CEHAT
CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOTELES Y ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS
DIRECTOR: Valentín Ugalde
JUNIO 2009 / Nº 49 / AÑO V
UNA PUBLICACIÓN DEL GRUPO Nexo

El presidente del Gobierno se reúne con los representantes del Sector

Juan Molas ha mostrado su satisfacción por el encuentro con el presidente del Gobierno

El presidente de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), Juan Molas, se ha mostrado satisfecho por el encuentro con el presidente del Gobierno, José Luis Rodríguez Zapatero, ya que ha sido "la primera vez" que se reúne con todo el Sector para hacer frente a las consecuencias de la crisis económica.

Molas ha manifestado que los asistentes a la reunión han salido "satisfechos" porque ha sido un encuentro "importante" en el que cada uno ha expresado sus "inquietudes", y ha explicado que, durante el mismo, Zapatero ha querido conocer "de primera mano" temas que el Sector ya había tratado con el ministro de Industria, Turismo y Comercio, Miguel Sebastián, y que se ha comprometido a "estudiar" y a considerar su ejecución.

Concretamente, el presidente del Gobierno se ha comprometido, entre otras cosas, a dotar al Imserso con 200.000 plazas adicionales, "teniendo en cuenta que este año faltaron plazas". A este respecto, el presidente de CEHAT ha precisado que la ampliación de las plazas del Imserso es una "medida que combate la estacionalidad, garantiza el empleo y permite al Estado recuperar el dinero que invierte" a través de impuestos, IVA u otras medidas.

El Sector, tal y como ha puntualizado Molas, ha solicitado también al presidente del Ejecutivo que, con motivo de la presidencia de España de la Unión Europea, se estudien medidas para "facilitar los visados a los turistas" de países como Rusia, debido al "potencial" de dicho mercado emisor.

Reunión con el presidente / Pág.12

La reunión sirvió para conocer las demandas del sector hotelero.

Jornadas del ITH en Toledo y Benidorm

El Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) y la Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas (Segittur), con el apoyo de la Secretaría de Estado de Turismo, han puesto en marcha su ciclo de jornadas de innovación dirigidas al sector turístico, 'La innovación, clave para el Turismo del siglo XXI'. Estas jornadas son continuación de las que se celebraron el año pasado y cuentan con ocho nuevas ubicaciones (Benidorm, Toledo, Pamplona, Lleida, Las Palmas, Santiago de Compostela, Sevilla, y Madrid), para lo que se ha contado con la colaboración de CEHAT y FEHR. **ITH / Pág. 22**

Jornada técnica organizada por CEHAT y Garrigues

El nuevo régimen de Sociedades Cotizadas de Inversión en el Mercado Inmobiliario (SOCIMI), en fase de proyecto de ley y que se espera que sea aprobado en breve, presenta oportunidades para el Sector.

La novedad que introduce consiste en la creación de un incentivo fiscal para inversiones en inmuebles destinados al alquiler. Así se expuso durante una jornada organizada por CEHAT y Garrigues, bajo el título 'Acceso a la financiación en el sector hotelero. Especial referencia al nuevo régimen de SOCIMI'. El presidente de la Confederación Española de Hoteles, Juan Molas, comentó que desde la CEHAT se está llevando a cabo distintas medidas para afrontar la actual coyuntura económica y que lo que se debe hacer es tomar medidas "rápidas y contundentes".

Por su parte, Pedro Fernández, miembro del despacho de abogados, explicó a los asistentes que esta figura parte de los REIT (Real Estate Investment Trust) existentes en otros países, que surgieron en Estados Unidos en los años 60, donde se han desarrollado proyectos por valor de 400.000 millones de dólares.

Jornadas Garrigues / Pág. 29

Decálogo para la UE de CEHAT y FEHR

La Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) y la Federación Española de Hostelería y Restauración (FEHR) han presentado un decálogo de propuestas a la Unión Europea (UE) para "defender el futuro del Sector", entre las que se encuentran un "sistema de fiscalidad flexible".

El presidente de la confederación hotelera, Juan Molas, ha advertido que el Turismo "no puede continuar como un sector refugio" para lo que se debe buscar el modelo que marque "hacia dónde ir en los próximos 15 años".

Actualidad / Pág. 7

NOTICIAS EN BREVE

Problemas con la LOPD

El consejero delegado de Ozonia, José María Díaz, analiza los principales problemas que se encuentran las empresas del Sector con la Ley Orgánica de Protección de datos.

Socios / Pág. 30

El Sector traspasa fronteras

La asociada de Garrigues Ana Ubeda presenta en la Tribuna Jurídica de Garrigues las principales formas de expansión internacional en el Sector.

Garrigues / Pág. 26

Sala de prensa de la 'web' de CEHAT

La página *web* de CEHAT, **www.cehat.com**, cuenta en su sala de prensa con las noticias sobre sus diferentes actuaciones y las repercusiones que éstas tienen en los medios.

Comunicación / Pág. 15

SUMARIO

Editorial / Tribuna..... 3
Asociaciones.....8 - 11
Tribuna Jurídica.....26
Laboral..... 27
Jornadas Garrigues.....29

Pliego de condiciones para las ciudades que quieran acoger el próximo 'Congreso de Empresarios Hoteleros Españoles'

El Comité Ejecutivo de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turisticos (CEHAT) aprobó por unanimidad el envío a todas las Asociaciones miembro del pliego de condiciones para la presentación de candidaturas de ciudades sede del próximo 'Congreso de Empresarios Hoteleros Españoles', que se celebrará en mayo-junio de 2010. El plazo de presentación de candidaturas será desde el 26 de mayo hasta el 12 de julio. Las ciudades candidatas deberán remitir un dossier a CEHAT, circunscribiéndose al pliego de condiciones

Para poder ser ciudad sede del Congreso de Empresarios Hoteleros Españoles, la candidata deberá tener las siguientes características:

Transporte:

Deberá tener un aeropuerto comunicado diariamente al menos con cuatro vuelos con Madrid y Barcelona. En caso de no tener aeropuerto propio, estar bien comunicada por vía férrea y carretera.

