a la financiación de hoteles.

Jornadas Garrigues / Pág. 14

SEGITTUR e ITH juntos por la innovación

Las jornadas pretenden acercar la innovación al Sector e, igual que el año pasado, cuentan con el apoyo de la Secretaría de Estado de Turismo. La primera de ellas se celebrará en Toledo y previsiblemente tendrán continuidad en otros puntos de España. Este año, además, contarán con la colaboración de la FEHR (Federación Española de Hostelería). Sus contenidos se dividirán en tres bloques: 'Las tendencias y retos que debe afrontar el sector turístico: el Plan Horizonte 2020', 'Herramientas innovadoras para la gestión de su negocio' y 'Cómo vender más y mejor utilizando Internet'.

ITH / Pág. 24

NOTICIAS EN BREVE



La importancia de la accesibilidad

El director general de Turismo de Madrid, Antonio Nieto, explica la política de la Comunidad en accesibilidad y la importancia de este tipo de turistas como potenciales clientes.

Accesibilidad / Pág. 25

Incentivos fiscales ante la crisis

La Tribuna Jurídica de Garrigues analiza la libertad de amortización para 2009-2010, una medida del Gobierno para hacer frente a la crisis.

Garrigues / Pág. 26



¿Qué se dice sobre mi empresa?

La importancia de conocer los comentarios de los usuarios, que se están convirtiendo en una nueva forma de evaluar los establecimientos así como sus productos y servicios.

Comunicación / Pág. 15

SUMARIO

Editorial / Tribuna.....	3
Asociaciones.....	9 - 13
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.

NEXO
editores s.a.

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^{ra} 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:** Vanesa Juanes. **PROVEEDORES:** Mar Fernández. **BASE DE DATOS:** Adriana Lucía Flórez.

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

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

UNA PUBLICACIÓN DEL GRUPO **Nexo**

EDITORIAL

Fundación de la CEHAT: integración y trabajo

La Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) continúa trabajando en todo tipo de iniciativas en beneficio del Sector y, recientemente, ha anunciado la creación de su Fundación, que nace con el objetivo, tal y como ha manifestado su presidente, Juan Molas —que presidirá también este nuevo organismo— de "trabajar en la gestión de actividades sociales, educativas, formativas y de inserción laboral de colectivos en riesgo de exclusión e impulsar, además, acciones culturales y de investigación en relación con el sector hotelero y turístico".

En unos momentos en los que la omnipresente crisis económica copa todos los titulares y también la mayoría de conversaciones y debates del Sector, la iniciativa de la Confederación Hotelera pone de manifiesto su compromiso social incluso en un contexto desfavorable. El nuevo organismo, que estará dirigido por Patricia Fernández, empezará a trabajar en la integración de personas discapacitadas en empresas del Sector y, más adelante, ampliará esta iniciativa a otros colectivos en riesgo de exclusión, al mismo tiempo que trabajará en otros fines de interés social.

La relación entre las empresas y la sociedad no puede quedar reducida a una simple relación de oferta y demanda sino que, de un tiempo a esta parte, son cada vez menos las empresas que no tienen diseñada una política de responsabilidad social y de ahí que la CEHAT, como representante del Sector, no haya querido quedarse atrás. Además, el objetivo de la Fundación no es algo frívolo dirigido a crear una cierta imagen de cara a la sociedad o a buscar simplemente una bonita fotografía sino que integra dos conceptos muy valiosos: integración y trabajo. Integración porque, por un lado, se busca ofrecer a los colectivos sociales con menos opciones la posibilidad de conseguir un empleo y, por otro lado, trabajo, ahora más que nunca. Para ello, la Fundación organizará cursos de formación ocupacional que se diseñarán en función de las demandas de trabajo del Sector y todo ello a través de la firma de convenios con todas las Asociaciones y los gremios que forman parte de la Confederación Hotelera así como con las principales Cadenas Hoteleras de nuestro país y las diferentes Administraciones públicas. Se trata, en definitiva, de una muy buena noticia para toda la sociedad puesto que, ante la crisis económica y en un contexto desfavorable, la CEHAT apuesta por la integración y el trabajo.

TRIBUNA HOTELERA

Ahora podemos ganar jugando nueve contra once

Domènec Biosca / Presidente de EDUCATUR

Estoy recibiendo comentarios de algunos propietarios de cadenas hoteleras y de amigos directores de hoteles que, asustado, considero que son un error para poder navegar con éxito con la que está cayendo y en la actual situación de crisis económica. Me dicen:

‘¿Para qué formar? ¡No tenemos tiempo para formarlos!’

‘¡Formas y los mejores se van! ¡Los empleados no quieren formarse!’

‘¡La formación es cara!’

...y a todos ellos, desde la amistad y obviamente deseando su éxito en los negocios, les invito desde esta tribuna a que piensen en un partido de fútbol de su equipo preferido, en el que el equipo contrario juega con once jugadores y al nuestro le han expulsado a dos jugadores porque hemos reducido la plantilla. Estamos jugando nueve contra once.

Todos sabemos que en estas circunstancias para ganar hay que tener a los nueve jugadores muy bien entrenados y convencidos de su misión:

"La máxima satisfacción de los clientes y vender, vender y vender, haciendo más con menos. Para conseguirlo, el director y los jefes de departamento deben ejercer de líderes de ventas y rentabilidad para poder influir positivamente".

El resto de los jugadores deben ejercer de verdaderos anfitriones-vendedores proactivos y polivalentes para Satisfacer + Sorprender + Vender a los clientes, consiguiendo fidelizarlos y convirtiéndoles así en ‘recomendadores’.

Para conseguirlo, hace falta no devolver al Gobierno las subvenciones del FORCEM, dedicándolas a la formación para ayudar a reconvertir a:

- Los directores de hotel del plácido y facilón mercado de demanda en verdaderos líderes de

ventas y rentabilidad del nuevo mercado de oferta súper competitivo, mediático y global y, en consecuencia, complejo.

Capaces de hacer más con menos y ganar el partido con nueve jugadores mejor preparados.

- Los jefes de departamento del olvidado mercado de demanda en líderes de ventas y de los vendedores, para saber y querer convertir los antiguos mostradores en puntos de venta y, de la misma forma, predicar con el ejemplo con los antiguos camareros convertidos ahora en verdaderos anfitriones-vendedores.

- Los empleados que creían que el sueldo se lo pagaba la empresa o su trabajo, para ayudarles a convertirse en unos verdaderos anfitriones-vendedores proactivos y polivalentes que, incentivados con variables, se dediquen a vender, vender y vender.

Porque los clientes no pagan el trabajo, sólo retribuyen su felicidad.

Amigo mío, no lo dudes, aprovecha la subvención del FORCEM para jugar nueve contra once y ganar.

Cuando nos dejamos vencer por el pánico por la que está cayendo, acabamos creyendonos que el personal no tiene tiempo para formarse por haber reducido las plantillas y, en consecuencia, no preparemos a nuestros jugadores para ser los mejores, perdiendo los partidos de la satisfacción y ventas al cliente, olvidándonos también de que la formación con FORCEM es a coste cero.

Quedamos a tu disposición para ampliarte cómo gestionar las subvenciones y cómo desarrollar esta formación para conseguir ¡GANAR!

Domènec Biosca.

Presidente de EDUCATUR

‘Estoy recibiendo comentarios de algunos propietarios de hoteles y amigos directores de hoteles que, asustado, considero que son un error’

CARTA DEL DIRECTOR A TODOS LOS LECTORES DE CEHAT

Estimados Amigos,

Como muy bien sabéis, en nuestro periódico hay un número determinado de páginas 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.



Mesquida presenta el 'Proyecto Anfitriones' sobre calidad

Con este proyecto se quiere impulsar la calidad del detalle y la atención al cliente. Más de 15.000 profesionales del Sector se beneficiarán del Plan de Formación de An-

fitriones del Turismo en 2009. www.anfitrionesturismo.es es la web de referencia del proyecto, en la que destaca el blog para que los profesionales puedan opinar

El secretario de Estado de Turismo, Joan Mesquida, acompañado por el director general de Turespaña, Antonio Bernabé, ha presentado ante el sector turístico el 'Proyecto Anfitriones' con el que se quiere impulsar la cultura del detalle y la atención al cliente para mejorar la calidad percibida de España como destino turístico. El proyecto, enmarcado en el Plan del Turismo Español Horizonte 2020, en concreto en el eje 'Valor al Cliente', quiere transmitir los valores que se identifican con la recepción y la atención de los invitados, con el objetivo de que el turista se sienta como en casa y desee volver a visitarnos.

"La cultura del detalle, la dimensión emocional del servicio y la relación con el cliente constituyen atributos diferenciales que deben ser reforzados a través de actuaciones asumidas por las propias empresas individualmente y de forma colectiva, a través de programas impulsados desde la colaboración público privada", ha recalado



El 'Proyecto Anfitriones' se enmarca en el Plan Horizonte 2020.

el secretario de Estado. En este sentido, Mesquida ha subrayado la importancia de la colaboración de todas las Administraciones así como de las asociaciones y organismos que

puedan verse implicados por el proyecto. Anfitriones del Turismo tiene dos líneas de actuación, claramente diferenciadas: 'Cultura del Detalle' y 'Destino al Detalle'.



El plan de promoción busca incrementar la llegada de turistas a Sevilla.

Sevilla cuenta con un nuevo plan de promoción

La Junta de Andalucía, el Ayuntamiento de Sevilla y la Confederación de Empresarios han puesto en marcha el llamado 'Plan Turístico de la Ciudad de Sevilla' para la difusión del cual han creado un video.

El objetivo es que, a través de la cooperación de la iniciativa privada y la pública, el plan permita aumentar la oferta turística de la ciudad de Sevilla in-

corporando muchos de los recursos patrimoniales que todavía son poco conocidos.

Al final del proceso, por supuesto, aparte de mejorar la información, los recursos y el servicio al cliente, está el objetivo de incrementar la afluencia de turistas y mejorar tanto las pernoctaciones en la ciudad como el nivel de gasto de los visitantes.



Alfonso de la Lama-Noriega ha trabajado en la fundación Tripartita.

ANBAL elige un nuevo secretario general

Alfonso de la Lama-Noriega es licenciado en Derecho

La Asamblea General de Balnearios de Madrid ha elegido por unanimidad al nuevo secretario general de la Patronal Española del Sector de Balnearios, Alfonso de la Lama-Noriega. Alfonso de la Lama, de 35 años de edad, es licenciado en Derecho por ICADE. Ha desarrollado parte de su vida profesional en la Fundación Tripartita, antiguo FORCEM, desempeñando entre otros el cargo de asesor global a empresas y asociaciones empresariales. La Asociación Nacional de Balnearios es, posiblemente,

la sectorial nacional con más antigüedad de España, ya que se constituyó a finales del Siglo XIX para defender los intereses de todos los Balnearios españoles ante la Administración central. Con la incorporación de Alfonso de la Lama-Noriega, ANBAL refuerza su estructura, ya que quien ha sido secretario general en funciones, Luis Miguel López Carral, sigue vinculado a su actividad central en la Gerencia del Club de Producto, para el cual en la Asamblea también se ha aprobado un plan de actuación.

Miguel Mirones, elegido miembro del Comité Ejecutivo de CEOE España

Posteriormente a la Asamblea electoral se celebró una reunión de la nueva Junta Directiva en la que se procedió a la elección del nuevo Comité Ejecutivo. Mi-

guel Mirones, como presidente de CEOE-CEPYME Cantabria, ha sido elegido miembro de dicho Comité, que estará compuesto por un total de 40 personas

El Comité Ejecutivo está adquiriendo un protagonismo esencial como consecuencia de la situación de crisis económica. Cabe recordar en este sentido, que este Comité se reúne dos veces al año con el presidente del Gobierno de España para hacer un análisis profundo de la realidad económica desde la óptica empresarial.

La presencia de miembros del instituto en este Comité alcanza también al presidente de ASINTRA, Lorenzo Chacón. Al mismo tiempo, se han integrado por primera vez en la Junta Directiva de la CEOE-CEPYME dos sectoriales más que forman parte de los órganos de gobierno del ICTE; AMAVE, representada por su Presidente, Carmelo Hernández, y ANBAL, por parte de Nicasio Pérez Menzel, delegado a estas funciones al haber sido nombrado el presidente de la patronal balnearia miembro del Comité Ejecutivo. Igualmente, continúa Juan Molas, como presidente de la CEHAT.

Mirones es Presidente de CEOE-CEPYME de Cantabria, y dentro del ámbito nacional,

Presidente del Instituto para la Calidad Turística Española, de la Asociación Nacional de Balnearios, tesorero de la Confederación Española de Hoteles, y miembro del Consejo Español de Turismo. Recordemos que el Instituto para

la Calidad Turística Española es una Asociación empresarial conformada por las patronales turísticas más importantes de este país, así como por la Secretaría de Estado de Turismo, la FEMP y las CCAA.



A la izquierda, Gerardo Díaz Ferrán, con Miguel Mirones.



Tecnología para el confort en su hotel

Buderus, líder europeo dedicado al desarrollo, fabricación y distribución de aparatos de calefacción, agua caliente sanitaria y energía solar térmica, le ofrece soluciones integrales que garantizan el confort en las instalaciones de su hotel.

La experiencia en hoteles de todo el mundo y sus productos, pioneros en condensación, baja temperatura y energías renovables, se adaptan a las necesidades de su negocio. Sin importar la estacionalidad, la superficie o los servicios que ofrece a sus clientes, Buderus siempre tiene una solución con beneficios directos para su hotel: confort, tecnología, eficiencia y rentabilidad.

Le ayudamos a mejorar la eficiencia energética, a reducir los costes de consumo contribuyendo además a la protección del medio ambiente.

Para más información consulte nuestra página web www.buderus.es o contáctenos en el 902 996 725

iTH
INSTITUTO
TECNOLÓGICO
HOTELERO

El calor es nuestro

Buderus

Un Hotel asturiano, ejemplo de innovación en el SITC

En el marco del Salón Internacional de Turismo de Cataluña (SITC), celebrado entre el 13 y el 19 de abril, el Hotel Fruela de Oviedo fue invitado a participar en el

seminario 'HOTELtrack'09' como uno de los máximos exponentes del compromiso con la innovación y las nuevas tecnologías en el sector hotelero nacional

El Salón Internacional de Turismo de Cataluña es un foro que, en su segunda edición, se centró en dar a conocer al sector hotelero las últimas novedades en torno a herramientas de gestión y comercialización como el *Revenue Management* y el *Travel 2.0*.

El director del Hotel Fruela, Fernando Corral Mestas, fue el encargado de impartir una de las ponencias de 'HOTELtrack'09', dando a conocer a los asistentes las buenas prácticas empleadas por este establecimiento, que recientemente ha llevado a cabo una reformulación de su página web, su motor de reservas y su modelo de distribución para acercar el producto al segmento online.

Junto al director del Hotel Fruela intervinieron en HOTELtrack'09 otros prestigiosos profesionales de empresas como los hoteles Urbem Valencia, Costa Blanca y HUSA Hoteles, las páginas web Rumbo.es, Viajar.com, Muchoviaje.com, Yahoo España y



La segunda edición del SITC se ha celebrado en la Fira de Barcelona.

Vueling.com, las empresas proveedoras de tecnología Amadeus Hospitality, Emasca-

ró y Geo virtual y las entidades ESMADRID e Instituto Tecnológico Hotelero (ITH).



En la reforma de hace dos años se renovó el auditorio y el spa.

Hotel Beatriz Toledo, un referente en convenciones

A tan sólo 45 minutos de Madrid se encuentra el Hotel Beatriz Toledo, un establecimiento renovado y ampliado por la empresa Requena y Plaza hace dos años. Beatriz Hoteles planteó la idea de mejorar sus famosas instalaciones de Toledo, para lo que contrató a la empresa Requena y Plaza, la cual ha sido la encargada de diseñar, dirigir y ejecutar el nuevo auditorio del hotel así como su spa. En la actualidad la empresa está reformando también los salones del hotel.

Modernidad y tradición se mezclan en las instalaciones que Bea-

triz Hoteles les ofrece en Toledo, una de las ciudades más bellas del mundo declarada Patrimonio de la Humanidad.

Elegido como mejor Hotel de Congresos de España por las OPC'S y como mejor hotel de Convenciones por Curt Ediciones, el Hotel Beatriz Toledo es uno de los hoteles de referencia para sus celebraciones y convenciones ya que dispone de amplios salones y espacios al aire libre para satisfacer cualquier necesidad y de unas excepcionales vistas sobre el impresionante casco antiguo histórico de la ciudad imperial.



La vaca ha sido adquirida en una subasta solidaria de Christie's.

El Hotel Lope de Vega, en una subasta solidaria

El hotel ha adquirido una vaca del 'Cow Parade'

El mes pasado el Hotel Lope de Vega de cuatro estrellas de Madrid adquirió una de las 60 vacas del 'Cow Parade' que Christie's subastó a beneficio de cinco ONG españolas.

No se trata exclusivamente de la compra de un objeto original y artístico que ha alegrado la vida de madrileños y visitantes durante semanas sino que, con esta adquisición, se está contribuyendo a la realización de proyectos de cooperación en países en vías de desarrollo y de investiga-

ción científica, por el carácter benéfico de la subasta.