Salas de reuniones:

Deberá tener un Palacio de Congresos bien comunicado con los hoteles elegidos o un Auditórium o salón de reuniones con capacidad para 400 – 500 pax. en un buen hotel (de cuatro estrellas o superior).

Alojamiento:

Los Congresistas deberán alojarse en hoteles de 4 ó 5 estrellas y, por tanto, deberán aportar a la Organización del Congreso un mínimo de 300 habitaciones.

Dependiendo del número de congresistas, preferiblemente, éstos se alojarán en un máximo de dos hoteles.

Cuotas:

No se fijarán las cuotas hasta no saber qué características tendrá el Congreso. En las cuotas estará incluido el alojamiento y desayuno de los días del Congreso (3/4 noches) en el hotel elegido por el congresista, participación y documentación de todas las sesiones de trabajo, *coffee-break*, almuerzos de trabajo, recepciones, cócteles y cenas programadas, así como las excursiones programadas para los acompañantes.

Compromiso de Financiación:

La Asociación que coorganice el Congreso deberá aportar en sponsorizaciones de su Comunidad autónoma, Instituciones y empresas un importe minímo que estipulará el Comité Organizador del Congreso. De la cantidad que se determine, al menos el 50% deberá ser en aporte dinerario.

Los Patrocinadores lo serán en régimen de exclusividad en su ámbito de actuación, esto es, ningún producto o servicio de un patrocinador competirá con otro de igual naturaleza en el Congreso.Los patrocinadores seleccionarán aquellos actos en los cuales quieran intervenir como patrocinadores específicos.

La organización del Congreso tiene previstas determinadas acciones promocionales habituales para los patrocinadores, como son stands donde expongan sus actividades o sus productos, la incorporación de folletos en la documentación del Congreso, la inserción de sus logotipos y marcas en todo el material del Congreso, la participación en todos los actos del Congreso, y la facilitación de toda la información sectorial que soliciten.

Los Colaboradores del Congreso son aquéllos que, además de aportar una pequeña cantidad de dinero , también a determinar por el Comité Organizador del Congreso, aportan su producto; por ejemplo una empresa informática, una bodega de vinos de Rioja, etc.

Por último, es posible que se determine la celebración de una mini-feria con el objetivo de dar cabida a más proveedores, teniendo cuidado de no dañar las aportaciones de los sponsores tradicionales.

CEHAT
CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOTELES Y ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

CONGRESO DE EMPRESARIOS HOTELEROS ESPAÑOLES

El 'Congreso de Empresarios Hoteleros Españoles' es la gran cita del Sector y, en el mes de mayo o junio del año próximo, reunirá en la ciudad elegida a los representantes más destacados del Sector.

El encuentro hotelero es un foro al que acuden reconocidas personalidades también de otros ámbitos, como fue el caso de la participación de José María Aznar en el congreso de 2008.

CEHAT
CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOTELES Y ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

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 Santamaria, 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 INFORMATICA:** José Miguel Candela **DEPARTAMENTOS / JEFE DE ADMINISTRACIÓN:** Mª 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. **SECRETARIA:** Vanessa Juanes. **PROVEEDORES:** Mar Fernández. **BASE DE DATOS:** Adriana Lucía Flórez.

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

CEHAT, el Periódico de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos, es la Publicación Oficial de la Hotelería 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

Europa importa, y mucho

La semana pasada los presidentes de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) y de la Federación Española de Hostelería (FEHR), Juan Molas y José María Rubio, respectivamente, presentaron un decálogo con el que buscan la "implicación directa de los parlamentarios europeos españoles en la creación y aprobación de leyes y medidas que tengan en cuenta las características únicas del mercado local".

Además, los representantes sectoriales mencionaron la situación "especialmente delicada" que vive España, con más de cuatro millones de parados y la tasa de desempleo más alta de la Unión Europea, y destacaron la necesidad de que las instituciones europeas "favorezcan aquellos sectores con un gran potencial de generar actividad económica y empleo". Así, el decálogo contempla una mayor coordinación con los europarlamentarios españoles, hace referencia a la competitividad y a una mejor legislación, la fiscalidad, legislación alimentaria, regulación hotelera, políticas sociales y de empleo modernas, la responsabilidad social corporativa y la propiedad intelectual, el Turismo, las relaciones exteriores y comerciales y cuestiones medioambientales y de sostenibilidad.

Se trata, en definitiva, de diez propuestas razonables y necesarias para mejorar la situación del Sector, que ponen de manifiesto además la necesidad de contemplar la política europea como un asunto esencial que afecta directamente y en mayor medida de lo que la sociedad cree al desarrollo de nuestro país. Asimismo, en el decálogo presentado por CEHAT y FEHR hay cuestiones determinantes para el Sector, como las que hacen referencia a la mejora de la competitividad de las empresas españolas mediante la innovación, la formación continua, la fiscalidad flexible, la homogeneización del sistema de clasificación hotelera a nivel europeo o la reforma del mercado laboral "teniendo en cuenta las especificidades del sector de la Hostelería".

En momentos de crisis como el actual, las diez propuestas suponen además un impulso para un Sector que renuncia a quedarse quieto y esperar a que pase la tormenta. Por el contrario, se busca que, cuando la actual coyuntura haya pasado, la Hotelería y la Hostelería cuenten con un marco político, social y económico más favorable para que puedan continuar como uno de los motores fundamentales e indispensables de la economía europea.

TRIBUNA HOTELERA

Los riesgos del Turismo en Baleares

Juan Carlos Tárraga / Director de Willis en Baleares

Como ya ocurre en otros sectores, se prevé también un difícil año en materia turística, especialmente en el segmento de negocios, por la gestión de ahorro de costes que están llevando a cabo las empresas, así como por la caída del Turismo vacacional en las Islas Baleares que se ven afectadas, entre otras cosas, por el importante descenso en el mercado británico. Además, las encuestas internacionales barajan datos de diversas fuentes, reubicando los viajes y las vacaciones a nuestras islas en diferentes niveles de prioridad.

El Producto Interior Bruto Turístico de nuestro país descendió en 2008 un 1,1% con una rentabilidad muy debilitada por el incremento de los costes y la creciente competencia de la oferta de los destinos emergentes, cada vez más preparados, más baratos y con muchas ganas de competir.

Los empresarios de nuestras islas están llevando a cabo importantes planes de ahorro y están aplazando sus principales proyectos de inversión, centrándose ahora más que nunca en agudizar el ingenio y tratar de ser muy creativos, haciendo grandes esfuerzos por centrar el equilibrio de la rentabilidad y mantener un adecuado volumen de negocio.

Se está trabajando también con la Administración central y autonómica en algunos proyectos importantes de reformas estructurales, que será necesario que vean la luz este mismo año para ayudar a mantener nuestro nivel de competitividad.

> ***'La Gerencia de Riesgos en la Industria Turística no es algo nuevo, sin embargo, es desde hace muy poco cuando ha tomado relevancia'***

A tenor de lo anterior, son muchos y muy importantes los esfuerzos que se están llevando a cabo para garantizar la continuidad del negocio en las mejores condiciones, sin embargo, tanto esfuerzo debería merecer una protección adecuada de la cuenta de resultados de la empresa ¿no creen?

La Gerencia de Riesgos en la Industria Turística no es algo nuevo, sin embargo es desde hace muy poco cuando ha tomado relevancia más acorde con su importancia, desarrollando un conjunto de acciones mediante la cuales deben quedar perfectamente identificados y cuantificados los riesgos que pueden poner en peligro a la empresa, así como las medidas que éstas implantan para minimizar en lo posible su impacto en el negocio.

El gerente de Riesgos tiene la gran responsabilidad de preguntarse: ¿qué puede ir mal ? ¿cuáles pueden ser las consecuencias? y actuar de inmediato identificando, analizando y evaluando aquellos supuestos o situaciones que pueden amenazar la creación de valor en su organización, tratando de tomar acciones encaminadas a controlar y mitigar estas posibles amenazas.

Hasta hace poco tiempo, el gerente de Riesgos ha sido una figura que con frecuencia compaginaba esta responsabilidad en la empresa con sus tareas principales de director Financiero, director de Compras, director Administrativo o director Jurídico, hasta que poco a poco su nivel de responsabilidad ha evolucionado de tal manera que prácticamente todas las organizaciones cuentan ya con un directivo especializado y preparado en el puesto, que va adquiriendo mayor importancia día a día, acercándonos poco a poco a los niveles de situación jerárquica del sector turístico en el Reino Unido, Alemania o los Estados Unidos.

El *Risk manager* en la empresa turística queda normalmente situado en el organigrama reportando a la dirección Financiera o a la dirección Jurídica, en ambos casos con mucho sentido, si bien la tendencia, como apuntábamos antes, será ir creándose un espacio propio y cada vez más importante entre los puestos de primer nivel de la dirección de la organización, como ya está ocurriendo en otros sectores económicos de nuestro propio país.

Llegados a este punto, juega un papel fundamental el *broker* de seguros especialista en el sector turístico que se convierte en un socio estratégico.

Tanto es así que el redactado ambiguo de una cláusula, o una exclusión mal negociada en el contrato de seguro, puede suponer la falta de cobertura en siniestros de cuantías importantes.

Por ello, el *broker* especialista trabaja codo con codo con el gerente de Riesgos, aportando su conocimiento del mercado, su independencia y su experiencia en la especialidad, su metodología y su capacidad de intermediación en un marco de transparencia y flexibilidad que ayude a desarrollar la política de gestión de riesgos de la empresa y, consecuentemente, a proteger la cuenta de resultados y, por tanto, la continuidad del negocio.

Para finalizar, permítanme una cita de Albert Einstein: "No podemos pretender que las cosas cambien si siempre hacemos lo mismo. Trabajemos duro y acabemos de una vez con la crisis más amenazadora: la tragedia de no querer luchar por superarla".

CARTA DEL DIRECTOR A TODOS LOS LECTORES DE CEHAT

Estimados Amigos,

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

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

CEHAT
CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOTELES Y ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

Fontecruz incorpora el Hotel Fontecruz Granada

Fontecruz Hoteles ha desembarcado en Andalucía con el Hotel Fontecruz Granada, su nuevo establecimiento de 5 estrellas y ejemplo perfecto de la nueva Hotelería Boutique. El proyecto, que ha supuesto una inversión final de 17 millones de euros, creará en torno a 35 puestos de trabajo una vez esté a pleno rendimiento

Situado en plena Gran Vía de Colón, corazón empresarial, comercial y social de la capital granadina, Fontecruz Granada rezuma exclusividad, elegancia y vanguardismo.

39 habitaciones y suites componen la estructura principal y de alojamiento del hotel. Estructura que se ve ampliada por una oferta complementaria excepcional en Granada y abierta tanto a clientes del hotel como al resto de la ciudad: Restaurante Condimenta, dirigido por Iván Álvarez Santamaría donde se puede degustar una cocina elaborada y fresca perfectamente integrada en la cultura gastronómica de Granada, y que cuenta con privado para la celebración de comidas de negocios o eventos especiales; Atico terraza-bar: Fontecruz Granada puede presumir de tener las mejores vistas de toda la ciudad ya que desde su terraza-bar pueden divisarse La Alhambra, Sierra Nevada, la Catedral y el Albaicín sin ningún tipo de barreras. Sin duda está llamada a convertirse en el lugar de moda para tomar el aperitivo

El establecimiento dispone de unas vistas privilegiadas a la ciudad.

o degustar un cocktail en un ambiente moderno y exclusivo; Fontecruz Granada Club de SPA: para relajar cuerpo y mente. Un centro termal de última generación con estaciones de hidroterapia y cabinas para la aplicación de tratamientos y programas específicos de salud & belleza; Fontecruz Granada Servicios para Empresas: tres salas de reunión equipadas con la última tecnología para la celebración de cualquier evento empresarial y la posibilidad de organizar desayunos de trabajo y almuerzos de negocios.

Esta nueva incorporación supone el comienzo de la expansión en Andalucía de Fontecruz Hoteles. Expansión que se inicia ahora en Granada y continuará en noviembre con la apertura de Fontecruz Sevilla.