Las ONG que se han beneficiado de esta iniciativa son: Acción contra el Hambre, Asociación Española contra el Cáncer, Fundación Hospital Infantil Universitario Niño Jesús, Manos Unidas y la Fundación Nuevo Futuro.

En las 'Cow Parade' celebradas en más de 50 ciudades de todo el mundo se han recaudado más de 13 millones de euros para proyectos sociales.

Thomas Cook premia a dos hoteles de H10 en la Costa Dorada

Thomas Cook, uno de los turoperadores más importantes de Europa, ha premiado a los hoteles H10 Mediterranean Village y H10 Sauris Palace, ambos en

la Costa Dorada, con el premio 'Mark of Excellence 2008'. Los hoteles han sido reconocidos por sus altos estándares de calidad en su servicio e instalaciones

Este premio se basa en la opinión de los clientes del turoperador, por lo que se convierte en uno de los premios europeos más reconocidos a nivel de satisfacción de clientes. Han sido los propios clientes de los hoteles quienes, a través de encuestas, han dado estas buenas calificaciones a los establecimientos de H10 Hotels, por lo que el premio adquiere una notable relevancia.

El H10 Mediterranean Village, que cuenta con varios premios internos a la satisfacción de clientes y que en 2006 recibió el galardón de Tripadvisor al mejor hotel familiar europeo, es uno de los cinco establecimientos que H10 Hotels tiene en la Costa Dorada. Próximo a la playa y al parque temático PortAventura, este hotel de cuatro estrellas ofrece 199 confortables habitaciones, 173 apartamentos completamente equipados, dos piscinas de adultos y una infantil, un restaurante buffet con cocina en vivo, el pub Sport Tavern y una amplia oferta de instalaciones para pasar unas inolvi-

dables vacaciones en familia. Por su parte, el H10 Sauris Palace, que ha ganado por segundo año consecutivo este distintivo de Thomas Cook y cuenta además con la prestigiosa certificación 'Q' de calidad turística del ICTE, es ya un referente para los clientes que visitan la zona de la Cos-

ta Dorada para pasar sus vacaciones. Su cercanía a las playas, a PortAventura y a varios campos de golf, así como su completa gastronomía, sus confortables 351 habitaciones y su oferta de instalaciones convierten al hotel en un alojamiento idóneo para unas vacaciones con niños.



El Hotel Mediterranean Village de H10 dispone de 199 habitaciones.

La cadena ABC Hoteles se pone al día con puestos de recepción automática de la empresa Ariane Systems

En menos de dos años, la cadena ABC Hoteles sigue ampliando sus establecimientos hoteleros. De hecho, cuenta en la actualidad con siete hoteles ABC en las provincias de Burgos, Palencia y Valladolid. Los establecimientos, de recién apertura o reformados, cuentan con entre 15 y 43 habitaciones, todas funcionales, cómodas y modernas. Los hoteles ABC Aduana y Landilla ya están equipados con la recepción automática de Ariane Systems y, a final del mes de mayo, otros dos hoteles de la cadena estarán equipados, el ABC Jaime y el ABC Camino Real.

Una vez elegido su idioma (12 idiomas disponibles entre ellos el vasco y el catalán), el cliente sólo tiene que seguir las instrucciones mostradas en la pantalla táctil. La aplicación permite integrar fotos de las habitaciones y del hotel y así dejar al cliente elegir su habitación.

En el momento de insertar su DNI o pasaporte, el cliente ve un video indicándole cómo introducir su documento y luego cómo firmar la ficha de registro con el bolígrafo electrónico. Tras haber insertado su tarjeta de crédito para realizar el pago de su estancia, el cliente recibe tanto su comprobante de pago como su factura. Justo antes de validar su fac-

tura, la aplicación le permite introducir una nueva dirección de facturación, lo que resulta muy cómodo para los clientes de negocios.

Al respecto, el vicepresidente de ABC Hoteles, José Antonio Izquierdo, ha explicado lo siguiente: "Hoy tenemos una alternativa

que nos permite controlar mejor nuestros costes laborales. En Europa, hace años que la Hostelería integra este concepto, es el momento de ponernos al día. La aplicación está hecha de manera que el cliente lo puede hacer todo él mismo y en su idioma. Sabemos todos la dificultad que entraña

encontrar personal capaz de hablar alemán, noruego, francés... Para nuestros hoteles, esta solución nos viene muy bien, sobre todo, en estos tiempos duros. Además, como optamos por una financiación a cinco años de las máquinas, nos sale una cuota mensual poco significativa en re-

lación con los costes de explotación global, lo que nos permitió adquirir cuatro máquinas a la vez".

Ariane Systems

Tel: 91 702 51 80 / 610 201 099

www.ariane-systems.com



El Hotel ABC Landilla ya tiene la recepción automática de Ariane System.



El sistema de recepción automática está disponible en 12 idiomas.



Ambos establecimientos son empresas con tradición hostelera.

El Hotel y el Hostal Dos Ríos renuevan su 'web'

Los establecimientos han incorporado un video *online*

El Hotel y el Hostal Dos Ríos han renovado recientemente su página web con la inserción de un corto video promocional del entorno del hotel, ayudando así a los visitantes a hacerse una pequeña idea de la belleza del Pirineo Aragonés en general y de la comarca del Sobrarbe en particular. El Ho-

tel y el Hostal Dos Ríos pertenecen a una empresa familiar dedicada a la Hostelería desde hace varias generaciones. En ella conviven el buen hacer de la mejor tradición hostelera de montaña con las demandas de una gestión moderna y eficaz para ofrecer una confortable estancia a los clientes.

La XIII edición de Intur se celebrará en Valladolid el mes de noviembre

La próxima edición de Intur incluirá novedades en las actividades profesionales y en la distribución de la oferta expositiva, encaminadas a mejorar la calidad y la efi-

ciencia de la feria para los expositores y visitantes. La Feria Internacional del Turismo de Interior, que cumple su XIII edición, se celebrará del 19 al 22 de noviembre

Las jornadas de comercialización de Intur Negocios ampliarán su horario para facilitar la agenda de entrevistas de los expositores, que dispondrán de dos horas para entrevistarse en exclusiva con los compradores. Intur Negocios está organizado por la Feria de Valladolid y la Dirección General de Turismo de la Junta de Castilla y León y en la pasada edición se realizaron más de 4.300 entrevistas.

Con esta ampliación de horario se da respuesta al planteamiento formulado en la pasada convocatoria sobre la necesidad de "lograr el máximo aprovechamiento del tiempo, flexibilizando la agenda de quienes presentan su oferta en Intur Negocios para llevar a cabo entrevistas con los compradores acreditados".

Aspectos como el Turismo rural, idiomático, enológico, gastronómico, cultural o urbano tienen un protagonismo destacado en este certamen, donde se conjugan los aspectos profesionales con aquellos otros que se dirigen al consumidor final, como Intur Rural, un formato en el que pequeñas

empresas pueden comercializar sus productos durante el fin de semana.

La Encuesta de Satisfacción de los Expositores realizada por la Feria de Valladolid en 2008 muestra que más del 75% de los participantes tiene intención de acudir de nuevo a Intur. La Feria Internacional del Turismo de Inte-

rior es el foro idóneo para divulgar las diferentes formas de este tipo de Turismo, así como las tecnologías y los servicios aplicados a este importante sector económico.

Más información:

www.feriavalladolid.com/intur



En la edición de 2008 se hicieron más de 4.300 entrevistas profesionales.

La CEHAT se reúne con el ministro de Industria, Turismo y Comercio para analizar la situación del Sector

Una representación de la Confederación Española de Hoteles con el presidente, Juan Molas, entre ellos, los vicepresidentes, Carlos Díaz,

Joan Gaspart y Antonio Horrach, el tesorero Miguel Mirones y el Secretario General, Ramón Estalella, mantuvieron una reunión con el mi-

nistro de Industria, Turismo y Comercio, Miguel Sebastián y su equipo para analizar la situación del Sector en la actual coyuntura económica

En este contexto, la CEHAT expuso al ministro su preocupación ante la incertidumbre por la previsión de reservas para la próxima temporada de verano e informó de los actuales resultados empresariales como consecuencia de la caída del precio medio y de la ocupación.

La CEHAT planteó algunas medidas que permitirían al Sector ser más competitivo, como la reducción de las tasas aeroportuarias, que permitiría trasladar a los mercados el deseo de flexibilizar los costes y ayudar a la elección de España como destino de vacaciones o nuevas acciones vinculadas a programas como el Imsero.

La directiva de la CEHAT solicitó un aumento de la dotación prevista para el próximo año y recordó que, según los estudios recientemente aportados por CEHAT, la inversión que realiza el Estado se ve compensada y amortizada en un plazo muy corto, recuperándose a través de las vías impositivas, en cantidades muy superiores a las dotaciones fijadas.

Con respecto al proyecto de Turismo Social Europeo, la

CEHAT trasladó a Miguel Sebastián su preocupación por la ausencia de licitadores para dicho programa y propuso un programa alternativo dirigido, sobre todo, a los mercados francés y portugués.

Asimismo, se formularon solicitudes de carácter económico, como el aplazamiento del pago de la cuota a la Seguridad Social para un período mínimo de un año, sin recargo alguno para las empresas; el aplazamiento del IVA correspondiente al 2º, 3º y 4º trimestre del año 2009 o la modificación y control por parte de las Administraciones Públicas en lo que hace referencia a la oferta ilegal de apartamentos y viviendas que, procedentes del sector inmobiliario, invaden la oferta turística española y fomentan una competencia desleal.

Finalmente y respecto a la ampliación del Plan Renove, se instó al ministro a que la dotación prevista de 600 millones se dote con carácter urgente y, en el supuesto de que esta dotación no fuera dirigida a la mejora de instalaciones hoteleras, CEHAT propuso que la misma tuviera fines de ayuda al Sector, como préstamos financieros de bajo interés.



En la reunión, el comité ejecutivo de CEHAT planteó al ministro una serie de soluciones para hacer frente a la crisis.



El presidente de CEHAT, Juan Molas, junto a los miembros del comité ejecutivo.



Juan Molas, a la izquierda, junto al presidente de la AHS, Manuel Otero.

La AHS reconoce la labor y el apoyo de CEHAT

Otero agradeció el apoyo al Congreso de EHMA

El pasado 21 de abril, Manuel Otero, presidente de la Asociación de Hoteles de Sevilla, vicepresidente de la Asociación Europea de Directores de Hoteles (EHMA) y vocal del Comité Ejecutivo de CEHAT, entregó al presidente de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), Juan Molas, una figura conmemorativa en agradecimiento a la colaboración de CEHAT durante el

pasado congreso de EHMA, celebrado en Sevilla en el mes de febrero. Un evento que se celebró por primera vez en Andalucía y reunió a unos 300 directores y responsables de establecimientos de lujo y primera clase pertenecientes a las cadenas hoteleras de 32 países.

El año pasado el congreso se celebró en Saint Moritz (Suiza) y en 2010 tendrá lugar en Biarritz (Francia).

Las V Jornadas Gastronómicas de Cantabria aprueban con nota

Los 86 restaurantes y 13 hoteles participantes en las V Jornadas de los Productos Gastronómicos de Cantabria han valorado positivamente el evento, aunque

la Asociación Empresarial de Hostelería de Cantabria (AEHC) ha observado un comportamiento desigual en lo que a restauración y alojamiento se refiere

En total, se han servido más de 10.000 menús del 19 de marzo al 5 de abril, con una media de 100 menús por establecimiento participante. Sin embargo, en el caso de las reservas de alojamiento, el comportamiento observado es mucho más débil, debido a que es Internet el medio más utilizado para captar clientes por parte de los hoteles. Entre las sugerencias realizadas de cara a una próxima edición, los empresarios han solicitado que se amplíe el plazo de duración de las Jornadas y que éstas tengan una mayor difusión semanas antes de su comienzo.

Por su parte, el presidente de la AEHC, Emérito Astuy Martínez, se ha mostrado "satisfecho" por los resultados de la quinta edición de las Jornadas Gastronómicas de Cantabria, unos resultados que espera "sean mucho mejores" de cara a su siguiente edición, en el año 2010. El objetivo que se persigue a través de su celebración, según Astuy, es "atraer más gente, tanto de la Comunidad autónoma como de provincias limítrofes, a



Las jornadas gastronómicas quieren promocionar Cantabria como destino.

los restaurantes y hoteles de Cantabria", ya que "es necesario dar a conocer el trabajo de nuestros establecimientos". En su opinión, "son los restaurantes y hoteles los responsables del buen resultado

conseguido", debido a que "han presentado ante el consumidor una amplia oferta, en la que ha primado la calidad de los productos, el esmerado servicio y la cuidada elaboración de los platos".



La frecuencia de recogida del aceite dependerá de cada establecimiento.

FEPROHOS trabaja por el medio ambiente

La Federación Provincial de Empresarios de Hostelería de Pontevedra (FEPROHOS), para respetar y asumir su compromiso con el medio ambiente, ha firmado un acuerdo de colaboración con la entidad gestora Acción Medioambiental para llevar a cabo, de manera gratuita, la recogida selectiva de aceites vegetales usados en frituras en aquellos establecimientos asociados que lo soliciten. Según la normativa vigente en materia medioambiental, está prohibido explícitamente verter a

la red de saneamiento sustancias líquidas que puedan poner en peligro la salud humana y atentar contra el medio ambiente, por lo que para proceder a su recogida, a todos los asociados que lo soliciten se les facilitará de manera gratuita colectores de color azul, homologados por Ley, para el depósito de los aceites. La frecuencia de recogida de los mismos, será en función de las necesidades de cada establecimiento, garantizándose su recogida siempre que los asociados lo precisen.



Marbella y Málaga ya han acogido los cursos de Aehcos.

Aehcos celebra un nuevo curso de legionelosis

Benalmádena y Torremolinos, las próximas citas

Aehcos, en colaboración con la Cámara de Comercio de Málaga, ha celebrado un nuevo curso de legionelosis manteniendo así su afán por la formación y la calidad en sus establecimientos asociados.

El citado curso se celebró entre los días 13 y 16 de abril en el Hotel NH Marbella, en Marbella, y registró un gran éxito de participación.

Como resultado de este curso, se han conseguido 25 nuevas certificaciones en

Legionelosis. Aehcos y sus asociados siguen apostando por mantener la calidad y la seguridad en sus establecimientos, por ello tenía previsto organizar más cursos para la formación de los empleados en esta materia.

Así, los próximos cursos tuvieron lugar en Málaga entre los días 20 y 23 de abril y, durante este mes, en Benalmádena entre el 11 y el 14 de mayo y en Torremolinos durante el 19 y el 20 de mayo.

Los hoteles de Lanzarote pasarán auditorías energéticas

Los complejos hoteleros y extra hoteleros de Lanzarote serán sometidos a auditorías energéticas por expertos para determinar sus posibles ahorros energéticos y contri-

buir a revertir en la red los excedentes de energías que producen con las nuevas tecnologías dentro del Plan de Competitividad Turística de la isla de Lanzarote

ASOLAN, la Asociación Insular de Empresarios de Hoteles y Apartamentos de Lanzarote, ha suscrito una línea de colaboración con la firma de ingeniería y energías alternativas Elca Fricalanz para desarrollar diferentes auditorías energéticas en los establecimientos asociados para optimizar sus recursos con las energías alternativas. La aplicación de los nuevos sistemas de cogeneración permitirá, incluso, ceder a la red eléctrica los excedentes energéticos que se van a producir con estos sistemas en los hoteles, dentro del nuevo marco normativo aprobado por el Gobierno español, que permitirá a Lanzarote ser un destino pionero en la aplicación de la cogeneración energética en el sector servicios, según se expuso en las jornadas organizadas por la patronal turística.

Ponentes de Ernst & Young y Elca Fricalanz han mostrado las claves para optimizar la cuenta de explotación en los complejos alojativos de la Isla. En el desarrollo de estas jornadas se dieron a conocer los casos de varios hoteles en Canarias, entre ellos el Vik San Antonio, en Lanzarote, que es pionero en

Europa en sistemas energéticos renovables y en la cogeneración para generar aire acondicionado, calefacción y climatización de piscinas con el Sol.

ASOLAN ha promovido estas jornadas para informar a los empresarios hoteleros y directivos turísticos sobre los últimos sis-

temas que permiten optimizar la cuenta de explotación a través de la aplicación de energías alternativas. Se analizaron varios casos prácticos de empresas turísticas de Lanzarote y Canarias que se han convertido en pioneras aplicando estos sistemas en Europa.



En el centro, la presidenta de ASOLAN, Susana Pérez, durante las jornadas.

II edición de las Jornadas Formativas Ponteвиño 2009

Una oportunidad única para conocer el mundo del vino de la mano de auténticos profesionales. Ese es el lema principal con el que arrancó la II edición de las Jorna-

das Formativas sobre el vino, Ponteвиño 2009, un evento organizado por la Federación Provincial de Empresarios de Hostelería de Pontevedra, FEPROHOS

El acto inaugural contó con la participación de los presidentes de las entidades organizadoras FEPROHOS y Asagu, José Manuel Magaz Ledo y David Barco Araujo, respectivamente. Igualmente, estuvieron presentes el Teniente Alcalde de Vigo, Santiago Domínguez y el Concelleiro de Promoción Económica, Empleo e Participación Ciudadana, Santos Héctor Rodríguez. Todos coincidieron al señalar a Ponteвиño como una oportunidad excepcional de obtener una formación complementaria a lo largo de diferentes jornadas que se extenderán hasta finales del mes de mayo.

La principal novedad de esta edición es 'Ponteвиño Wine Meeting' basado en la reunión de profesionales del Sector de la Hostelería con productores de vinos y otros productos gastronómicos. Se trata de un encuentro multisectorial con el que la organización pretende dar a conocer la potencialidad de los géneros de la provincia, al mismo tiempo que compartir experiencias entre los partici-



La jornada sobre el vino fue organizado por FEPROHOS y Asagu.

pantes. Por su parte, el presidente del C.R.D.O. Valdeorras, Xosé Luís García Pando, fue el encargado de clausurar el acto de inauguración con la celebración de una de sus mejores vinos, en la que nadie pudo negarse a sumergirse por unos instantes en los aromas y sabores de la tierra orensana.

Además del 'Ponteвиño Wine Meeting', el conjunto del programa incluye otros certámenes como Ponteвиño Catas, la tradicional degustación de diferentes tipologías de vinos que, desde el 21 de abril y hasta el 7 de mayo, aportará las claves para distinguir caldos de nivel alto, medio e iniciación.



Con el acuerdo, los asociados se benefician de una bonificación del 40%.

La Asociación de Ciudad Real firma con Muebles Cortijo

Francisco Cortijo, de la empresa Muebles Cortijo SL y Teófilo Arribas, presidente de la Asociación Provincial de Empresarios de Hostelería y Turismo de Ciudad Real, han firmado un convenio de colaboración, con el fin de obtener importantes bonificaciones para sus afiliados en la adquisición de material y mobiliario de Hostelería. La empresa Muebles Cortijo SL se

compromete a aplicar exclusivamente a establecimientos asociados a esta organización una bonificación en toda su línea de productos de un 40%.

El presidente de la Asociación Teófilo Arribas ha declarado que, con este tipo de acuerdos, también se pretende una serie de ventajas, sobre todo, ante la época de crisis que está afectando asimismo al Sector.

La AHS participa en la entrega de premios de EUSA y en un encuentro con representantes del deporte sevillano

En un acto presidido por el delegado de Turismo en Sevilla, Francisco Obregón, la prestigiosa Escuela de Turismo EUSA ha entregado los Premios EUSA Empresas, con los que reconocen y agradecen públicamente a las personas y entidades que han destaca-

do por su labor en el último año. Entre estos reconocimientos ha habido tres grupos hoteleros: NH Hoteles, por su compromiso social, Hotel Las Casas de la Judería, por la innovación empresarial, y Grupo Vime Hoteles, por su proyección internacional. En este

evento también estuvo el presidente de la Asociación de Hoteles de Sevilla y Provincia, Manuel Otero, como muestra de apoyo al Sector.

Además, el Hotel Sevilla Center acogió el primer encuentro entre los principales clubes deportivos

de Sevilla, por iniciativa del Club Bádminton Soderinsa Rinconada, donde se celebró la final del Campeonato Nacional de esta especialidad. El restaurante panorámico situado en la planta 13 del Hotel Sevilla Center, Al-Zagal, fue el lugar escogido para celebrar esta

reunión de apoyo al campeonato que sirvió para estrechar lazos entre el deporte sevillano y el Turismo de Sevilla, representado por el presidente de la Asociación de Hoteles de Sevilla, Manuel Otero y el director del hotel Sevilla Center, José Manuel Álvarez.



El presidente de la AHS, Manuel Otero —segundo por la derecha—, junto a los premiados.



El encuentro deportivo sirvió para estrechar lazos entre el deporte y el Turismo sevillano.

La Asociación de Huesca celebra su Asamblea General Anual

La Asociación Provincial de Empresarios de Hostelería y Turismo de Huesca celebró el pasado día 26 de marzo su Asamblea General Anual, en la que se presen-

tó la memoria de actividades de 2008 así como el presupuesto de gastos e ingresos para el año 2009 y el balance correspondiente al anterior ejercicio

Durante la Asamblea General, que se celebró en el Salón de Actos de la Cámara de Comercio e Industria de Huesca, se procedió a la ratificación de los vocales comarcales de Cinca Medio y Somontano, elegidos recientemente, así como otros de los puntos del día consistieron en la ponencia de la consultora Wikyta sobre la 'Problemática de la Comercialización Turística ante la Crisis' e incluso, antes de finalizar ésta, el escritor y conferenciante especializado en la dirección de empresas turísticas, Doménec Biosca, ofreció una conferencia bajo el título 'Cómo podemos gestionar de forma eficaz el destino turístico de Huesca'.

La Jornada concluyó con la tradicional Cena del Socio. Se trata de un entrañable acto en el que se hace entrega de las tradicionales distinciones que cada año otorga la asociación a diversos profesionales del Sector como homenaje a su trayectoria profesional y que este año recayeron en tres mujeres con un amplio currículum en la Hostelería



En la asamblea se presentó, entre otras cosas, el presupuesto para 2009.

provincial como son Pilar Lacasa del Hotel El Mesón de Castiello de Jaca, Dolores Herbera del Restaurante Casa Lola de Binaced y M. Teresa Serrado del Hostal Mars de Benabarre. Además, se entregó la Insignia de

Oro de la Asociación a Caja Inmaculada, entidad colaboradora en muchas de las acciones que realiza la Asociación y que, dentro de su Obra Social, ha mostrado siempre un especial interés por este sector en nuestra provincia.



El Patronato de Turismo y HOSBEC recibieron a los turoperadores extranjeros.

La Costa Blanca recibe a TTOO checos y polacos

El Presidente de HOSBEC, Antonio Mayor y la directora general del Patronato de Turismo Costa Blanca, Gema Amor, han recibido al numeroso grupo de turoperadores checos y polacos que visitan Benidorm y la Costa Blanca Con una calurosa bienvenida fueron recibidos los turoperadores checos y polacos que visitaron el pasado mes de abril Benidorm y la Costa Blanca en una misión inversa coordinada por el Patronato de Turismo Costa Blanca y la Cámara

de Comercio. Los turoperadores pudieron comprobar *in situ* la calidad de la oferta de alojamiento de la provincia, así como la inmejorable oferta complementaria que se ofrece: deportes, golf, cultura, parques temáticos, etc.

En este sentido, Gema Amor destacó la importante oferta en conexión de vuelos que ofrece el Aeropuerto del Altet para posibilitar el acceso de turistas checos y polacos a la provincia.

La Diputación de Castellón destinará 60.000 euros al CBI

El presidente de la Diputación de Castellón, Carlos Fabra, y el vicepresidente de la Asociación Provincial de Empresarios de Hostelería y Turismo

(Ashotur), Valentín Collado, han firmado el acuerdo por el que la institución destinará 60.000 euros para la creación del Convention Bureau de Interior

El objetivo principal de este nuevo organismo es la captación de reuniones y viajes de incentivo en el interior de la provincia de Castellón. Para ello, a los 60.000 euros que aporta la Diputación, se les suma otros 60.000 euros procedentes de la Conselleria de Turisme. En total, 120.000 euros que son "suficientes", según el gerente de Ashotur, Carlos Gomis, aunque aclara que para una buena puesta en marcha del Convention Bureau (CBI), se necesitará esa misma cantidad durante dos o tres años, que es cuando prevé autogestionarse económicamente. Tras la firma, el primer paso del CBI será la catalogación de las instalaciones, servicios y alojamientos necesarios que formen parte de esta oferta para poder acoger reuniones desde 10 a 200 personas. Gomis señala que durante el segundo año se centrará en la comercialización del producto y durante el tercero se esperan que se produzcan los primeros resultados. Por su parte, el presidente de Ashotur, Carlos Escorihuela, afirma que el objetivo del CBI es "contribuir a

la puesta en valor de los recursos existentes, crear nuevos y desestacionalizar la provincia". Esta oferta del interior de la provincia de Castellón completará la existente en la capital.

"El Convention Bureau promoverá un catálogo de productos adaptados a un cliente que valore el intercambio de experiencias y conocimientos, la información y la motivación profesional sin

dejar de lado las actividades turísticas y de ocio que ofrece un espacio natural", añade Escorihuela. También comenta que a largo plazo se pretende "dinamizar y posicionar el interior de la provincia de Castellón estableciéndose como el vínculo entre la oferta y la demanda y asentando sus bases en la cooperación basada en el trínomio economía, sociedad y medio ambiente".



El Convention Bureau de Castellón servirá para impulsar las visitas a la región.



La nueva web mejorará la competitividad de las empresas asociadas.

La Asociación riojana crea una central de reservas

Con la iniciativa, las empresas podrán ahorrar costes

La Asociación Riojana de Hoteles, integrada en CEHAT, ha creado una central de reservas hoteleras online con el objetivo de impulsar la actividad y competitividad del sector durante esta época de crisis. Las reservas hoteleras se pueden realizar a través de la página web www.rioja-hoteles.com, un proyecto desarrollado por la empresa riojana ENIAC. Así lo manifestó el presidente de la asociación, Jaime García Calzada, quien participó en la presentación del nuevo portal

de reservas junto con la consejera de Turismo del Gobierno de La Rioja, Aránzazu Vallejo. García Calzada destacó que las nuevas tecnologías TIC son "imprescindibles para no quedarnos atrás respecto a otras regiones españolas". Anteriormente, los hoteleros riojanos sufragaban los costes a través de motores de reservas nacionales e internacionales que suponían un importante gasto de intermediación y una notable carga financiera para las pequeñas empresas hoteleras.

Idiso trabajará con el Gremi d'Hotels de Costa de Barcelona

La empresa de servicios de venta y distribución hotelera Idiso ha firmado un acuerdo para diseñar la nueva web del Gremi d'Hotels de Costa de Barcelona-Maresme,

incorporando su potente motor de reservas. El acuerdo significa la primera colaboración de Idiso con una asociación hotelera, integrada por más de 80 hoteles

Según el director de Desarrollo de Negocio de Idiso, David Wright, "al igual que todas las asociaciones hoteleras, el Gremi d'Hotels de Costa de Barcelona-Maresme está integrado por hoteles muy distintos, establecimientos de dos, tres y cuatro estrellas, desde pequeños hoteles a grandes resorts. Cada hotel es un mundo, con sus necesidades particulares y objetivos diferentes. Estamos muy orgullosos de que, después de haber realizado un riguroso análisis de todas las alternativas, el Gremi haya considerado que nuestros servicios son los mejores para cubrir todas estas necesidades tan distintas y ofrecer soluciones hechas a medida que les ayuden a optimizar sus ventas *online* y *offline*, sin importar el tamaño, la naturaleza o la ubicación de los hoteles". Para la gerente del Gremi d'Hotels de Costa de Barcelona-Maresme, Marta Lanzas, "la creación de esta nueva web responde a nuestro deseo de ampliar las opciones de ventas *online* de nuestros hoteles asociados, a la vez que modernizar la imagen del Gremi. En los tiempos difíciles que



Idiso es una empresa de servicios de venta y distribución hotelera.

afrenta el sector turístico, el Gremi se propone buscar soluciones que abran nuevos canales y mercados para nuestros hoteles, facilitándoles acceso a una tecnología que simplifique su distribución masiva en el mundo *online*. Muchos de nuestros miembros del gremio son hoteles pequeños que, por sí solos, no podrían llegar a muchos de los canales *onli-*

ne a los que vamos a tener acceso gracias a Idiso". Este acuerdo, agrega, "va a marcar, sin duda alguna, un antes y un después en el día a día de nuestra asociación. Supone, por así decirlo, el inicio de una nueva etapa de apertura al mundo tecnológico, algo que en el contexto actual de competitividad y emergencia de nuevos destinos, es fundamental".



Los representantes de BinarySender y ASHOME en la firma del convenio.

ASHOME firma un convenio con BinarySender Menorca

La Asociación Hotelera de Menorca (ASHOME) ha firmado un convenio con la empresa Binary Menorca mediante el cual la plataforma web BinarySender permitirá enlazar las reservas realizadas a través de www.visitmenorca.com con la plataforma Sender para enviar información y recordatorios a sus clientes. BinarySender es una plataforma

web diseñada para el envío de mensajes SMS a móviles de manera rápida y sencilla y a un coste por mensaje más económico que desde cualquier móvil, garantizando la máxima disponibilidad. En 2007 obtuvo el premio 'Balears Innova' a la mejor idea tecnológica de Menorca otorgado por el Gobierno de las Islas Baleares.



Emérito Astuy y Gema Igual durante su reunión en el Ayuntamiento.

La AEHC y el Ayuntamiento diseñan su colaboración

Astuy ha destacado la importancia de este acuerdo

El presidente de la Asociación Empresarial de Hostelería de Cantabria (AEHC), Emérito Astuy Martínez, y Gema Igual, concejala de Turismo y Protocolo del Ayuntamiento de Santander, han abordado lo que serán las líneas de trabajo conjunto que se plasmarán en el convenio de colaboración que, desde hace cinco años, mantienen vigente ambas instituciones. El convenio contempla acciones de promoción turística de Santander así como de las empresas del sector hostelero y los productos que ofertan. El presidente de los hosteleros cántabros ha señalado que, a través de esta colaboración, se han conseguido "impor-

tantes resultados tanto para la ciudad como para el Sector", debido, sobre todo, "al trabajo que Hostelería y Ayuntamiento hemos desarrollado en ferias especializadas". Asimismo, las líneas de trabajo del convenio se concretan en visitas y contactos comerciales, organización de viajes de familiarización y publicación de reportajes de promoción en medios especializados. Dentro de la colaboración conjunta y al margen de este convenio destacan también la fiesta 'Punto de Encuentro Santander 2016', que se celebró en Madrid con motivo de Fitur 2009 o la iniciativa municipal 'Santander FindePack'

La AHS reelige presidente de la Junta Directiva a Manuel Otero

La Asociación de Hoteles de Sevilla y Provincia ha elegido su nueva Junta Directiva, que será presidida de nuevo por Manuel Otero ya que ha sido el único

candidato presentado. Otero fue elegido en 2002 y más tarde en 2005 y, con este nuevo mandato, permanecerá al frente de la asociación hotelera hasta 2012

La Junta Directiva de los hoteleros de Sevilla ha quedado configurada de la siguiente manera:

- Presidente: Manuel Otero Alvarado, Hotel Inglaterra.
- Vicepresidente: Arturo Serra, Hotel Occidental Sevilla.
- Vicepresidente: Manuel Cornax, Gran Hotel Lar.
- Vicepresidente: Jorge Castilla, Hotel Abanico.
- Representante de cinco estrellas: Rafael Alcaide, Meliá Sevilla.
- Representante de cuatro estrellas: Manuel Villagrán, NH Central Convenciones.
- Representante de tres estrellas: Pedro Agudo, Hotel Bellavista Sevilla.
- Representante de dos estrellas: Claudio Millán, Hotel Adriano.
- Representante de una estrella: Pedro González, Hotel Goya.
- Representante de Apartamentos Turísticos: Moisés Rodríguez, Apartamentos Murillo.
- Representante de Hostales y Pensiones: José Manuel Sánchez, Hostal Roma.

Manuel Otero es director y consejero delegado del Hotel

Inglaterra desde el año 1993, una actividad que actualmente compagina con otras iniciativas empresariales en el ámbito de la Hostelería andaluza (gerente del Hotel Palacio Marqués de la Gomera en Osuna, Hotel Duque de Heredia en Málaga y los restaurantes Casa Cuesta Triana, Casa Cuesta Centro y Casa Peral). Es Diplomado Técnico en Turismo por la Escuela de Turismo de Sevilla y Master en Dirección de Empresas por el Instituto San Telmo de Sevilla.

El presidente de la asociación hotelera ha desempeñado distintas responsabilidades representa-

tivas en organizaciones de naturaleza empresarial y actualmente es vocal de la Junta Directiva de la Confederación Española de Hoteles y Apartamentos Turísticos (CEHAT), vicepresidente de la Asociación de Cadenas Hoteleras Españolas, miembro del Consejo de Empresa Familiar de la Confederación de Empresarios de Andalucía y vicepresidente de su Comisión de Turismo. Además, es vicepresidente de la Federación Andaluza de Hostelería, vicepresidente de la Confederación Empresarial Sevillana y presidente de la Comisión de Turismo de la misma



La nueva junta directiva tendrá un mandato de tres años.

Los hoteles asturianos combaten la crisis y el recorte de gastos por parte del cliente a golpe de ingenio

La actual coyuntura económica y sus consecuencias en la economía doméstica del ciudadano medio, que tiende a recortar el presupuesto destinado al ocio, está favoreciendo la puesta en mar-

cha por parte de los hoteles asturianos de medidas destinadas a reactivar la actividad turística. Iniciativas que, por encima de su originalidad, pretenden llamar la atención de los potenciales visi-

tantes así como de los propios asturianos, presentando ante todos ellos la Hotelería de la región como un sector que se reinventa constantemente proporcionando experiencias inolvidables

Entre las propuestas destinadas a dinamizar el Turismo regional puestas en marcha por los socios de Unión Hotelera Asturiana figura la celebración de eventos especiales como ferias monográficas o jornadas gastronómicas.

Actividades, en definitiva, de carácter festivo que proporcionen a los clientes de cada hotel una experiencia lúdica que contribuya a hacer aún más enriquecedora su estancia en el establecimiento.