AC Hoteles cuenta con diez establecimientos en el país transalpino.

Italia condecora a Antonio Catalán, de AC Hoteles

El presidente de la cadena hotelera AC Hoteles, Antonio Catalán, ha sido condecorado con la Encomienda de la Orden de la Estrella de Italia por su colaboración con las instituciones del país transalpino, por las inversiones realizadas y por su contribución al buen desarrollo de las relaciones económicas entre España e Italia.

"Es un auténtico honor y un orgullo para mí recibir este reconocimiento de la nación italiana. Me siento enormemente agradecido. Italia es un país muy querido y muy importante para nuestra cadena. Es el segundo país, después de España, en número de hoteles con diez establecimientos", señaló Catalán.

La Orden de la Estrella Italiana es la más antigua –tiene más de sesenta años– y prestigiosa del país. El presidente de la República es el presidente de la Orden y sobre él recae la responsabilidad de otorgar las condecoraciones a propuesta del Ministro de Asuntos Exteriores.

Los hoteles están en la localidad mallorquina de Can Picafort.

Hotasa adquiere dos hoteles en Mallorca

La cadena cuenta con seis hoteles en la isla

Hotasa Hoteles, cadena perteneciente a Nueva Rumasa, ha adquirido dos nuevos hoteles en la isla de Mallorca. Con la incorporación de estos dos establecimientos, Hotasa suma ya seis hoteles en Mallorca. Concretamente, los establecimientos adquiridos por la cadena son el Clumba Mar y el Hotel Sarah, ambos de tres estrellas y situados en la localidad mallorquina de Can Picafort, al norte de la isla. Ambos establecimientos pertenecían hasta ahora a la cadena Stil Hotels. Con estas incorporaciones la cadena suma a su portafolio un total de 15 establecimientos repartidos entre Costa del Sol, Tenerife, Gran Canaria, La Palma, Huelva, Menorca y Mallorca. En Mallorca el Clumba Mar y el Hotel Sarah, se añaden así a los Hotasa Eurocalas, Samoa, Santa Fe y Beverly Playa.

Saeco presenta su nueva gama Top: Phedra y Atlante

Saeco ha presentado oficialmente en España las nuevas máquinas de bebidas calientes de su gama Top, Phedra y Atlante, a los sectores del Vending, Office Coffee Service y Horeca. La primera presentación fue en Barcelona en el estadio del F.C.Barcelona, el Camp Nou y posteriormente se celebró otra en Madrid, en el Santiago Bernabéu

Las dos jornadas de puertas abiertas fueron un éxito de participación y los profesionales pudieron consultar con el personal técnico y comercial de Saeco acerca de las novedades presentadas.

Elegante, compacta y tecnológicamente muy avanzada, Saeco Phedra es la nueva máquina semiautomática Table Top de bebidas calientes de Saeco. Su gran polivalencia le permite adaptarse a los canales de *Vending*, OCS y Horeca siendo una atractiva opción para pequeños emplazamientos, oficinas y establecimientos de Hostelería. Phedra tiene tres contenedores de productos solubles de gran capacidad y puede ofrecer hasta 14 bebidas diferentes.

Saeco Atlante es la máquina *Freestanding* de bebidas calientes de la nueva gama Top de Saeco. Atlante es una máquina de 700 vasos, con dos contenedores de café en grano y cinco contenedores para productos solubles. Atlante ofrece nuevas soluciones técnicas revolucionarias, como el *Rotating Plate* y una gran versatilidad gracias a su estructura interna modular. Gracias al *Rotating Plate* las operaciones de mantenimiento serán más rápidas y más simples ya que se puede acceder a todos los componentes funcionales de la máquina sin desmontar ningún elemento de la misma, simplemente rotando el soporte principal. Atlante, con su nueva y atractiva línea estética y una gran superfície de personalización es una máquina perfecta para aquellos operadores que quieren publicitar su marca. Tanto la botonera como los paneles superior e inferior están perfectamente iluminados.

Las presentaciones de Madrid y Barcelona fueron un éxito de participación.

Los hoteles independientes se equipan también con el puesto de recepción automática de Ariane Systems

Son cada día más los hoteleros que deciden automatizar su recepción con el famoso 'Cajero Automático' de Ariane Systems, que permite a un cliente registrarse solo en el hotel. El cliente sólo tiene que seguir las instrucciones mostradas en la pantalla táctil. A cada paso, el cliente ve un video que le enseña, en su idioma, qué hacer en cada momento para simplificar el proceso y que sea más fluido. Si gestionáis hoteles, pensiones, hostales, universidades, apartamentos de menos de 10 habitaciones y hasta más de 100 situados en el centro de una ciudad, una carretera o zona empresarial, todos tenéis el mismo objetivo: optimizar costes gastando menos. Ha sido la elección de estos profesionales del Sector. Además, el terminal puede entregar tanto llaves convencionales como tarjetas de banda magnética o de proximidad (RFID) con o sin enlace con el *software* hotelero (PMS) y el sistema está conectado a una pasarela de pago para tramitar la transacción bancaria con total seguridad.

Para más información:
Ariane Systems
* **Teléfono:** 91 702 51 80
* **www.ariane-systems.com**
* **e-mail:** comercial@ariane-systems.com

El Hotel Abadía Camino de Santiago de Burgos.

El Hotel Izelai (Navarra) ha incorporado el servicio de Ariane Systems.

El Aparthotel Centric de 15 apartamentos en Barcelona.

El Hotel Montmeló de 30 habitaciones de Barcelona y su recepción automática.

Con esta incorporación NH dispone de tres hoteles en Asturias.

La cadena NH incorpora un nuevo hotel en Gijón

El hotel tiene cuatro estrellas y 64 habitaciones

NH Hoteles inauguró el pasado mes de mayo un nuevo establecimiento en Asturias, en la ciudad de Gijón. El hotel, que la cadena gestionará en régimen de arrendamiento, tiene la categoría 4 estrellas y es de nueva construcción. Con esta incorporación, la cadena refuerza su presencia en Asturias, donde ya contaba con otros dos establecimientos: NH Palacio de Ferrera y NH Principado en Oviedo. El edificio es obra de Antonio Fernández Morán y Luis Mingo Macías, responsables de la renovación urbanística de la zona. El NH Gijón, cuenta con 64 habitaciones, incluidas dos suites y dos habitaciones adaptadas para minusválidos.