De la misma manera, son muchos los hoteles que optan por darle un valor añadido a las estancias de sus huéspedes, por ejemplo ofertando media pensión a precio de alojamiento y desayuno, regalando una noche de hotel al contratar un número determinado de estancias o facilitando a su clientela la realización de alguna actividad lúdico-cultural en la zona, ya sea regalando entradas para equipamientos culturales o invitándoles a visitar algún paraje natural.

El ejemplo lo tenemos en ofertas tan sugerentes como 'Sensaciones, fresa y chocolate' o 'Wellness Day', propuestas centradas en proporcionar a los huéspedes

relax y bienestar; 'En el día de la madre regálale un palacio', una celebración muy especial para las protagonistas de una fecha tan señalada; 'Fuera mogollones' y 'Organiza tu tiempo como quieras', que invitan al turista a disfrutar de las maravillas de Asturias sin agobios; 'Primavera romántica' que propone un plan especial para parejas o 'Semana de Golf', oferta específica para los amantes de este deporte.

El ajuste de las tarifas es otra de las iniciativas utilizadas por los socios de Unión Hotelera para tratar de impulsar la actividad turística en el actual contexto económico dominado por la prudencia en el gasto, especialmente en lo que a ocio se refiere.

Es por ello que, con el fin de incentivar la afluencia de visitantes a los hoteles asturianos, son muchos los establecimientos que están optando por mantener los precios de años pasados e incluso rebajarlos para adaptar sus servicios a todos los bolsillos sin mermar los elevados estándares de calidad que, desde hace años, caracterizan a la Hotelería regional.



Los hoteles asturianos están diseñando promociones imaginativas para compensar los efectos de la crisis.



La asociación quiere promocionar Valladolid mediante los concursos.

Valladolid celebrará su I Concurso de Coctelería

El certamen se organizará entre el 9 y el 14 de junio

La Junta Directiva de la Asociación Provincial de Hostelería de Valladolid acordó celebrar el XI Concurso provincial de Pinchos el próximo mes de junio entre el día 9 y el 14. El concurso, totalmente asentado, contará en esta edición con la novedad de la celebración en paralelo del I Concurso Provincial de Coctelería. Con esta actividad se pretende impulsar el Concurso de Pinchos con la posibilidad de degustar cocteles de todo tipo. Para ambos concursos se han adopta-

do unos precios de venta que serán de 1,5 euro por pincho y de 3 euros para los cócteles, que deberán ser servidos al público durante todos los días que dura el concurso.

En el apartado de pinchos se mantienen los premios de 'Pincho de Oro', que es el ganador absoluto del concurso, y los galardones al mejor 'Pincho Caliente', 'Pincho Frío', 'Pincho Autóctono' y 'Pincho Postre', así como los accésit al 'Mejor Pincho Coca Cola' y al 'Mejor Pincho Mahou'.

La AEHC y la Gimnástica unen sus fuerzas para el ascenso a 2ªB

El presidente de la Asociación Empresarial de Hostelería de Cantabria (AEHC), Emérito Astuy Martínez, y Abel Fernández, presidente de la Gimnástica de

Torrelavega, han firmado un convenio de gracias al cual los empresarios asociados se beneficiarán de un descuento del 10% en los abonos de la temporada 2009-2010

En el encuentro que recogió la firma del convenio, que tuvo lugar en las oficinas de la Gimnástica (ubicadas en el Pabellón Polideportivo Vicente Trueba) participaron también el director de la AEHC, Pedro Vega-Hazas; el delegado de zona de la Asociación en Torrelavega, José María Bueno, y Tomás Bustamante, encargado del Área Social de la Gimnástica.

La Hostelería de la ciudad de Torrelavega tendrá la oportunidad de apoyar a su equipo en la fase de ascenso a Segunda B, que se disputará los domingos 24 y 31 de mayo.

A lo largo de esos fines de semana, los empresarios que quieran sumarse a esta iniciativa ofertarán un pincho blanquiazul y una bebida al precio de dos euros.

Asimismo, la AEHC entregará a los establecimientos banderas de la Gimnástica para que éstos las repartan entre sus clientes y amigos.

El objetivo que se persigue a través de la firma de este convenio, según ha señalado Emérito Astuy, es "apoyar a la Gimnástica en un momento

trascendente para el equipo de Torrelavega", así como "animar los locales de Hostelería de la zona los fines de semana en que

se decida el ascenso". Según Astuy, "es vital que un equipo de fútbol se vea apoyado por su afición".



Emérito Astuy, a la izquierda, con el presidente de La Gimnástica, Abel Fernández.

CEHAT y Garrigues organizan una jornada sobre el 'Acceso a la financiación en el sector hotelero'

El próximo 21 de mayo la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), en colaboración con el despacho Garrigues, or-

ganiza la jornada 'Acceso a la financiación en el sector hotelero' que analizará distintos aspectos sobre el negocio de la Hotelería. Antonio Garri-

gues, presidente de Garrigues, y Juan Molas, presidente de CEHAT, abrirán esta jornada que abordará las nuevas oportunidades del Sector

Durante la misma también se expon-
drán los aspectos legales y fiscales
de mayor interés del actual Proyec-
to de Ley de las SOCIMI y de las
enmiendas presentadas al mismo,
así como del entorno internacional
y del mercado inmobiliario en el que
surge esta iniciativa, con el fin de
facilitar un correcto entendimiento
del régimen, su finalidad y las re-
percusiones y oportunidades que,
en la práctica, pueda tener para el

sector hotelero.

Adicionalmente, se afrontará,
desde la perspectiva del sector fi-
nanciero, el panorama actual de la
financiación a la empresa turística,
con especial referencia a la finan-
ciación de hoteles. Se hará también
mención a los criterios de riesgo,
garantías exigibles y el planteamien-
to sobre la gestión de activos hote-
leros adjudicados, la opinión del
mundo financiero sobre los REITs

como posible solución a las carter-
as de inmuebles, así como a las
oportunidades de colaboración en-
tre entidades financieras con ges-
tores y empresarios hoteleros.

Tras la visión fiscal y financiera,
se tratarán las diferentes modalida-
des y negocios de financiación
hotelera con una referencia a los
aspectos legales y tributarios más
significativos a tener en cuenta en
cada uno de ellos, con una especial

referencia a los modelos más
novedosos de colaboración y fi-
nanciación entre empresario hote-
lero y socio financiero (entidades
financieras, *family offices*, etc.).

Por último, se mostrarán, con un
enfoque práctico, las diferentes
medidas legales que, en el marco
de nuestra legislación laboral, pue-
den permitir a los empresarios hote-
leros adaptar su capacidad pro-
ductiva a la actual situación de la

demanda, pasando desde medidas
de reestructuración laboral más
traumáticas (ERES de suspensión
y extinción, despidos objetivos)
hasta medidas alternativas de
flexibilización (retributivas, reduc-
ción de jornadas, jubilación parcial,
etc.).

* Inscripción gratuita
* Aforo limitado

Acceso a la financiación en el sector hotelero

Especial referencia al nuevo régimen de SOCIMIs

PROGRAMA

9:00	Recepción de asistentes - Acreditación	11:45 - 12:15	"Visión de los procesos de refinanciación desde las entidades financieras. ¿Los REITs como solución a las carteras de inmuebles? Necesidad de un gestor profesional"
9.20 - 9.30	Bienvenida Antonio Garrigues, Presidente de Garrigues		
9:30 - 9:45	Presentación de la Jornada. José Manuel Cardona y José Palacios, Garrigues	12:15 - 12:45	"Del simple préstamo a los vehículos colaborativos con socios financieros: alternativas e implicaciones jurídico-tributarias para el empresario hotelero"
9:45 - 10:15	"Nuevas oportunidades de negocio en la hotelería" Ponente: Juan Molas, Presidente de la CEHAT		
10:15 - 11:15	"Oportunidades que plantea la nueva normativa de las Sociedades Cotizadas de Inversión en el Mercado Inmobiliario español (SOCIMI): Los REITs españoles" Ponentes: Lorenzo Clemente, Luis Manuel Viñuales y Pedro Fernández, Garrigues	12:45 - 13:15	"Soluciones eficientes en el plano laboral ante el cambio de ciclo" Ponente: Paloma Rodríguez, Garrigues
11:15 - 11:45	Café	13:15 - 14:00	Coloquio - debate
		14:00	Clausura de la jornada Representante Ministerio de Economía y Hacienda


GARRIGUES

 CEHAT
CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOTELES
Y ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

Auditorio Garrigues

Hermosilla, 3 - 28001 Madrid

SRC

Sra. Mónica González

e mail: monica@cehat.com - Tel.: 91 556 71 12

La comunicación de cara al cliente es clave: Somos lo que se percibe de nosotros

Desde que existe la comunicación entre las personas, dejamos de ser lo que somos para ser lo que los demás perciben de nosotros. No importa el trabajo que desarrollemos, ni las horas que dediquemos a ello pues al final se nos valorará por lo que los demás perciban como resultado de ese trabajo

Muchas modelos y actrices se hartan de decirnos que no se cuidan, que apenas hacen régimen y que lo que vemos es "belleza natural". Sin embargo, pocas veces nos lo creemos, estamos tan alejados de esos resultados que creemos que no puede ser que no hayan pasado por algún régimen estricto o incluso por el quirófano. Esto quiere decir que lo que percibimos es que son hombres y mujeres que pasan mucho tiempo al día cuidando su cuerpo y de eso es de lo que estamos convencidos. El sector de alojamiento es un claro ejemplo de este fenómeno. En el siglo XXI apenas concebimos que alguien reserve sus vacaciones o su viaje de negocios sin investigar a través de Internet. Hoy en día nos parece fundamental realizar este ejercicio previo a la elección del hotel en el que pasaremos uno o varios días. Buscamos el alojamiento que más se adecue a nuestros gustos y necesidades y

también buscamos el motor de reservas que nos lo ofrezca al mejor precio. Y en esta investigación o búsqueda es imprescindible que el hotel disponga de una página web muy potente. Incluso más, si atendemos a los gurús del nuevo marketing online, cada hotel debe contar con una web en la que los clientes tengan la posibilidad de dejar su opinión. Hace ya algunos años que sabemos que el Turismo en España se está convirtiendo en un modelo en el que el clásico ‘sol y playa’ abandona su prevalencia a favor de un modelo de sensaciones. El cliente quiere vivir sensaciones, la oferta hotelera debe conseguir atraer a sus clientes mediante la diferenciación. Para ello, la estrategia de comunicación debe ser muy clara y debe poder transmitir estas mismas sensaciones. Ya no nos movemos por los metros cuadrados de una habitación, hoy buscamos encontrar sentir algo.



La página web de un hotel es hoy en día la ‘ventana’ principal de cara al cliente y su canal más importante.

TARJETA VIP HOTELES



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

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

OFERTA EXCLUSIVA PARA PROFESIONALES DEL SECTOR HOTELERO Y DEL ALOJAMIENTO

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

FICHA DE ALTA / RENOVACION DE LA TARJETA VIP HOTELES

Datos del Socio:

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

Datos Bancarios:

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

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

Noticias con de Calidad

Instituto para la Calidad Turística Española, ICTE

Mayo 2009

Presentación en el Real Club Náutico de Palma de la norma de Calidad Española para Instalaciones Náutico-Deportivas

El cumplimiento por parte de los clubes náuticos y marinas de esta norma implicará obtener la "Q" de Calidad Turística en este subsector.

El pasado 24 de Abril, se dieron cita en el Real Club Náutico de Palma, el Instituto para la Calidad Turística Española, la Confederación Española de Asociaciones de Clubes Náuticos (CEACNA), la Administración y otros agentes sociales para finalizar el Proyecto de Norma Española, que en los próximos meses se convertirá en norma UNE y normalizará el sector de Instalaciones Náutico-Deportivas.

La idea de normalizar en el sector náutico parte de la propia Confederación Española de Asociaciones de Clubes Náuticos, CEACNA, que solicita al ICTE la elaboración de un documento específico para este sector. De esta forma se iniciaron los trabajos de normalización en Abril de 2008 en Valencia, concluyendo el texto en la pasada reunión.

A partir de esta fecha, tras los periodos de información pública, los clubes náuticos y mari-

nas que lo soliciten, podrán implantar la norma para instalaciones náutico-deportivas y posteriormente obtener la "Q" de Calidad Turística, Marca que les avalará como máximo exponente de calidad en turismo nacional.

Esta norma de calidad de servicio, pionera en el ámbito específico de las Instalaciones Náutico-Deportivas, (independientemente de su forma de gestión bien club náutico, bien puerto deportivo) marca unos requisitos a cumplir que definen el nivel de servicio al cliente, incrementando el valor añadido de la propia instalación, pero teniendo muy en cuenta la importancia turística que tiene para cada municipio la aportación que cada instalación náutico deportiva puede hacer para su comunidad de ciudadanos al ser receptores de un gran número de visitantes y turistas.

Como principal aportación de la norma, se establecen los requisitos para determinar que una Instalación Náutico-Deportiva atrayente para el fomento del turismo

debe proporcionar de modo obligatorio actividades náuticas a sus usuarios. Siendo de este modo el PRINCIPAL elemento diferenciador con aquellos puertos que tan sólo dedican sus instalaciones al arrendamiento de amarres y superficies comerciales o al parking de barcos y que, consecuentemente, no son de interés para el turismo por ser únicamente espacios e instalaciones portuarias cuyo objetivo único es la actividad financiera y por tanto dejan de ser objeto de la presente normalización turística.

Este acto fue presentado por el Director General del ICTE, Fernando Fraile, el Presidente de la Asociación de Clubes Náuticos de Baleares, y Vicepresidente de la CEACNA, Miquel Suñer, y el Presidente del Comité de Normalización de "Instalaciones Náutico-Deportivas" Carlos Torrado, que agradecieron muy especialmente al Real Club Náutico de Palma su acogida, así como a todas las diferentes entidades que han prestado sus sedes para el desarrollo de los trabajos que hoy finalizan.



Presentación del borrador de la Norma para Estaciones Náuticas.



Turismo náutico.

La Secretaría de Estado de Turismo y el ICTE entregan la "Q" de Calidad a Mundicolor

El Secretario de Estado de Turismo, Joan Mesquida, y el Presidente del Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE), Miguel Mirones, hicieron entrega el 23 de Abril de la "Q" de Calidad Turística a Gonzalo Pascual, Presidente de Mundicolor.

La mayorista de viajes Marsans, Tiempo Libre - Mundicolor, queda así certificada con la "Q" de Calidad Turística, marca que otorga el Instituto para la Calidad Turística Española. Este distintivo estará visible en todos los productos de la mayorista, incluyendo a todas sus marcas: Mundicolor, Dimensiones, Plancolor y Hotelcolor.

La obtención de la "Q" de Calidad Turística supone una mayor seguridad y

fiabilidad para las agencias de viajes, así como la satisfacción del cliente, cuidando todas las posibilidades que aseguren la calidad y confianza que los clientes buscan para sus viajes, además de su apuesta por la mejora continua en todos los niveles de la organización.

La Calidad Turística Española es un referente mundial, así lo constata la Secretaría de Estado de Turismo, la cuál apoya en todo momento esta unión entre el sector público y el privado y la considera esencial. Para la Secretaría de Estado de Turismo, "se debe seguir profundizando entre todos, para hacer de la cultura del detalle, la hospitalidad y la atención al turista los grandes factores de fidelización de nuestros turistas".



El Secretario de Estado y el Presidente del ICTE haciendo entrega de la "Q" al Presidente de Mundicolor.



Foto: M.J. Crespo

El pasado 14 y 15 de Abril tuvo lugar en Cádiz, la 2ª reunión del Grupo de Trabajo Internacional de Playas. En dicha reunión se aprobó su paso a votación por el comité plenario TC228, lo que supondrá su futura publicación como norma ISO.

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 ICTE reconoce la labor de 29 empresas certificadas en Extremadura

El Director General del Instituto para la Calidad Turística Española, Fernando Fraile García, y la directora general de Turismo, Manuela Holgado Flores, fueron los encargados de entregar el 1 de Abril, los diplomas de reconocimiento a 29 empresas extremeñas certificadas con la "Q" de Calidad Turística, en el transcurso de un acto celebrado en el Palacio de Congresos de Badajoz Manuel Rojas.

Desde la Junta de Extremadura se apuesta por la calidad como una forma de ser más competitivos en el sector turístico. Por eso, y con el fin de que los empresarios extremeños puedan acceder a la "Q", este año las ayudas de turismo han



Empresarios turísticos de Extremadura con la Directora General de Turismo y el Director General del ICTE.

prestado especial atención no sólo a la obtención de la Marca sino también al seguimiento, renovación y uso de la misma.

Manuela Holgado está convencida y así lo expresó durante el acto, en que ofrecer servicios de calidad es una de las claves para ser más competitivos en el

sector. Para el empresario, tener la "Q" es una garantía en el sistema de gestión y organización de su empresa, así como de promoción y reconocimiento de la misma, mientras que para el cliente supone una mayor confianza para obtener la calidad de los servicios demandados.

Miguel Mirones, Presidente del ICTE, elegido miembro del Comité Ejecutivo de CEOE España

El Jueves 2 de Abril se celebró la Asamblea Electoral de CEOE España en la que Gerardo Díaz Ferrán ha sido reelegido Presidente.

Posteriormente a la Asamblea electoral, se celebró una reunión de la nueva Junta Directiva en la que se procedió a la elección del nuevo Comité Ejecutivo. Miguel Mirones, en calidad de Presidente de CEOE-CEPYME Cantabria, ha sido elegido miembro de dicho Comité, que estará compuesto por un total de 40 personas en representación de las principales confederaciones de ámbito regional y sectoriales nacionales.

El Comité Ejecutivo está adquiriendo un protagonismo esencial consecuencia de la situación de crisis económica. Cabe recordar

en este sentido, que este Comité se reúne 2 veces al año con el Presidente del Gobierno de España para hacer un análisis profundo de la realidad económica desde la óptica empresarial.

La presencia de miembros del instituto en este Comité alcanza también al Presidente de ASINTRA, Lorenzo Chacón. Al mismo tiempo se han integrado por primera vez en la Junta Directiva de la CEOE-CEPYME dos sectoriales más que forman parte de los órganos de gobierno del ICTE; AMAVE representada por su Presidente Carmelo Hernández y ANBAL, por parte de Nicasio Pérez Menzel, delegado a estas funciones al haber sido nombrado el Presidente de la patronal balnearia miembro del Comité Ejecutivo.



El Presidente del ICTE con su homónimo de la CEOE, Gerardo Díaz Ferrán.

Igualmente continúa Joan Molas, como Presidente de la CEHAT y José María Rubio de FEHR.

El ICTE es una Asociación empresarial conformada por las patronales turísticas más importantes de este país, así como por la Secretaría de Estado de Turismo, la FEMP y las CCAA.



A fecha de cierre de este periódico está teniendo lugar en Turquía la reunión anual del Comité ISO TC/228 Turismo y Servicios Relacionados, donde las propuestas españolas a título informativo están siendo presentadas a los más de 50 países que conforman este comité.

El ICTE participó activamente en la V Edición de la TCV

El Instituto para la Calidad Turística Española participó en la última edición de la Feria Internacional de Turismo de la Comunidad Valenciana, que se celebró del 3 al 5 de Abril.

El ICTE distinguió, dentro del marco de la feria, a la ciudad de Valencia como la capital española con mayor número de oficinas turísticas certificadas con la Q de Calidad. El acto tuvo lugar en el stand de Turismo Valencia, y estuvieron presentes el Director General del ICTE, Fernando Fraile García, el presidente de la Cámara, Arturo Virosque, y el director del Instituto de Turismo Valencia, José Salinas. La entrega estuvo coordinada por la



Reunión del Plenario en la TCV.

Cámara de Comercio de Valencia como delegación del Instituto para la Calidad Turística Española.

Por otra parte, el ICTE celebró durante el día de inicio de la misma la 2ª reunión plenaria del Comité técnico de Normalización 187, que con-



Jornadas PREDIF en Feria de Turismo de Valencia.

forma los sectores públicos de Playas, Espacios Naturales Protegidos, Oficinas de Información Turística, Palacios de Congresos, Convention Bureau, Guías Turísticos y Patronatos de Turismo.

Y dentro de la participación del instituto en jornadas in-

formativas, colaboró con PREDIF en la mesa redonda que se desarrolló sobre turismo accesible.

Asimismo el Instituto, a través de un stand propio, estuvo durante los tres días de la feria informando sobre el Sistema "Q" de Calidad.



Entrega Q a Oficinas de Turismo de Valencia.

Dos meses como máximo para recuperar la normalidad

Aurelio Vázquez ha criticado la gestión que se ha hecho de la crisis sanitaria

Los hoteleros de Baleares en México han mostrado su confianza en recuperar la normalidad en un plazo entre las cuatro semanas y los dos meses, una vez se haya dado una "solución sanitaria" a la crisis en el país centroamericano, según el presidente de la Agrupación de Cadenas Hoteleras (ACH), Aurelio Vázquez.

Vázquez ha hecho un análisis de la situación que se vive en los hoteles del país azteca y ha señalado que se están produciendo "algunas cancelaciones" y aplazamientos de fechas en reservas ya realizadas en la Riviera Maya, lo que ha obligado al cierre temporal de algunos de los 40 establecimientos hoteleros que operan en esta zona y que pertenecen a cadenas como Sol Meliá, Iberostar, Barceló, Riu o Fiesta.

Sin embargo, el representante hotelero ha recordado que en Quintana Roo, donde están la mayoría de los hoteles de Baleares, no se ha confirmado "ningún caso de con-

tagio", por lo que las cancelaciones que se están produciendo y los aplazamientos de fechas en algunas reservas "responden al pánico" que se ha generado en torno a esta enfermedad por una "gestión inadecuada de comunicación".

Respecto a las pérdidas económicas que está generando la crisis sanitaria, Vázquez ha explicado que todavía es "premature" evaluarlas y ha añadido que, cuando se vuelva a la normalidad, "a finales de mayo o comienzos de junio" se analizarán los efectos

económicos que ha tenido esta enfermedad y se estudiarán las "fórmulas de compensación" que se pueden solicitar.

Respecto a la incidencia de la enfermedad en España, el presidente de la asociación empresarial ha confiado en que, a pesar de los 54 casos detectados en España, no se genere "una situación de pánico infundada" que pudiera afectar a la actividad normal del país y del Sector porque "no hay ninguna razón objetiva para pensar que en España hay una situación de riesgo".



México cuenta con una importante oferta de hoteleros españoles.

Ibis lanza una nueva 'web' sobre medio ambiente



Ibis quiere demostrar el compromiso de la marca con el medio ambiente.

La marca económica de Accor, Ibis, ha lanzado un nuevo *website* dedicado al medio ambiente para facilitar a los viajeros "información útil y demostrar el compromiso total de la marca con el entorno" ya que, según la responsable de Calidad & Medio Ambiente, Ana García, este factor es "clave" a la hora de elegir un hotel. En el nuevo *website* la cadena reagrupa toda la información relativa a sus políticas medioambientales en un único lugar con el objetivo de que los clientes sepan si el hotel donde se alojan respeta el medio ambiente. En este sentido, Ibis ha definido diez claves para afirmar si un hotel es responsable o no con el entorno, la primera de las cuales sería

contar con una certificación medioambiental reconocida internacionalmente y otorgada por una organización independiente. Además, el establecimiento debería contar con medidas para ahorrar energía y, durante la limpieza de la habitación, el personal del hotel debería desconectar todos los aparatos eléctricos que se han dejado encendidos. De la misma forma y entre otras cuestiones, la temperatura debería estar regulada gracias a un termostato y el hotel debería contar en las habitaciones con reguladores de agua que limiten el consumo, al mismo tiempo que tendría que proponer a los clientes que se alojen varias noches reutilizar sus toallas.

Polaris presenta un Hotel InterContinental

Polaris World ha presentado el Hotel InterContinental La Torre Golf Resort Murcia, el segundo establecimiento de InterContinental en la región, que dispone de 122 habitaciones y ofrece, entre otras instalaciones, el circuito de golf más grande de Europa, diseñado por el jugador profesional Jack Nicklaus.

El hotel, que supone la creación de 125 puestos de trabajo, está dirigido por Alfonso Jordán, quien se encargará, según la compañía, de "coordinar e impulsar la oferta de los resorts de Polaris World". Jordán, tal y como ha explicado la empresa, ha sido el máximo

responsable de establecimientos como el Hotel InterContinental Madrid y el Ritz de esta ciudad y de Barcelona. En este sentido, el director general del Hotel InterContinental La Torre Golf Resort Murcia ha manifestado que, en los dos establecimientos de InterContinental en Murcia, proponen a los clientes "un concepto de Turismo alternativo al de 'sol y playa'" basado en "la salud, el golf y la gastronomía". El hotel cuenta también con casi 1.100 metros cuadrados de salones para los viajeros de negocios, que pueden convertirse en cuatro salas independientes.



El nuevo hotel de InterContinental en Murcia dispone de 122 habitaciones.

RCG invertirá 200 millones de euros en hoteles exclusivos en Europa

Reig Capital Group (RCG) pondrá en marcha en 2010 su primer fondo hotelero dotado con 200 millones de euros, un proyecto

cuyo objetivo es invertir en Madrid, París, Londres y Milán de la mano de Mandarin Oriental, Starwood, Marriott y Four Seasons

El *holding* tiene previsto recibir en dos meses la autorización de la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) para construir la sociedad gestora del nuevo fondo y, una vez que se cumpla este trámite, culminará la creación del fondo con una inversión inicial de 200 millones de euros de capital, 70 de los cuales los aportará el mismo grupo. El resto de la inversión, tal y como ha explicado la empresa, procederá de "grandes patrimonios europeos", para lo cual el grupo ya ha iniciado conversaciones con "unas 50 familias y empresas", que aportarían entre 10 y 20 millones de euros cada una. Al respecto, el director general del grupo, José Caireta, ha manifestado que, gracias a este fondo, Reig Capital Group prevé cerrar "entre tres y cuatro adquisiciones en dos años, impulsando así la actividad de la división hotelera del grupo" y, entre los próximos proyectos, se encuentra la apertura a finales de este año del primer hotel Mandarin Oriental de España en Barcelona. Además, RCG está construyendo en la plaza



RCG quiere invertir en las principales capitales europeas como París.

Francesc Macià el primer hotel Edition de Europa, la nueva enseña de Marriott, un proyecto al que destinará 140 millones

de euros. Por último, Caireta ha puntualizado que RCG "mantendrá los hoteles de su propiedad al margen del fondo".

LA COMPAÑÍA PERFECTA
PARA SUS VIAJES DE
NEGOCIOS.

3, C/ MADRID, HERMOSILLA 112 - MADRID



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



Instrumentos de Trabajo

Nuestras Publicaciones no están en las salas de espera



Madrid Excelente al
bo Informativo Nacional



Placa al Mérito Turístico
del Estado Español



Premio Iberoamericano de
Periodismo Especializado

De Profesional
a Profesional

GRUPO
Nexo

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

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



Nexotrans
TRANSPORTE DE MERCANCÍAS
PERIÓDICO DIARIO ONLINE

NexoLog
LOGÍSTICA DE TRANSPORTE
PERIÓDICO DIARIO ONLINE

Nexotrans
TRANSPORTE DE MERCANCÍAS
PERIÓDICO SEMANAL (50 EDICIONES)

Nexocar
INDUSTRIA AUXILIAR AUTOMOCIÓN
PERIÓDICO MENSUAL (11 EDICIONES)



GOLD&TIME
JOYERÍA Y GEMOLOGÍA
PERIÓDICO MENSUAL (11 EDICIONES)

NEXOTIME
RELOJERÍA COMERCIAL Y ALTA GAMA
REVISTA BIMESTRAL (5 EDICIONES)

G&T-ECONOMÍA
PRECIOS DE GEMAS Y COYUNTURA
PERIÓDICO MENSUAL (11 EDICIONES)

ALTA RELOJERÍA
RELOJERÍA DE ALTA GAMA
CUATRIMESTRAL (3 EDICIONES)



DOSSIER 66
DE JOYERÍA ESPAÑOLA
MENSUAL (10 EDICIONES)

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

ART & VALUE
TASACIÓN DE ALHAJAS
MENSUAL (11 EDICIONES)

HORA DE MADRID
RELOJEROS DE MADRID
PERIÓDICO MENSUAL (11 EDICIONES)

Obra Nueva
ENSEÑANZA DE JOYERÍA
MENSUAL (11 EDICIONES)

Cronometría
RELOJEROS DE VALENCIA
PERIÓDICO MENSUAL (11 EDICIONES)



VOLVO EN RUTA
TRANSPORTE MERCANCÍAS
CUATRIMESTRAL (3 EDICIONES)

Michelin Camión
TRANSPORTE MERCANCÍAS
CUATRIMESTRAL (3 EDICIONES)

PRODIAM
ENCUENTRO DEL DIAMANTE Y
LAS PIEDRAS PRECIOSAS

FORO NEXOTIME
FORO ANUAL DE LA
RELOJERÍA ESPAÑOLA

AES
ENGASTADO DE JOYAS
PERIÓDICO MENSUAL (11 EDICIONES)

SEMPISA
METALES PRECIOSOS
PERIÓDICO MENSUAL (11 EDICIONES)

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

NEXO
editores s.a.

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

La nueva formación en el sector hotelero se llama 'Canal de Formación ITH'

El Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), en su apuesta por ofrecer una mejor formación a los profesionales del Sector, puso en marcha el año

pasado la plataforma interactiva Canaltur a través de la cual ha ofrecido diferentes cursos que han tenido una gran acogida. Igualmente, ha

completado esta iniciativa con otras apuestas innovadoras como Hotel Game, un juego online para experimentar con la gestión de un negocio

Si la combinación ganadora en asuntos de formación es: Motivación + Accesibilidad y Eficacia = Óptimos resultados, no nos queda más remedio que admitir que el nuevo canal de formación del Instituto Tecnológico Hotelero está consiguiendo el pleno al 15. Todas las iniciativas que el ITH ha puesto en marcha en materia de formación en innovación han tenido un rotundo éxito de participación y contenidos.

Canaltur (www.canaltur.es), la plataforma interactiva y telepresencial que desde el mes de diciembre del año pasado hasta abril del presente ha estado ofreciendo formación en las áreas más punteras del sector

turístico actual como son la web 2.0 o la nueva gestión de destinos, entre otros, y que en el pasado mes incorporó una nueva actividad gracias a la cual el alumno, sin moverse de su puesto de trabajo, ha podido aprender conceptos fundamentales sobre innovación y su evolución así como dividir el concepto de innovación en partes y estudiar cada una de ellas para poder encuadrar el concepto en el contexto adecuado, trasladar el concepto al entorno del sector hotelero y revisar sus aplicaciones y los obstáculos con los que podemos encontrarnos.

Canaltur ha sido un rotundo éxito de convocatoria y de satisfacción entre los alumnos,

con lo que podemos decir que será una experiencia replicable en el futuro. La segunda iniciativa promovida por el ITH en su nuevo canal de formación es Hotel Game, un curso de competición empresarial que ha contado con más de 250 inscripciones basado en la formación en negocio electrónico en el sector hotelero.

El curso finalizó el pasado mes de abril con una notable participación y nivel de los participantes. Los ganadores recibirán una serie de premios en recompensa por su actividad y un diploma acreditativo expedido por el ITH.

El objetivo de este curso de simulación ha sido mostrar la

evolución que se está produciendo en el entorno competitivo y evidenciar los impactos y ventajas que pueden tener para las empresas turísticas la incorporación de las mejoras e innovaciones que surgen a raíz del

materias innovadoras dentro del sector de la Hostelería y ofrecer un entorno donde los profesionales puedan compartir e intercambiar experiencias e inquietudes por medio del foro y del chat habilitados en la plataforma.

'El ITH aborda un nuevo área dentro del Plan de Formación Sectorial para la Hostelería 2009 denominada 'La innovación en el establecimiento hotelero'

desarrollo de Internet y, en general, de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs).

El modelo de simulación ha sido adaptado a cuatro tipologías diferentes de hoteles como son: urbano, costa, interior y montaña. Han sido los usuarios quienes, durante el proceso de registro, han elegido el tipo de hotel que han querido gestionar en la parte de simulación del curso.

El curso-competición Hotel Game ha sido creado por la empresa Innova Management en cooperación con el ITH y con el apoyo del Plan Avanza, la Secretaría de Estado de Turismo, Segittur y el Plan Turismo 2020. Dos iniciativas de enorme calado que esperamos volver a reeditar a la luz de los excelentes resultados obtenidos y del enorme beneficio que supone para el Sector.

Esta actividad formativa está respaldada por un amplio Equipo de profesionales y expertos en Innovación en el Sector Turístico, Marketing, Herramientas 2.0, etc. que mantendrán un seguimiento personalizado a través de la realización de tutorías de forma presencial.

De cara a reservar plaza en estos cursos a los trabajadores que así lo soliciten (las plazas son limitadas), ampliamos información sobre los mismos a continuación.

Para que cada alumno pueda acceder a la plaza previamente reservada en cada curso, deberá remitirnos a la mayor brevedad posible la siguiente documentación:

- Anexo I: Solicitud Participación (por cada curso, debidamente cumplimentado y firmado en tinta azul).

'Todas las iniciativas que el ITH ha puesto en marcha en materia de formación en innovación han tenido un rotundo éxito'

Asimismo, el ITH aborda un nuevo área dentro del Plan de Formación Sectorial para la Hostelería 2009 denominada 'La innovación en el establecimiento hotelero'.

Los cursos que se llevarán a cabo son un total de ocho y en tres de ellos se impartirá formación relacionada con 'Herramientas y modelo 2.0' y otros cinco relacionados con la 'Innovación en los departamentos del hotel'.

Todos los cursos son totalmente gratuitos y ejecutables a lo largo de todo el año 2009. Se han previsto cuatro convocatorias y la primera está prevista que comience el próximo 12 de mayo y se impartirán mediante la modalidad de teleformación.

Para completarlos, el alumno tendrá un plazo de tiempo que oscilará entre mes y medio y dos meses. Con ellos se pretende crear un espacio virtual para la formación de profesionales en

- Fotocopia de la cabecera de la nómina y los autónomos, fotocopia del último recibo del pago de autónomos.

- Fotocopia del DNI por ambas caras.

- Fotocopia del contrato de trabajo.

- Vida laboral (sólo los desempleados).

- Tarjeta de demanda de empleo (sólo los desempleados).

- Carta de llamamiento de la empresa (trabajadores fijos discontinuos en periodo de no ocupación).