El NH Gijón pretende ser un referente gastronómico de la región, ya que va a contar con la colaboración del chef Javier Loya, distinguido con una estrella Michelín, quien regentarà el restaurante del hotel. Además, contará con un 'gastrobar' con tapas de diseño.

La organización de FITUR entrega los premios de su edición de 2009

La organización de FITUR entregó sus tradicionales premios en un acto presidido por Antonio Bernabé, director general de TURESPAÑA. Los galardones —que reconocen el diseño de los stands de FITUR, los mejores productos de Turismo activo y el trabajo académico inédito más innovado— se fallaron en la última edición de la feria

El concurso que reconoce los stands más atractivos de FITUR es uno de los más tradicionales del Salón. El jurado de estos premios valora parámetros como la profesionalidad, entendida como la adecuación del espacio de exposición a las necesidades de comercialización de cada producto, la comunicación o promoción, esto es, la identificación del stand con la imagen de la marca y el producto y el diseño, un apartado que tiene especialmente en cuenta la originalidad e innovación del stand.

Tras analizar estas variables, el comité de expertos de la edición 2009 reconoció, en la categoría de Comunidades autónomas, las propuestas de Euskadi, Murcia Turística y Turismo de Madrid, además de conceder una mención especial al espacio de la Agencia Valenciana de Turismo.

En la modalidad dedicada a los países, los galardonados han sido los stands del Consejo de Promoción Turística de México, el de Embratur-Oficina de Turismo de Brasil y el del Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT). En la categoría de empresas se reconocieron las propuestas de NH Hoteles; Vincci Hoteles, Confortel Hoteles y se concedió una mención especial al stand de Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA).

Durante la celebración de FITUR´09 también se falló el XIV Concurso al Mejor Producto de Turismo Activo. Por categorías, los premiados han sido: en el segmento Aventura, La Senda del Duero, en Zamora y en Cultura, El Parque Minero de Almadén, en Ciudad Real.

Rutas de los fuertes, frontera natural, en Ceuta, ha logrado el galardón en el apartado de Naturaleza y, en la categoría Internacional, la propuesta premiada ha sido Safari del Cangrejo Real, en Noruega.

Los ganadores de los premios de FITUR posan con sus galardones.

La CEHAT y TURESPAÑA colaboran en la elaboración y difusión de la información para las Guías de Hoteles de 2010

Anualmente se vienen desarrollando los trabajos para la recopilación de datos de establecimientos hoteleros de cara a la elaboración de las Guías de Hoteles y Separatas autonómicas y provinciales de alojamientos turísticos. La base de datos constituye un instrumento muy útil para la promoción de los establecimientos. La Guía de Hoteles, que se edita desde 1931, es una obra de consulta para profesionales y particulares en España y el extranjero, puesto que dichas ediciones se envían a las Oficinas de Información Turística de Turespaña en el mundo

En concreto, en el año 2009 se han repartido 20.000 ejemplares, tanto en España, a través de distribución comercial, como 7.700 ejemplares de las Guías de Hoteles, que han sido distribuidas a las diferentes oficinas de información en el exterior. A éstos se suman 467.000 ejemplares de Separatas, publicaciones informativas referidas más concretamente a Comunidades autónomas o provincias, en las que se incluyen todos los establecimientos hoteleros que a su vez aparecen en las Guías

Aparecer en esta guía supone para los hoteles españoles una oportunidad de promoción gratuita de los establecimientos que así lo desean. Para ello, sólo es necesario facilitar anualmente información actualizada de los servicios e instalaciones disponibles, así como los precios vigentes.

La recogida de la información se lleva a cabo con la inestimable colaboración de las Comunidades Autónomas e instituciones como la CEHAT. En el año 2009 se incluyó información de 11.700 establecimientos hoteleros de todas las Comunidades autónomas así como de Ceuta y Melilla. Además, la información recabada para la guía se pone en común con otras entidades institucionales dentro de la propia Secretaría de Estado, como el Instituto de Estudios Turísticos y diversas Consejerías de Comunidades autónomas que así lo consideran conveniente para el desarrollo de sus trabajos y labores promocionales.

La campaña de recogida de los datos que se incluirán en las Guía de Hoteles y Separatas de 2010 comenzará a mediados de este mes.

En este sentido, la Confederación Española de Hoteles, entendiendo que ésta es una oportunidad única para los hoteleros españoles de beneficiarse de la publicidad y promoción que realiza TURESPAÑA, por primera vez, va a prestar toda su colaboración para promover que el mayor número de establecimientos se sume a la iniciativa y se beneficie así de esta promoción institucional.

La nueva política de Turismo, definida por el Gobierno a través del Plan de Objetivos de TURESPAÑA para la Promoción Exterior del Turismo, destaca las nuevas herramientas basadas en las tecnologías de la información y el marketing *online* como uno de los ejes de actuación fundamentales para los productos y destinos turísticos españoles.

Así, subraya el uso de las nuevas tecnologías para el marketing turístico y, especialmente, la capacidad de Internet como herramienta de información, promoción y para la facilitación del comercio. De esta forma, desde el año 2002, con la aparición del portal de promoción www.spain.info, la documentación recopilada en las bases de datos que conforman la Guía de Hoteles aparece publicitada también en dicho portal. Desde el año 2006 se ha publicado la Guía de Hoteles en formato CD, con el fin de adaptar la publicación editorial a los nuevos formatos, más manejables y fáciles de transportar, reduciendo de esta forma el papel impreso aunque manteniendo el número de ejemplares distribuidos, así como otorgando posibilidades de inclusión de fotos de los establecimientos.

De esta forma, en el año 2009 a los 20.000 ejemplares de la Guía de Hoteles en formato impreso y las 467.000 Separatas autonómicas y provinciales, se deben unir más de 29.000 Guías en formato CD-Rom, para cuya elaboración, en total, se ha destinado un presupuesto superior a los 300.000 euros. En paralelo a estas actividades se han iniciado en varias Comunidades autónomas que así nos los han indicado procesos de recogida de datos a través de Internet, con una buena acogida del sector profesional, ya que en el segundo año en el que se facilita esta opción el 30% de los establecimiento que aparecen en la Guía se han registrado a través de Internet.

Las Guías de Hoteles anuales son una importante herramienta de promoción para los establecimientos españoles.

TURINTERIOR acoge unas jornadas técnicas para tratar diferentes asuntos sobre el sector turístico y hotelero

La Institución Ferial de Extremadura-FEVAL, con motivo de la celebración de la 12ª Edición de TURINTERIOR, acogió el pasado mes unas jornadas técnicas en las que se abordaron diferentes temas sobre el sector turístico. Fernando Conde Reyero, jefe de sección de Incentivos Autonómicos, Margarita Gala, gerente de la Red Extremeña de Desarrollo Rural (REDEX) y Rosalía Puertas, jefa de Servicio de Empresas y Actividades Turísticas, participaron en una mesa redonda sobre las ayudas a las empresas del sector turístico.

En ella se informó al sector empresarial turístico del importante abanico de ayudas y apoyos que pueden encontrar para la puesta en marcha de nuevos proyectos o la introducción de mejoras y modernización de establecimientos y negocios turísticos con el fin de adaptarlo y hacerlo cada vez más competitivo. En la mesa redonda sobre 'Situación actual del sector de la restauración extremeño. Importancia del Restaurante como punto de información turística', se abordó el papel del sector de la restauración en España: estructura, volumen, importancia en la economía del país y situación actual, el restaurante como punto de información turística y la importancia de la formación profesional: la figura del camarero como punto de referencia. En esta mesa participaron José Luis Guerra, adjunto a la Presidencia de la Federación Española de Hostelería (FEHR), Fernando Campomanes, del Restaurante El Paraíso, Antonio Parra del Restaurante El Rinconcillo y Francisco Javier Refolio del Restaurante El Corregidor. La mesa estuvo moderada por el asesor gastronómico de CETEX y presidente de la Cofradía Extremeña de Gastronomía, Matías Macías. En ella, se habló de la restauración como núcleo del Turismo. La restauración no es algo periférico, ya que cuando es restauración no meramente funcional, sino gastronómica, es uno de los componentes más importantes de la oferta turística de cualquier destino. La gastronomía forma parte de la cultura de los pueblos, como su lengua, su música, su literatura, sus monumentos históricos…Por ello, los bares y restaurantes son espacios de comunicación con el cliente y los maestresalas y camareros son los comunicadores de la empresa. Por ello, es importante informar de la oferta gastronómica del restaurante y su relación con el destino a través de los productos en que se basa y la cultura culinaria en la que se sitúa.

Ramón Estalella, secretario general de la CEHAT, participó en la mesa redonda sobre la 'Situación del sector turístico hotelero en la actual coyuntura. La importancia de la especialización de la oferta', en la que se trató acerca de las nuevas tendencias hacia la especialización en alojamientos turísticos. Estalella habló de la situación actual, indicando que en el 2009 se acentúa el descenso de la demanda turística iniciado a mediados de 2008. El PIB turístico desciende un 7% en el primer trimestre de 2009. El descenso de la demanda turística ha ido acompañado de un recorte del gasto medio por turista. El número de hoteles abiertos en los meses de enero y febrero de 2009 respecto al año pasado ha descendido en las principales zonas turísticas españolas. Según un informe de la consultora Aguirre Newman, la inversión prevista por las cadenas hoteleras habría caído con respecto a 2007. Los grandes promotores inmobiliarios que disponían de gran liquidez y habían invertido en hoteles en los últimos años están dejando de hacerlo. La crisis financiera puede complicar la viabilidad de los establecimientos que sí tienen futuro y son rentables. Así destacó que las perspectivas para la temporada 2009-2010 no son optimistas ya que persiste la coyuntura desfavorable en los principales mercados emisores. En la situación actual de crisis, indicó, el Turismo ha de ser uno de los motores de la recuperación económica, además de medidas a corto plazo es necesario resolver los problemas estructurales. Por ello, destacó la importancia de la especialización. Por último, habló sobre las posibilidades en Extremadura, destacando, entre otras cuestiones, la necesidad de un organismo conjunto público-privado, la creación de 'Club de producto' o la identificación de los valores únicos.

CEHAT y FEHR piden a los parlamentarios europeos medidas para asegurar el futuro del Sector

Los ciudadanos de la Unión Europea viven tiempos difíciles a raíz de la actual recesión económica de origen financiero. En este contexto, la Unión Europea y sus instituciones han de actuar de forma eficaz y responsable, adoptando las medidas necesarias para no permitir que la situación empeore y potenciar aquellas políticas que ayuden a salir cuanto antes de ella. La incidencia de Europa en el Sector es evidente ya que aproximadamente el 75% de las leyes que regulan y controlan las actividades de Turismo, Hotelería y Restauración son aprobadas en el Parlamento europeo

El presidente de CEHAT, Juan Molas —segundo por la izquierda— durante la presentación conjunta entre la confederación hotelera y la FEHR.

En la presentación conjunta de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) y la Federación Española de Hostelería (FEHR), el presidente de la primera, Juan Molas, resaltó la necesidad de una implicación directa de los parlamentarios europeos españoles en la creación y aprobación de leyes y medidas que tengan en cuenta las características únicas del mercado local.

Por su parte, José María Rubio, presidente de la FEHR, subrayó que el 95% de los establecimientos de restauración españoles son PYMES o microempresas.

Teniendo en cuenta la trascendencia de las elecciones al Parlamento Europeo del próximo 7 de Junio —es revelador el dato de que aproximadamente el 75% de la legislación española tiene su origen en la Unión Europea—, hemos preparado el presente listado de materias dirigido a los futuros miembros españoles del Parlamento Europeo, que refleja las prioridades de la Industria Hostelera Española en el ámbito europeo:

1.- Mayor coordinación con los europarlamentarios españoles electos en todas aquellas materias que se tramiten en el Parlamento Europeo y tengan un impacto en la Hostelería española.