La información ha de enviarse a: Info@ithotelero.com y encontraréis el anexo así como más instrucciones sobre la manera de inscribirse en <http://www.ithotelero.com/continua2>

Canaltur

ACTIVIDADES DOCENTES

Para acceder a las actividades, es imprescindible REGISTRARSE. Existe un calendario de sesiones programadas en Directo que puede ser consultado desde **MI ACTIVIDADES**. También se pueden visualizar en la modalidad 'Video'. 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

Canaltur ha ofrecido una serie de cursos desde el pasado mes de diciembre hasta abril.

Formación ITH: La innovación en el establecimiento hotelero		
Herramientas y modelo 2.0 para el profesional Hotelero	Horas	Modalidad
CURSOS		
1. Aplicación de Herramientas 2.0 en el sector hostelería	20	Teleformación
2. Desarrollo de un plan de marketing 2.0, SMO (Social Media Optimization)	20	Teleformación
3. Web avanzada para Hoteles y Empresas Turísticas	20	Teleformación
Innovación en los departamentos del hotel		
CURSOS		
4. Innovación en el Área de Alojamiento (Recepción-Reservas-Pisos)	30	Teleformación
5. Innovación en el Área de Alimentación y Bebidas	30	Teleformación
6. Innovación en el Área de Animación y Atención al Cliente	30	Teleformación
7. Innovación en el Área de Mantenimiento y Eficiencia Energética	30	Teleformación
8. Innovación en el Área de Recursos Humanos	30	Teleformación

Relación de los cursos ofrecidos por el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH).

Benchotemark Madrid ya está a disposición de todos los hoteleros de la Comunidad de Madrid

El link a la página es www.benchotemarkmadrid.com y desde estas páginas animamos a los hoteleros participantes en este proyecto (más de 70 hoteles en toda la Comunidad autónoma) para mejorar su eficiencia energética a empezar a volcar sus datos.

Estos datos corresponden a las mediciones de consumos de

sus establecimientos hoteleros, a fin de poder valorar la situación en la que se encuentran en función de parámetros óptimos de sostenibilidad energética.

Además, van a poder compararlos con otros establecimientos de su misma categoría. Toda esta información les permitirá tomar medidas correctoras de sus consumos con el consi-

guiente ahorro de costes resultante.

Se trata de una herramienta informática *online* a la que los participantes acceden por Internet mediante contraseña, pudiendo ellos mismos realizar el volcado y actualización de datos y accediendo posteriormente a los resultados que se ofrecen mediante gráficas compara-

tivas (*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. La herramienta es fruto de la colabo-

ración entre las Consejerías de Economía e Innovación Tecnológica y de Cultura, Turismo y Deportes de la Comunidad de Madrid quienes, junto con la Fundación de la Energía, la Cámara de Comercio de Madrid y la propia Asociación Empresarial hotelera de Madrid (AEHM), han hecho posible la realización de este proyecto.



Los costes energéticos tienen un peso esencial en la cuenta de un hotel.



A través de la eficiencia energética, el hotelero ahorra en costes y trabaja por la sostenibilidad del medio ambiente.

El ICTE de Asturias organiza unos talleres sobre innovación

Los talleres de innovación turística organizados por el presidente del ICTE en Asturias, Alberto Martínez, trasladan al Sector co-

nocimiento para generar valor añadido, destacando la importancia de la innovación para mejorar la competitividad a través de es-

tos encuentros prácticos. Su objetivo ha sido sentar las bases para usar de forma eficaz las herramientas de innovación.



El jefe de Proyectos del ITH, Jaime Pons, en una de las jornadas, cuyo éxito ha sido muy notable.

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

SEGITTUR y el Instituto Tecnológico Hotelero, juntos de nuevo por la innovación en el sector turístico

Estas jornadas de innovación ya se celebraron el año pasado para acercar la innovación y sus herramientas de aplicación sobre casos probados de éxito al sector hotelero con el apoyo de la Secretaría de Estado de Turismo y con gran éxito de afluencia y repercusión.

La primera de ellas se celebrará en Toledo y previsiblemente tendrán continuidad en otros puntos de España. Este año, además, contarán con la colaboración de la FEHR (Federación Española de Hostelería). Sus contenidos se dividirán en tres grandes bloques:

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

En este punto se tratará cuál ha sido la evolución del turismo en los últimos años, los retos a los que se tiene que enfrentar (Internet y nuevas aplicaciones, actual coyuntura económica, competencia con otros destinos, nuevo modelo de turista, entre otros) y cuáles son los objetivos que debe plantearse el sector turístico (seguridad personal, cambio climático, turismo sostenible, etc.), y, de este modo, dar a conocer las iniciativas planteadas 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.

2. 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:

- Ayudas al sector turístico: Ayudatur al sector turístico -TDT
- Factura electrónica
- Sistema de intermediación laboral
- Nuevos TPVs. Sistema de vales de comida

3. Cómo vender más y mejor utilizando Internet: promoción, comunicación y comercialización.

Este taller se enfoca la transformación de la manera de vender-comprar-promocionar a través en Internet para las empresas del sector turístico, de manera que se ayude a los profesionales a conocer de forma sencilla y rápida, mediante ejemplos reales, cómo pueden utilizar estas nuevas formas de promocionarse y comercializar su producto:

- Internet y posicionamiento
- Herramientas 2.0
- Club de producto .

El calendario de las jornadas es

el siguiente: **Benidorm:** 14 de mayo

Las Palmas: 1 de octubre

Toledo: 28 de mayo

Santiago de Compostela: 29 de octubre

Pamplona: 18 de junio

Sevilla: 26 de noviembre

Lleida: 2 de julio

Madrid: 10 de diciembre

Y el orden del día es el que se con-
signa a continuación:

II JORNADAS DE SENSIBILIZACIÓN: 'La innovación, clave para el Turismo del siglo XXI'

Benidorm, 14 de mayo de 2009-
Gran Hotel Bali:

9.15-9.30 horas: Recepción y entrega de documentación

9.30-10.00 horas: Momento de la

apertura institucional.

10.00-10.30 horas: Pausa-café.

10.30-11.15 horas: Las tendencias y retos que debe afrontar el sector turístico: el Plan Horizonte 2020 por Antonio Bernabé, director General del Instituto de Turismo de España (TURES-PAÑA).

11.15-12.30 horas: Herramientas innovadoras para la gestión de su negocio.

Presenta y modera: José Francisco Izquierdo Iborra, presidente de la Asociación Provincial de Empresarios de Hostelería de Alicante (APEHA).

Alvaro Carrillo de Alborno, director General del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH).

Javier Baixauli Puchades, gerente de la Federación Empresarial de

Hostelería de Valencia (FEHV).

12.30-14.00 horas: Cómo vender más y mejor utilizando Internet: promoción, comunicación y comercialización.

Presenta y modera Javier García Cuenca, vicepresidente de la Asociación Empresarial Hostelería de Benidorm y Costa Blanca (HOSBEC).

Jaime Pons, director de Marketing y Proyectos del ITH.

Beatriz Cecilia, técnico de la Federación Española de Hostelería y Restauración (FEHR).

14.00-14.30 horas: Vino del país

Para más información:
Dirección de Comunicación
ITH - Rebeca J. Cirujano
902110784



¿Escuchas a tu cliente?

Si no lo haces, es posible que no sepas lo que se dice de tu establecimiento hotelero en la red. Es decir, desconoces cuál es tu reputación *online*.

Si ésta es la situación, difícilmente podrás hacer frente a las crisis que afectan a tu negocio, estarás alejado de la opinión que de tu establecimiento tiene tu propio público objetivo, es decir, el cliente que visita tu casa, y desconocerás cuáles son tus puntos débiles o por el contrario los factores más valorados de tu empresa.

Estar en esta situación es perder el tren del mercado. Un mercado cada vez más versátil, más personalizado y en el que nuestros clientes nos dicen directamente, sin intermediarios, qué es lo que hacemos bien y lo que hacemos mal.

El ITH ha creado una herramienta *online* que bajo el nombre de 'Escuchatucliente' propone tener, de un solo vistazo, todas las opiniones recogidas en blogs, comentarios, vídeos, fotos, etc., de los principales

agregadores de opiniones, comentarios y experiencias disponibles en Internet.

De esta manera, los responsa-

bles de marketing, de producto, de calidad o de CRM de una empresa pueden integrar esta valiosa información en sus planes de

comercialización.

Para más información diríjase a: Rebeca J. Cirujano. Responsable de Marke-

ting y comunicación del ITH:

- rjimenez@ithotelero.com
- ITH: 902110784

Las opiniones de los clientes en páginas *web*, blogs y portales de viajes son fundamentales a la hora de gestionar un establecimiento.



Queremos que la Comunidad de Madrid sea reconocido como un destino abierto a todos / El enfoque del Plan ha sido eminentemente práctico y nada reglamentista / Hacer que una infraestructura turística sea accesible no requiere grandes inversiones / Las políticas de accesibilidad contribuirán a hacer más competitivo al Sector

«Las políticas de accesibilidad aumentan la cuota de mercado»

Antonio Nieto / Director general de Turismo de Madrid

Pregunta: ¿Cuál es la política de la Comunidad de Madrid en materia de Turismo para discapacitados?

Respuesta: Desde hace algún tiempo la Dirección General de Turismo está muy interesada en integrar a las personas discapacitadas en el disfrute de los recursos turísticos de la región.

Además de una obligación social, creemos que es también un importante nicho de mercado para nuestros establecimientos. La Comunidad de Madrid es muy conocida por lo bien que acoge a sus visitantes. Queremos que nuestra Comunidad sea reconocida también como una región abierta a todos, por ello el lema de nuestro Plan es 'Turismo para Todos'.

Además, queremos que las personas discapacitadas que se acercan a visitarnos se sientan como uno más, que sientan que reciben un trato normalizado y que las visitas a nuestros monumentos o estancias en nuestros hoteles sean iguales a las de otros visitantes, que no se sientan diferenciados por sus características especiales.

Lo que, de hecho, queremos es que la Comunidad de Madrid sea considerada como un destino accesible, además de ser considerada como un destino cultural o de negocios.

P: ¿En qué consiste el Plan de Accesibilidad Turística?

R: El Plan de Accesibilidad Turística en es realidad un conjunto de actuaciones. En primer lugar se han definido un conjunto de sectores (alojamientos, restauración, monumentos, museos) a los que se ha dirigido un cuestionario con diferentes preguntas sobre accesibilidad.

Para facilitar la respuesta por parte del sector, se ha creado una plataforma informática a la cual se pueden conectar los diferentes establecimientos al objeto responder a la encuesta.

Con esta información vamos a obtener una radiografía de la accesibilidad del sector turístico madrileño. Posteriormente, tenemos intención de llevar a cabo diversas actuaciones de promoción y comercialización.

De esta forma, se diseñará un Plan de Marketing en donde se definirán las posibles acciones

una manera más especializada al mercado.

También se diseñará una pá-

teresados, que les facilite la incorporación de pequeñas acciones que mejoren su accesibilidad, más allá de lo que marca la normativa (ejemplos: braille en las puertas, voz en los ascensores, determinada luz e las habitaciones, etc). El enfoque del Plan ha sido eminentemente práctico y nada reglamentista.

Debemos recordar que se estima que en el mundo existen 500 millones de personas con algún

ta el 21% de su población y en Francia el 16,8% de su población sufre alguna discapacidad. Este plan va dirigido a personas discapacitadas pero también a personas con movilidad reducida, esto es, a tercera edad, familias con niños o embarazadas.

Según la ONU, en el año 2050, el 21% de la población tendrá más de 60 años. Los avances sanitarios y las prestaciones sociales del Estado del Bienestar mejorarán la calidad de vida de este sector de la población, por lo que el Turismo se convierte en una actividad de la que pueden disfrutar

Por otro lado, según estimaciones de la UE cada viaje realizado por una persona discapacitada atrae a 1,5 acompañantes.

El simple repaso de estos factores justifica en sí mismo la necesidad de desarrollar un Plan de Accesibilidad Turística en la Comunidad de Madrid. Pero además, las políticas de accesibilidad contribuyen a aumentar la cuota de mercado de un destino turístico, le diferencian frente a sus competidores, le dan un valor añadido de calidad y contribuyen a la desestacionalización del destino porque debemos destacar que el 51% de este colectivo no está sujeto a limitaciones vacacionales porque sus obligaciones laborales son más flexibles.

En definitiva las políticas de accesibilidad van a contribuir a hacer más competitivo al sector turístico madrileño.

P: ¿Supondrá grandes inversiones para el sector hotelero?

R: Me gustaría hacer hincapié en esta cuestión. Hacer que una infraestructura turística sea accesible no requiere grandes inversiones sino pequeñas adaptaciones que hagan más fácil su utilización por personas discapacitadas.

Como les señalaba, colocar la numeración en braille en las puertas de las habitaciones, la luz en el teléfono, voz en los ascensores, o determinadas bombillas para los que tienen dificultades visuales, no suponen grandes inversiones y nos hacemos más accesibles.

La accesibilidad no supone habitaciones ortopédicas. Afortunadamente, se ha avanzado

‘Queremos que las personas discapacitadas que se acercan a visitarnos se sientan como uno más, que sientan que reciben un trato normalizado’

de marketing. Estamos pensando que aquellos establecimientos que tengan las características adecuadas de accesibilidad podrán formar parte de un club de producto de Turismo accesible que sirva para acceder de

gina web con información útil para las personas discapacitadas sobre los recursos turísticos y sobre las infraestructuras turísticas. Paralelamente, pondremos en práctica una asistencia técnica para los hoteles in-

P: ¿Cómo cree que va a beneficiar este Plan al sector hotelero?

R: Sinceramente, creo que el sector hotelero, igual que otros sectores se puede beneficiar de este Plan porque representa una clara oportunidad de negocio.

tipo de discapacidad, de los cuales 50 millones son europeos y 3,5 millones son españoles.

Desde una perspectiva turística, y si nos centramos en nuestros mercados emisores, en Gran Bretaña este colectivo represen-

mucho en estos aspectos en los últimos años.

Por tanto, no se deben ver como un coste que pese en la cuenta de resultados sino como una opción que nos beneficia a todos.

‘Según estimaciones de la Unión Europea, cada viaje realizado por una persona discapacitada atrae a 1,5 acompañantes’

Incentivos fiscales para afrontar la crisis económica y financiera: libertad de amortización 2009-2010

La crisis económica que está padeciendo España ha afectado en gran manera a la inversión productiva y al empleo, pilares básicos del desarrollo de cualquier país. Entre otras

medidas de carácter tributario y, para fomentar la inversión y mantener el empleo, el Gobierno introdujo (a través de la Ley 4/2008, BOE 25-12-2008) la posibilidad de amortizar li-

brememente las inversiones de los ejercicios 2009 y 2010 con el compromiso de que las entidades que realicen tales inversiones mantuviesen su plantilla media durante dos años



JAIME ESCRIVÁ MAYOR
ASOCIADO DE GARRIGUES



El estímulo de la inversión y el empleo mediante la utilización del beneficio fiscal de la libertad de amortización ha sido utilizado en periodos de crisis anteriores, recordemos los decretos de 1994 y 1995, y, asimismo, está al alcance de forma permanente para las empresas calificadas por la normativa fiscal como de 'Reducida Dimensión'.

No obstante, tanto en los Decretos de 1994 y 1995, como en el Régimen de la Empresas de Reducida Dimensión, la libertad de amortización de las inversiones estaba y está condicionada a un incremento de la plantilla media (frente al actual mantenimiento) y limitada a un importe de activo libremente amortizable por cada trabajador de incremento (frente al importe ilimitado actual). Habría que remontarse al conocido como 'Decreto Boyer' del año 1985 para encontrar un régimen de libertad de amortización tan amplio como el actual y ello nos puede dar una idea de la importancia que se le ha querido dar a este incentivo fiscal, que pretende fomentar la realización de inversiones en 2009 y 2010.



La condición para beneficiarse de la libertad de amortización en este ejercicio y el del año que viene es mantener la plantilla durante dos años.

ducir el 100% de la inversión realizada en 2009 de la base imponible del Impuesto de Sociedades, con la consiguiente minoración en el pago a Hacienda

inmediato, ya que al reducir la base imponible del impuesto sobre sociedades por el efecto de la libertad de amortización, se desplaza hacia periodos futuros el pago de impuestos, con lo que una mayor parte de los recursos generados pueden destinarse al pago de las inversiones efectuadas. En cuanto a la tipología de activos aptos para ser amortizados libremente, la Ley dispone que será aplicable a los elementos nuevos de inmovilizado material y a las inversiones inmobiliarias, es decir, aquellos inmuebles propiedad de la empresa que se posean para obtener rentas o plusvalías o ambas, en lugar de para su venta en el curso ordinario de las operaciones (existencias).