Es indispensable que los europarlamentarios españoles tengan en cuenta el impacto económico de su actividad legislativa y enriquezcan su punto de vista escuchando a las empresas y a las organizaciones empresariales que las representamos.

2.- Competitividad y mejor legislación:

- Dirigir el presupuesto comunitario hacia gastos que refuercen y mejoren la competitividad de la economía y de las empresas españolas: infraestructuras, I+D, innovación y tecnologías de la información y la comunicación.
- Potenciar las políticas y los recursos destinados a la formación continua sectorial, fomentando el papel de los interlocutores sociales como garantía de cercanía con las necesidades reales del Sector.
- Dotar de mayores recursos a los instrumentos europeos destinados a favorecer el acceso a la financiación de las empresas, especialmente de las PYME y los Autónomos.
- Reforzar el compromiso con una mejor legislación, evaluando sistemáticamente el impacto de las propuestas en la competitividad y respetando los principios de subsidiariedad y proporcionalidad.
- Progresar en la reducción de las cargas administrativas, simplificando los trámites y licencias que tanto afectan a la creación y existencia de nuestras actividades.

3.- Fiscalidad:

- Mantenimiento del IVA reducido actual para la Hostería, buscando la posibilidad de mejoras fiscales que permitan dinamizar la actividad económica y el empleo.
- Impulsar un sistema de "fiscalidad flexible" que tuviera en cuenta la gran estacionalidad de nuestro Sector.

4.- Legislación alimentaria: enmendar la propuesta de Reglamento de la Comisión Europea en información alimentaria al consumidor que afecta a todo tipo de alimentos, incluyendo la comida no preenvasada. La comida servida en los restaurantes no puede verse sujeta a los complejos y detallados requisitos de información aplicables a la comida manufacturada por los fabricantes de comida que es vendida en tiendas y comercios.

5.- Regulación hotelera: ante el más que previsible movimiento para una homogeneización a nivel europeo del sistema de clasificación hotelera, se propone estudiar todas las alternativas, evitando sistemas demasiado complejos y poco transparentes que no añadan capacidad de información al consumidor final, aportando la experiencia del sistema español y los parámetros que actualmente son aceptados por el gran número de huéspedes que se alojan en nuestras instalaciones.

- Regular el funcionamiento de las páginas de opinión de viajes en Internet para evitar malas prácticas que dejan a los hoteles y restaurantes en una clara situación de indefensión. Tener en cuenta los 10 principios de buen funcionamiento de las páginas de opinión de hoteles y restaurantes desarrollado por la industria de Hostelería europea.
- Evitar iniciativas regulatorias que complican y encarecen la actividad hotelera sin estar justificadas por una necesidad real, como es el caso de la iniciativa en materia contra incendios.

6.- Establecer políticas sociales y de empleo modernas:

- Promover una reforma del mercado laboral, teniendo en cuenta las especificidades de la industria hostelera, en especial su gran estacionalidad, fomentando acciones de mejora de la cualificación, la formación continua de trabajadores y empresarios y el reconocimiento de las cualificaciones, la movilidad geográfica en el ámbito de la Unión, el empleo a tiempo parcial y la colaboración entre el mundo empresarial y el sistema educativo y la eliminación de barreras a la libre prestación de servicios.

- Lograr una mayor integración de las políticas de inmigración, que se encuentren bien diseñadas y respondan a las necesidades de mano de obra especializada de nuestro sector.

- Fortalecer la autonomía del diálogo social europeo, apoyando las contribuciones y aportaciones realizadas por los interlocutores sociales europeos.

7.- Responsabilidad Social Corporativa: En este sentido el sector ha realizado importantes avances en temas como el consumo responsable de alcohol, por ello, es necesario impulsar las medidas de colaboración para corregir usos y consumos inadecuados y mejorar en los niveles de concienciación, formación y autorregulación del Sector, sus empresas y los ciudadanos clientes, sin olvidar el importante papel de las Administraciones públicas. Por ello, solicitamos actuaciones en positivo para la consecución de todos estos objetivos en los que ambos, el Sector y las Administraciones, coincidimos.

8.- Propiedad Intelectual: La industria hostelera europea y sin duda la española necesita de un entorno regulador de la exhibición de propiedad intelectual, racional, asequible, proporcionado y que aporte seguridad jurídica a las empresas y destierre la idea de que somos el 'botín' a repartir.

9.- Turismo, relaciones exteriores y comerciales:

- Fomentar las relaciones con socios clave como EEUU y Rusia, así como con potencias emergentes como China e India. Es de vital importancia para la Hostelería española que se lleguen a acuerdos con estos países para facilitar al máximo la tramitación de los visados a turistas y convertir las redes consulares europeas en verdaderos agentes dinamizadores de las llegadas de turistas desde destinos emergentes y lejanos hacia Europa
- Impulsar la política de 'Cielos abiertos' en el transporte aéreo y las autopistas del mar en el transporte marítimo.
- Fomentar unas mejores conexiones entre los puertos, las carreteras y las redes de ferrocarril, junto con mejores servicios portuarios.

10.- Medioambientales y sostenibilidad:

- Orientar la estrategia de la Unión Europea sobre cambio climático hacia políticas de adaptación y mitigación, así como a las políticas de inversión en I+D+i. Asegurar un compromiso global, en diciembre de 2009, en Copenhague, sobre cambio climático que se sustente en unos esfuerzos equiparables entre todos los países y sectores del mundo, y una implementación que permita a las empresas españolas competir en igualdad de condiciones en el mercado global.

- Impulsar la recomendación de participación de los agentes privados en las tareas de planificación y desarrollo de los destinos turísticos para que hoteleros, restauradores, operadores de transporte, etc. participemos desde el principio en su diseño y planificación ayudando a que se crezca y recicle con criterios de sostenibilidad y calidad ambiental, social y económica.