Tanto en el caso de los elementos de inmovilizado material como en el de las inversiones inmobiliarias, la norma exige que dichos elementos se encuentren afectos a actividades económicas, no siendo posible la amor-

tización libre de aquellos elementos no afectos, por lo que habrá que prestar especial atención al cumplimiento de los requisitos de afectación, especial-

será aplicable a los elementos de inmovilizado material e inversiones inmobiliarias adquiridas mediante contratos de *leasing* a condición de que se ejercite la

'En los Decretos de 1994 y 1995 y en el Régimen de las Empresas de Reducida Dimensión, la libertad de amortización de las inversiones está condicionada a un incremento de la plantilla'

En el régimen general del Impuesto sobre Sociedades, cuando una empresa realiza inversiones, pongamos como ejemplo la renovación del mobiliario de un hotel, la normativa fiscal establece un periodo de amortización de dichas inversiones, concretamente 10 años en el caso de mobiliario. Es decir, la empresa sólo puede imputar como gasto del ejercicio una parte de su inversión cada año. La libertad de amortización permitirá re-

da, siempre y cuando la plantilla media de 2009 y 2010 se mantenga con respecto a la de 2008.

Asimismo, la aplicación del beneficio fiscal no está condicionada a su imputación contable en la cuenta de pérdidas y ganancias, por lo que la empresa podrá mostrar un resultado positivo en sus cuentas sin perjudicar su imagen frente a terceros.

El impacto de esta medida sobre la liquidez de la empresa es

'La libertad de amortización permitirá reducir el 100% de la inversión realizada en 2009 de la base imponible del Impuesto de Sociedades, con la consiguiente minoración en el pago a Hacienda'

mente en el caso de inversiones inmobiliarias.

Si los activos se adquiriesen mediante contratos de ejecución de obra cuya duración supere los dos años, como pudiera ser la construcción de un hotel, la norma establece que la libertad de amortización se aplicará exclusivamente sobre la inversión en curso realizada durante los periodos impositivos que se inicien en 2009 y 2010. Finalmente, la amortización libre también

opción de compra que los mismos incluyen.

En definitiva, debe esperarse que el nuevo régimen de libertad de amortización suponga un estímulo o al menos la fiscalidad no sea una traba para que las empresas acometan nuevas inversiones al disponer de mayor liquidez derivada de la reducción inmediata del impuesto a pagar y, recordemos, siempre condicionado a que no se destruya empleo.



CARLOS SEDANO

ASESOR LABORAL DE CEHAT



Según los últimos datos del Ministerio de Trabajo, de los 2.811 convenios colectivos registrados en el primer trimestre de 2009 que afectan a más de 6.200 trabajadores, el incremento salarial medio pactado está situado en el 2,7%, un 0,69% inferior al mismo periodo del año anterior, siendo la inmensa mayoría de tales revisiones pactos alcanzados en convenios colectivos negociados antes de 2009 y con vigencia plurianual.

Ese mismo dato referido a todo el año 2008 alcanzó el 3,56%, cuando la inflación prevista era en ese año de un 2%, reseña que no cumplió tal expectativa ya que el índice de precios de consumo (IPC) interanual a 31 de diciembre de 2008 alcanzó el 1,4%, un 0,6 inferior a dicha previsión, lo que está dando no pocos quebraderos de cabeza en muchas mesas de convenios a la hora de abordar la revisión salarial pactada para 2009, pues se pretende, por parte empresarial y no sin razón, regularizar la diferencia del 0,6% antes de aplicar los pactos alcanzados para 2009, situación que no se con-

El pulso está servido en la revisión salarial de los diferentes convenios colectivos

La crisis económica se está dejando sentir con especial hondura en la revisión salarial de los convenios para 2009,

así como en la negociación de los nuevos pactos colectivos a suscribir este año por sucesión de los anteriores ya ven-

cidos, lo que está suponiendo y supondrá sin lugar a dudas un reto y un pulso entre los negociadores laborales

siones en materia de inflación para el presente año, a lo que hay que añadir, a día de la fecha, la falta de acuerdo en el diálogo social entre los agentes sociales en un acuerdo interconfederal para la negociación colectiva, lo que no sucedía desde el año 2002, a fin de que aporte guías consensuadas donde basarse.

Así, de un lado, aparte de la discusión de la regularización por el desfase de la inflación del año 2008 antes apuntada, los sindicatos UGT y CCOO plantean técnicamente incrementos no inferiores al 2%, argumentando que es el objetivo oficial de inflación proyectado por el Banco Central Europeo y, en cierto modo, por el Gobierno, aunque éste niegue en la actualidad paternidad alguna sobre esta previsión, sin pronunciamiento alternativo alguno. Del otro lado, las patronales CEOE y CEPYME aconsejan que para el mejor de los supuestos tanto en sectores como empresas, los incrementos para 2009 no debieran alcanzar el 1%.

En cuanto al dato de previsión de inflación para el año 2009, que varias organizaciones empresariales sectoriales y territoriales han solicitado al Ministerio de Economía y Hacienda que les facilite, y que hasta la fecha podíamos encontrar en los Presupuestos Generales del Estado y alguna que otra disposición, se ha recibido la siguiente respuesta: "...que el Gobierno no tiene establecida una previsión oficial sobre el mismo". Añadiendo: "en materia de inflación, la única previsión oficial



Las negociaciones de los convenios colectivos se están viendo afectadas por la crisis y la falta de previsiones claras.

revisarse tomando como referencia ese dato en la más absoluta indefensión, de ahí la compleja problemática antes apuntada.

No obstante, no es rigurosamente cierto que el Gobierno no tenga establecida una previsión oficial de inflación para 2009, pues si cogemos la Ley de Presupuestos Generales del Estado para el año en curso, en su artículo 44, sobre pensiones públicas, leemos que las mismas experimentarán un incremento del 2% en conformidad con lo previsto en el artículo 48 de la Ley General de la Seguridad Social. ¿Y qué dice este artículo? Pues en su apartado 1 dice que las pensiones de la Seguridad Social serán revalorizadas al comienzo de cada año en función del correspondiente IPC previsto para dicho año. Y el propio Ministerio de Economía, en su nota de prensa de 9 de enero de 2009, sobre la subida de pensiones, declaró: "la Ley de Presupuestos del Estado para 2009 fija, con carácter general, la revalorización de las pensiones para el citado ejercicio económico en un 2%, igual al IPC previsto para ese mismo año, (...)". En fin, la confusión está servida y la solución complicada, todo un pulso.

Si tomamos los datos que publica la Fundación de las Cajas de Ahorro sobre previsiones de IPC en su último informe de 15-4-09, hace una previsión a diciembre de 2009 del 1,1% interanual, después de haber superado datos negativos con el actual de marzo (-0,1%), durante siete meses más, con una media anual del -0,2%. Por lo

tanto, el dato del 2% de previsión, por todo lo dicho, no nos vale.

Así, cabe recordar las soluciones que nos ofrece el Estatuto de los Trabajadores (ET) en materia salarial. El artículo 82.3, y también se recoge en el 85.3 c), del mismo texto legal, establece la figura del «descuelgue salarial», precepto que obliga a los negociadores a fijar en los convenios colectivos las condiciones y procedimientos por lo que podría no aplicarse el régimen salarial pactado a las empresas cuya estabilidad pudiera

dicho supuesto se aplicará, íntegramente, lo regulado en el nuevo convenio". Y 86.4: "el convenio que sucede a uno anterior deroga en su integridad a este último, salvo los aspectos que expresamente se mantengan"; y la de amortización de mejoras superpuestas a los mínimos salariales de referencia, que recoge el artículo 26.5 ET, cuando establece que: "operará la compensación y absorción cuando los salarios realmente abonados en su conjunto y cómputo anual sean más favorables para los trabajadores que

‘Aparte de la discusión de la regularización por el desfase de la inflación del año 2008 antes apuntada, los sindicatos UGT y CCOO plantean técnicamente incrementos no inferiores al 2%’

templó en la mayoría de los casos por los negociadores, lo que habrá que tener muy en cuenta en el futuro, sin descartar que la presente discusión acabe litigándose ante los tribunales de justicia ante la falta de acuerdo.

El panorama en la negociación salarial para los convenios a suscribir en el año 2009 es absolutamente sombrío, de ahí que se esté experimentando una importante ralentización en la evolución del proceso negocial (en febrero de este año se habían pactado 11 nuevos textos), obviamente acuciado por la situación económica, las dificultades de las empresas y, además, por la falta de referencias económicas sólidas y claras en las que basarse, en particular las previ-

está contenida en la Actualización del Programa de Estabilidad de España 2008-2011. Esta previsión —añade— no se refiere al IPC sino a los distintos deflatores de la economía. Así, en el caso del Deflactor del Consumo Privado, se prevé un incremento en 2009 del 1%. Sin embargo, este deflactor no coincide exactamente con el IPC. Además, la referida tasa de crecimiento del 1% está medida en media anual, mientras que el dato que habitualmente se considera del IPC es su variación interanual, diciembre de 2009 sobre diciembre 2008.

En definitiva, el máximo departamento en materia económica del país niega la existencia de este dato, dejando a los convenios colectivos que han de

‘El Ministerio de Economía, sobre la subida de pensiones, declaró que la Ley de Presupuestos del Estado fija la revalorización de las pensiones para el citado ejercicio económico en un 2%’

verse dañada como consecuencia de tal aplicación.

Esta disposición remite entonces a la negociación en el ámbito de la empresa entre los representantes de los trabajadores y el empresario, lo que resulta un tanto arduo. En todo caso, habrá que analizar lo que dice cada convenio colectivo en esta materia.

Y en los convenios nuevos, se abren dos vías legales complementarias, que no excluyentes, de ajuste salarial a las empresas; la posibilidad de llevar a cabo una negociación colectiva regresiva, aprovechando lo establecido en sus artículos 82.4: "el convenio colectivo que sucede a uno anterior puede disponer sobre los derechos reconocidos en aquél. En

los fijados en el orden normativo o convencional de referencia". También a través del complejo artículo 41 ET se pueden abordar modificaciones sustanciales de las condiciones de trabajo, entre las que se incluyen las retributivas, obviamente modificándolas de forma más flexible y menos onerosa.

Al estar limitado el espacio del presente artículo al formato establecido, no cabe extenderse más, pero, sin duda, alguna oportunidad habrá de volver sobre esta materia y otras de hondo calado, como puede ser la reforma del sistema de pensiones o la del mercado laboral, de la que de forma abundante habrá que hablar en los tiempos que corren.

Así, en la próxima nos vemos.

CEHAT y FEHR celebran su gran cita en Madrid con dos jornadas de trabajo

El día 25 y 26 de abril se celebró en Madrid la primera Convención Nacional de Asociaciones de Hostelería, una reunión cuyo objetivo ha sido servir de punto de encuentro para los

profesionales del Sector y fomentar el trabajo en red. En este sentido, se organizaron cuatro sesiones de trabajo: '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'.



Emilio Gallego, secretario general de la FEHR (i) y Ramón Estalella, secretario General de CEHAT.



'Cómo mejorar la prestación de servicios de la Asociación y determinar su valor'. Mario Arias Oliva.



'El futuro del Asociacionismo empresarial: del profesionalismo a la excelencia'. Valérie Guillote y P. Serrano.



'La Comunicación en las Asociaciones'. Ponente: Emilio García Carrasco.



'Cómo estimular y motivar la participación de los Asociados'. Ponente: Valérie Guillote.



La jornada del sábado terminó con una cena y un espectáculo de magia en La Masía de José Luis.

La primera Convención de Asociaciones Hosteleras reúne en Madrid a las Asociaciones de CEHAT y FEHR

En un entorno sin precedentes, los dos grandes patronales del Sector, CEHAT y FEHR, decidieron celebrar una convención para todos los téc-

nicos profesionales que trabajan en las asociaciones provinciales y sectoriales establecidas por toda España. Es un hecho que ambas patro-

nales comparten misión y objetivos y muchos frentes comunes por el bien de la Hostelería. Los socios, establecimientos alojativos, de res-

tauración y de ocio, están agrupados en torno a la asociación de su zona que, en un porcentaje importante, son Asociaciones mixtas

El objeto perseguido por los organizadores de la convención era, sobre todo, que los cerca de 800 profesionales que trabajan día a día por el Sector se conocieran y compartieran inquietudes de lo que significa su trabajo. Para ello, se estableció un horario en el que había tiempo tanto para conferencias y talleres de trabajo como para esparcimiento y ocio.

El sábado día 25 de abril se dedicó al análisis de trabajo desde las Asociaciones locales. La apertura corrió a cargo de los Secretarios Generales de las dos patronales. Por su parte, Ramón Estalella, de CEHAT subrayó la importancia de la labor de las Asociaciones en la actual situación económica y destacó la buena relación existente entre la Confederación Española de Hoteles y la Federación Española de Hostelería, que se traduce, desde hace años, en un trabajo en común en numerosos ámbitos.

Por su parte, Emilio Gallego, Secretario General de FEHR dijo que es imprescindible enfocar la actividad de las Asociaciones al cliente, y por tanto a los socios, y señaló que, con este encuentro, se pretende "mejorar los talentos y estructuras de las asociaciones", donde trabajan más de 800 profesionales de la Hostelería.

La sesión plenaria que se desarrolló a continuación fue impartida por Valerie Guillote y Pablo Serrano de Korazza. Durante la misma, y de un modo muy práctico, que necesitó de la implicación 'física' de los asistentes, expusieron las fortalezas de las Asociaciones para crecer y prestar un mejor servicio, entre ellas la cercanía a sus miembros, la creatividad y, sobre todo, el conocimiento del Sector, que puede generar nuevas oportunidades para combatir la crisis actual.

No obstante, y según explicaron, es necesario que las Asociaciones dispongan de un plan estratégico adaptado a los nuevos tiempos y que éste desarrolle acciones de marketing para ayudar a dar una mayor rentabilidad a los servicios que se ofrecen al cliente.

Talleres para mejorar el trabajo en las Asociaciones:

En el primero de los talleres de la Convención, 'Cómo estimular y motivar la participación de los asociados', Valerie Guillote explicó que los miembros de una Asociación esperan de ella *networking*, información y servicios de valor e indicó que, si no participan en el trabajo de las Asociaciones, es, en buena medida, porque no se sienten atraí-



A la derecha, Ramón Estalella, secretario general de CEHAT junto a Emilio Gallego, secretario general de FEHR, en la sesión inaugural de la Convención.

dos, motivados, ni perciben el valor que este trabajo les puede aportar. Para corregir esta inercia, afirmó que es importante que la Asociación conozca las necesidades de sus asociados y, para ello, es imprescindible realizar una labor que puede canalizarse a través de encuestas, reuniones de grupos, visitas, foros, chats o blogs.

Una vez establecida esta relación de necesidades, debe tratarse la información de los asociados y a partir de ahí, facilitar y comunicar el trabajo de cada Asociación, fomentando con ellos la complicidad, la confianza, el compromiso y la cooperación, con el propósito final de estimular su participación.

En el taller 'Comercialización, ventas, y fidelización en las Asociaciones', Eduardo Herro Salinero aseguró que todos los profesionales de la Asociación deben implicarse en el proyecto de obtener resultados y orientar los servicios ofrecidos a los asociados y, por ello, la atención a ese cliente final debe ser el objetivo prioritario.

Precisó que el cliente actual está formado y tiene acceso a mucha información al mismo tiempo que puede beneficiarse de una amplia oferta y sabe per-

fectamente que necesita precio, calidad, rapidez y servicio integral.

Con estos parámetros, la Asociación debe intentar fidelizar a sus asociados, fomentando una relación basada en la confianza, que se logra con el tiempo y se asienta en el compromiso, la credibilidad y fiabilidad del trabajo.

En esta relación, la Asociación debe trabajar para proporcionar un mayor valor a los servicios que ofrece a su asociado, lo que exige tener capacidad para escuchar, porque "vende más quien entiende mejor y no quien tiene el mejor producto".

En el taller 'Cómo mejorar la prestación de servicios y determinar su valor', impartido por Mario Arias, se analizó el nuevo entorno empresarial, definido por su carácter global y competitivo, en donde prima la calidad y se valora la responsabilidad social corporativa y las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

En este entorno, el asociado debe ser el eje del trabajo de la Asociación teniendo en cuenta que los asociados son cada día más exigentes y tienen una capacidad crítica para evaluar los servicios, lo que obliga y exige

un trabajo de enorme calidad.

En esa constante de calidad, un elemento diferenciador debe ser la capacidad de la Asociación por dar un valor añadido a un servicio o producto, lo que pasa por innovar y ser más creativos y por una organización adaptada a la prestación de los nuevos servicios.

Finalmente, en la I Convención de Asociaciones Hosteleras, se debatió sobre la creciente importancia de la comunicación en las Asociaciones, en un taller moderado por Emilio García Carrasco, que profundizó en la comunicación hacia los asociados y hacia los medios de comunicación.

En este taller se recordó que cualquier elemento comunica y que el objetivo debe ser en todo momento captar el interés y la atención del receptor. Con este fin, debe construirse un mensaje que genere notoriedad y la comunicación no debe improvisarse, en especial en aquellos casos de crisis o rumores a los que se puede ver sometido una empresa. En todos los casos, la comunicación debe ser proactiva es decir, fluida, regular y veraz.

El almuerzo se celebró en el hotel sede de la Convención, el

Eurostars Madrid Tower, donde los asistentes pudieron disfrutar de unas espectaculares vistas de la ciudad desde su planta 30. La tarde estuvo dedicada a conocer Madrid y de ello dieron buena cuenta las personas que asistieron a la excursión cortesía del Patronato de Turismo del Ayuntamiento por el Madrid de los Austrias. La cena tuvo lugar en La Masía de José Luis, en la Casa de Campo. Al término de la misma los asistentes pudieron disfrutar de un espectáculo de magia a cargo de Joaquín Matas, quien deleitó a todos con sus trucos. La Asociación de Ocio Nocturno de Madrid ofreció una copa en la sala Kapital.

El domingo día 26 estuvo completamente dedicado al ocio y a la integración de equipos. Para ello, se desarrolló un taller de percusión en la Finca Fuente Pizarro, en Collado Villalba. El taller fue dirigido por un grupo de percusionistas multirracial, que consiguieron que los casi 150 asistentes siguieran el mismo ritmo con unos tambores yambé. También fue animado por un grupo de baile *brasileiro*, que arrancó un baile muy animado por todos los presentes. Estos dos días de convivencia, finalizaron con una barbacoa en la misma finca.



Los acuerdos que buscan los establecimientos van dirigidos a reducir los costes / Estamos trabajando en un acuerdo con una comercializadora eléctrica / Animo a asociaciones y hoteles a compartir sus experiencias con productos y servicios

«Tenemos que seguir apostando por proveedores de calidad que ofrezcan productos y servicios necesarios para el Sector»

Pablo Bernaola. Responsable de Relaciones Institucionales de CEHAT

Pregunta: ¿Cuál es la situación actual de los acuerdos firmados con los Socios Colaboradores?

Respuesta: Actualmente el Sector busca mejorar su cuenta de explotación, no sólo buscando más y mejores clientes, sino analizando con lupa sus gastos. Por este motivo, los acuerdos existentes con los Socios Colaboradores de CEHAT son aún más atractivos para los establecimientos asociados. Los acuerdos existentes con las entidades de gestión de propiedad intelectual, el acuerdo con CEPESA para los consumos de Gasóleo C, el acuerdo firmado con Rate Tiger, El nuevo acuerdo firmado con Ozonia para la adecuación a la LOPD a coste prácticamente nulo, etc. hacen que el asociacionismo sea rentable para numerosos establecimientos hoteleros.

P: ¿Dónde pueden informarse sobre estos acuerdos los establecimientos asociados?

R: Normalmente se envía información sobre todos los acuerdos mediante circular a las asociaciones territoriales, por lo que deberían recibir información de los mismos por este cauce. Otro canal donde se informa de las condiciones de los acuerdos existentes es a través del periódico de la Confederación en el cual, a través de la sección de Socios Colaboradores o en la sección de actualidad, informamos regularmente de dichos proveedores. Por último, también puede encontrarse información sobre estos acuerdos de forma permanente en la página web de la Confederación

(www.cehat.com) en la sección 'Convenios'.

P: ¿Hacia dónde se orientan los nuevos acuerdos?

R: En el momento en el que nos encontramos es evidente que los acuerdos que buscan los establecimientos hoteleros van más dirigidos a poder reducir los costes que ya tienen, más que a adquirir nuevos productos y servicios, aunque sea en condiciones ventajosas. En este sentido, estamos a punto de firmar un acuerdo de colaboración con Vodafone para ofrecer a los establecimientos asociados unas tarifas muy ventajosas para la movilidad tanto en voz como en datos. Este acuerdo se centra, no sólo en la calidad de servicio, sino que permitirá una reducción real en la factura de telefonía móvil. Otra área en la que estamos trabajando es la puesta en marcha de un acuerdo con una comercializadora eléctrica, ante la liberalización del mercado. La factura energética en los hoteles es una de las partidas más importantes junto con el coste de personal. En julio de 2009 se habrá liberalizado el mercado de la electricidad para todos los consumos. Por este motivo estamos buscando establecer un acuerdo para que los asociados puedan acceder a las mejores condiciones posibles teniendo en cuenta el consumo agregado del Sector.

P: ¿Tiene CEHAT en el punto de mira nuevos acuerdos aparte de estos que menciona?

R: Los acuerdos que he mencionado, o bien ya se han firmado



El responsable de Relaciones Institucionales de CEHAT, Pablo Bernaola.

como el de Ozonia, o bien están a punto de ver la luz como es el caso del acuerdo con Vodafone, o bien ya se están produciendo negociaciones como es el caso de las comercializadoras eléctricas.

P: ¿Y más a largo plazo?

R: Evidentemente, tenemos que seguir apostando por proveedores de calidad que ofrezcan productos y servicios necesarios para el Sector. El momento actual anima a que además supongan ahorros de coste

para los hoteles. Quiero animar a las asociaciones y a los hoteles a compartir con CEHAT sus experiencias con productos y servicios de proveedores que hayan dado respuestas eficientes a necesidades que se les hayan planteado.

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

La CEHAT crea su fundación y constituye el primer Patronato

La CEHAT ha puesto en marcha la Fundación de la Confederación Española de Hoteles y ha constituido su primer Patronato conformado por el secretario de Estado de Turismo, Joan Mesquida; Gonza-

lo Pascual, presidente de Viajes Marsans; Arturo Fernández, presidente del Grupo Cantoblanco; Jon Cortina, consejero Delegado de Confortel; Francisco Romero, director General de la Escuela de

Hostelería de Jerez; Ramón Estalella, secretario general de CEHAT, que asume el cargo de secretario de la Fundación y Juan Molas, presidente de CEHAT, nuevo presidente de la Fundación

La Fundación, dirigida por Patricia Fernández, comenzará sus trabajos en estos días y el Patronato se completará en las próximas semanas con la incorporación de nuevas personalidades del mundo empresarial, cultural, financiero y de la sociedad civil en general así como del sector turístico y hotelero, tal y como informó el presidente de la CEHAT, Joan Molas, en una reunión previa mantenida con el ministro de Industria, Turismo y Comercio, Miguel Sebastián.

La nueva Fundación de la Confederación se crea con el fin de trabajar en la gestión de actividades sociales, educativas, formativas y de inserción laboral de colectivos en riesgo de exclusión e impulsará, además, acciones culturales y de investigación en relación con el sector hotelero y turístico.

En este sentido, la Fundación CEHAT comenzará su actividad con un proyecto de integración laboral de personas con discapacidad en el sector hotelero, en cumplimiento de la Ley de Integración Social de Minusválidos (LISMI) y, posteriormente, ampliará su ámbito

de actuación a la inserción laboral de otros colectivos en riesgo de exclusión y a otros fines de interés social.

Esta Fundación creada por los empresarios hoteleros pretende

conseguir una integración laboral real de aquellos colectivos con especiales dificultades y, para ello, la Fundación realizará proyectos de formación ocupacional especialmente diseñados para estos colec-

tivos y relativos a los puestos de trabajo demandados por el Sector. Todo ello se enmarcará dentro de la firma de convenios con las Asociaciones y Gremios pertenecientes a CEHAT y las principales cadenas

hoteleras españolas, acuerdos de colaboración con las Administraciones Públicas y proyectos de actuación con entidades públicas y privadas relacionadas con el ámbito de las personas discapacitadas.



El Patronato de CEHAT está formado, entre otros, por el secretario de Estado de Turismo, Joan Mesquida.

Joan Gaspart apuesta por el diálogo social en España para superar la actual situación económica

El vicepresidente de CEHAT, presidente de Turismo de Barcelona y del grupo hotelero Husa, Joan Gaspart, ofreció durante un encuentro informativo del Forum Europa organizado por Nueva Economía Forum una conferencia sobre diferentes aspectos del sector turístico y hotelero español. En el transcurso de su ponencia y en relación a la situación económica presente, apostó por encuentros tripartitos entre el Gobierno y los agentes sociales, patronal y sindicatos, con el objetivo de facilitar un diálogo más directo y la unidad de las partes involucradas para buscar una solución a las necesidades de empresas y trabajadores. Joan Gaspart también subrayó la importancia de la promoción para mantener la competitividad e hizo referencia al modelo implementado en Barcelona que, a su juicio, podría desarrollarse en otras ciudades. En este sentido, recordó que se trata de una iniciativa en la que colaboran las empresas hoteleras con la Administración, pero con una participación muy directa de las propias empresas en los procesos de gestión. Finalmente, Gaspart manifestó su apoyo a la candidatura de Madrid 2016 y dijo que la celebración de los Juegos Olímpicos sería bueno tanto para la ciudad como para el país, al igual que en Barcelona 92.



Joan Gaspart apostó en su intervención en el Forum Europa por un diálogo entre todos los agentes sociales para superar la actual situación económica.

Fallece Sebastián Barceló Oliver, presidente de la Fundación Barceló y copresidente de honor del Grupo Barceló

Sebastián Barceló Oliver nace en Es Carritxó, pequeña población perteneciente al municipio de Felanitx,

isla de Mallorca, el 6 de enero de 1930, en una familia de cuatro hermanos. Con tan sólo 12 años comien-

za a ayudar a su padre en la pequeña empresa de transporte de viajeros y mercaderías por carretera, y

que constituirá el germen del grupo de empresas que actualmente es Barceló Corporación Empresarial

El reparto de mercancías y correo fueron sus primeras ocupaciones, que simultaneaba, en un afán de formarse, con la asistencia a clases de matemáticas y contabilidad. Su poca edad le impedía conducir vehículos, pero no lavarlos, reparar motores o cargar combustible.

La década de los 40 transcurre para Sebastián colaborando con su hermano Gabriel y con su padre en el crecimiento de la pequeña empresa, a la que se van incorporando nuevos vehículos.

Es al comienzo de los años 50 cuando Sebastián Barceló, plenamente integrado en el trabajo de la empresa familiar, tiene el primer contacto regular con el creciente número de visitantes que llegaban a Mallorca, dándose cuenta inmediatamente del campo que se le abría. De ahí que los dos hermanos Barceló pidieran a su padre que les permitiera utilizar los autocares para atender a esos turistas, recogidos en el aeropuerto, trasladándolos a los hoteles y organizando excursiones, incrementando así las fuentes de ingresos.

Esa actividad favorecía el contacto permanente con personas vinculadas al negocio turístico, y la demanda de servicios se extendía a otras cuestiones que excedían el mero transporte de personas. Los propios turistas solicitaban recomendaciones sobre hoteles, o prolongar una estancia, o cambiar un billete de avión.

Con intención de satisfacer esa demanda, en 1954 y siempre conjuntamente con su hermano Gabriel, Sebastián inicia actividades en el campo de las agencias de viaje, mediante la apertura de una primera oficina en Palma de Mallorca, lo que otorga a los dos hermanos un grado de independencia en su actividad empresarial. Se crea de esta forma un tándem perfecto entre los dos, que ya permanecerá indisoluble y compenetrado durante todo el tiempo en que ambos rigieron los destinos del Grupo. Gabriel Barceló se ocupaba primordialmente del negocio de agencia de viajes, mientras que Sebastián controlaba la empresa de autocares, en una división funcional que no patrimonial, pues ambas actividades, complementarias entre sí, consolidaban un único negocio. “No había duda: el turismo iba a ser la primera industria de las Baleares, e incluso de España. Y teníamos claro que queríamos estar allí, en primera línea, liderando esa gran revolución”, dijo en una ocasión Sebastián Barceló.

En los años ‘60 crece de tal forma la flota de autocares que era necesario un garaje donde poder guardarlos. Los hermanos Barceló deciden construir esa cochera ellos mismos, con lo que inicia su actividad la División de Construcciones, den-

tro del propio Grupo Barceló, al frente de la cual se coloca Sebastián desde el primer momento, y que pronto recibe encargos de terceros.

Los aviones que en esos años llegan a Mallorca son cada vez de superior capacidad, y la oferta hotelera que tenía en aquel momento la Isla era relativamente baja. Es entonces cuando Sebastián y Gabriel Barceló se percatan de que hay otro negocio por desarrollar, el de los alojamientos hoteleros. “Mi hermano y yo nos solíamos reunir los sábados por la tarde. Recuerdo que uno de ellos Gabriel estaba realmente preocupado pues necesitaba 300 habitaciones para alojar a otros tantos clientes de la agencia de viajes, y carecía de ellas, sin posibilidad de encontrarlas por ningún sitio. En aquel momento nos dijimos; tenemos que encontrar un solar para hacer un hotel por nuestra cuenta. Y el lunes ya teníamos tres solares”, solía contar Sebastián Barceló. Comienzan así a construir los primeros establecimientos hoteleros; Sebastián se encargó para ello de formar un equipo profesional de arquitectos y aparejadores, centralizando el diseño y controlando todos los procesos. Eran equipos constructivos sólidos, multidisciplinarios, que proyectan, diseñan y ejecutan, lo que facilita el ahorro de costes indirectos y la reducción del tiempo de construcción.

Sebastián Barceló y su hermano desarrollaron un concepto de hotel innovador, construido no en primera línea de playa, pues estaba claramente orientado al turismo familiar, segmento al que la primera línea no le resultaba fundamental, pero sí que buscaba un ámbito más tranquilo, alejado del tráfico de la primera línea y sus peligros. Además, cuando todos los hoteles de la época tendían a agotar su edificabilidad en altura, los hoteles ‘Pueblo’ de Barceló se construyeron en horizontal, a base de pocas plantas y un edificio central de servicios comunes, a modo de ‘plaza mayor’, y con mucho espacio dedicado a jardines y piscinas, amén de restaurantes de diversos estilos, centro comercial, discoteca, peluquería, juegos infantiles... Todo ello en un hotel con categoría de una estrella. Esta tipología de hotel vino a ser la precursora de un modelo de hotel vacacional que posteriormente se ha desarrollado bajo la denominación de resort. El primero de los hoteles ‘Pueblo’ se inaugura en Mallorca en 1996, al que seguirán nuevos desarrollos en Ibiza (1968), Benidorm (1970) y Menorca (1972).

Es a partir de 1980, en medio de los efectos de la segunda gran crisis del petróleo, cuando Sebastián y Gabriel Barceló perciben que el negocio turístico en España es ex-



Sebastián Barceló Oliver fue uno de los primeros empresarios españoles que invirtió en la República Dominicana.

cesivamente dependiente del mercado europeo, que empieza a disponer de otros destinos mediterráneos, de similares características a las de España y a precios más baratos. Por ello toman una decisión que marcará para siempre el desarrollo futuro del Grupo: la internacionalización. Para llevarla a cabo deciden invertir en un terreno de playa al Este de la República Dominicana, Playa Bávaro, a donde Sebastián se traslada para supervisar estrecha y personalmente la construcción del primer hotel desarrollado en la zona: el Barceló Bávaro Beach Resort, que se inaugura en 1985. El desarrollo de este resort supuso una ruptura con el modelo turístico de influencia norteamericana: los edificios se ubicaron y diseñaron con el objetivo de ofrecer un inmediato y directo contacto con el paisaje tropical, respondiendo al clima cálido y húmedo con el uso de una arquitectura que favorecía la ventilación cruzada y ascendente. Las casas-club, los restaurantes, el teatro, los bares, no tenían fachadas, eran transparentes al viento y presentaban todas sus caras abiertas al mismo. Sebastián Barceló fue pionero en el desarrollo turístico del Este de la República Dominicana, y siguiendo sus pasos el resto de cadenas hoteleras españolas fueron instalándose en playas vecinas a las de Bávaro con productos turís-

ticos similares.

Posteriormente, proyectos en Playa Tambor (Costa Rica, 1992) o Montelimar (Nicaragua, 1993) llevan también el sello de Construcciones Barceló, con Sebastián siempre al frente, solventando sobre el terreno muchos inconvenientes como falta de accesos, de agua, de electricidad. Sólo la entrega, la capacidad de enfrentarse a situaciones difíciles y la disponibilidad total de Sebastián Barceló permitieron acometer esos desarrollos en terrenos inhóspitos, y además ejecutados en tiempo record.

La manifestación universalmente más reconocida y apreciada del espíritu emprendedor de Sebastián Barceló ha sido la construcción de todos esos complejos turísticos innovadores, tanto en su concepción como en su aceptación por el mercado. Ha levantado hoteles y lugares de vacaciones en los más bellos parajes del trópico americano, con una cuidadosa adaptación de la arquitectura al medio ambiente.

En 1989 la familia Barceló Oliver, para honrar la memoria de sus padres, decide constituir en Palma de Mallorca la Fundación Barceló, institución sin ánimo de lucro, y dedicada a la investigación, la atención social y la difusión cultural, y de la cual Sebastián Barceló ostenta la Presidencia de su Patronato.

En 1993 Sebastián sucede a su her-

mano Gabriel como primer ejecutivo del Grupo Barceló, cargo que desempeña hasta enero de 2000, momento en que decide renunciar al cumplir los 70 años, favoreciendo de esa forma la sucesión generacional en el liderazgo de la compañía, pasando a ostentar el cargo de Presidente de Honor del Grupo. Le sustituyeron en la más alta responsabilidad de la Compañía su hijo Simón y su sobrino Simón Pedro. Sin embargo Sebastián nunca abandonó su despacho en la sede central del Grupo, al que ha seguido acudiendo todos los días.

Sebastián Barceló ha recibido a lo largo de su vida numerosos reconocimientos y premios, como la Medalla de Plata al Mérito Turístico (1979), la Medalla de Oro al Mérito Turístico (1995) la Medalla de la Cámara de Comercio de Baleares (1997), el premio ‘Mejor Empresario Turístico del Año’ (1999), la Medalla de Oro del Fomento del Turismo de Mallorca (2000) y la Medalla de Oro de la Comunidad de las Islas Baleares (2006).

También ha recibido importantes distinciones en la República Dominicana, como el nombramiento de Caballero de la Orden Heráldica de Cristóbal Colón, o la concesión del Premio Anual de Turismo, como Pionero del Turismo en la Región Este del país.