La Fundación ASHOTEL colabora con un sindicato de Senegal

Desde principios del año pasado y como continuación a un proyecto de 2005-2006, se está desarrollando una nueva iniciativa de cooperación empresarial entre la Fundación ASHOTEL y el Sindicato de Iniciativas para la Promoción Turística del Sine Saloum en Senegal (SIPTSS) denominado 'Desarrollo del Sine Saloum'

El proyecto supone la continuación de otro anterior que se desarrolló entre 2005 y 2006 y que permitió hacer un análisis detallado de cuáles eran las necesidades que demandaba la región y los hoteleros asociados al sindicato senegalés. Concretamente, los sectores de actuación identificados y definidos son: la formación, la promoción turística y la calidad.

En el ámbito de la formación se identificaron varias necesidades. Por una parte, el poder contar con una infraestructura duradera y adecuada para dar respuesta a las demandas de formación de los profesionales del sector en la región y, por otro lado, establecer cauces apropiados para la autofinanciación. De la integración de ambos conceptos, se generó un proyecto de viabilidad para la construcción de un campamento escuela que integra las dos funciones, contar con instalaciones apropiadas para la formación de los trabajadores y directivos y prestar servicios de alojamiento que pudieran generar recursos suficientes para financiar la formación prevista. En el área de calidad se ha trabajado en dos fases.

La *web* promocional del Sine Saloum, www.au-sinesaloum.com/Es.

En la primera se han establecido unos mínimos en seguridad e higiene alimentaria. La segunda fase supuso la realización de una experiencia piloto en tres campamentos de la asociación consistente en la implantación de un sistema de calidad adaptado a su realidad. Este sistema consistía en definir mínimos de calidad en cada una de las áreas del hotel (cocina, pisos, recepción y mantenimiento, principalmente) y establecer medidas preventivas para garantizar su funcionamiento a lo largo del tiempo. Finalmente, en el ámbito de la promoción se llevaron a cabo dos actuaciones: elaborar un catálogo promocional de la región para el mercado español y crear la *web* promocional del Sine Saloum, www.au-sinesaloum.com/ES.

El curso sobre Legionelosis se celebró el 11 y 14 de abril en Benalmádena.

AEHCOS apuesta por la formación en el Sector

La Asociación Empresarial Hotelera de la Costa del Sol (AEHCOS) continúa apostando por la formación y por ello ha celebrado, en colaboración con la Cámara de Comercio de Málaga, un nuevo curso de Legionelosis con el fin de conseguir la máxima calidad en sus establecimientos asociados.

El citado curso se celebró entre los días 11 y 14 de abril en el Hotel Alay, en Benalmádena, y ha registrado un gran éxito de participación. Como resultado de este curso se han conseguido 24 nuevas certificaciones en Legionelosis.

AEHCOS y sus asociados se esfuerzan por mantener la calidad y la seguridad en sus establecimientos, por ello está previsto organizar un curso de actualización en esta materia.

La nueva web —www.cvhoteles.com— de la federación hotelera.

La Federación Valenciana estrena nueva página web

La federación cuenta con 320 hoteles asociados

La Federación Hotelera de la Comunidad Valenciana, a iniciativa de las asociaciones hoteleras provinciales de Alicante, Valencia y Castellón, nació en el 2006 con el objetivo principal de liderar el sector del alojamiento en este territorio.

Gracias a la unión de las tres asociaciones hoteleras, la Federación nace con cerca de 50.000 plazas hoteleras. En total han pasado a formar parte de ella, a través de sus respectivas asociaciones cerca de 320 hoteles (desde una categoría de cinco estrella hasta de una).

Tanto en la *web* como en la guía de alojamientos turísticos, encontrarán hoteles tanto en el litoral y urbanos como de interior, así como información acerca de las habitaciones, servicios, categoría y una pequeña descripción del establecimiento.

Unión Hotelera de Asturias renueva su central de reservas *online*

Unión Hotelera del Principado de Asturias, de la mano de la empresa Intermark Tecnologías, ha acometido en los últimos meses una reforma integral de su central de reservas en Internet, ehotelesasturias.com, para configurar una herramienta nueva, más moderna y funcional, que aproveche todas las oportunidades de las nuevas tecnologías

La puesta en marcha de esta renovada herramienta pone al alcance de los establecimientos asociados a Unión Hotelera del Principado de Asturias todas las potencialidades que, a día de hoy, ofrece la Red para la comercialización de sus servicios.

ehotelesasturias.com se ha diseñado en base a las últimas estrategias de posicionamiento en buscadores y facilita, entre otras cosas, la generación de ofertas de última hora y promociones específicas (por ejemplo, por reserva anticipada, o por contratar un número determinado de noches); permite a los establecimientos que la usan gestionar parámetros como la estancia mínima o la incorporación de servicios añadidos e incorpora un sistema de pago electrónico. Un conjunto de novedades que, sin embargo, no aumenta la complejidad de la *web* sino todo lo contrario, ya que el proceso de reserva se simplifica en tres pasos que se articulan en torno a una sola pantalla. Hay que destacar igualmente que el portal está desarrollado en tecnología Ajax, lo que evita la recarga de páginas y contribuye a agilizar el envío de datos.

Con el fin de facilitarle al potencial cliente la elección del establecimiento que más se adapta a sus necesidades, la *web* profundiza en la información que se proporciona de cada uno de los hoteles que la integran. En este sentido, ehotelesasturias.com incorpora una segmentación de los establecimientos asociados a Unión Hotelera en función de sus características distintivas (urbanos, rurales, equipados para actividades de negocios, con o sin servicio de restauración) a la vez que permite al cliente geoposicionarlos en el mapa y le ofrece la posibilidad de confeccionar itinerarios hechos a la medida de sus necesidades. La nueva herramienta facilita, además, el acceso del cibernauta a sus canales en redes sociales como Facebook y Twitter y en Youtube, donde el usuario puede ver vídeos de los establecimientos asociados. Todo ello sin olvidar que este portal funciona como un canal de venta directa entre todos y cada uno de los hoteles asociados a Unión Hotelera y sus potenciales huéspedes.

A la izquierda, el presidente de Unión Hotelera de Asturias, Javier Alvarez.

La producción de la industria hotelera de Sevilla cae un 20%

En el cuatrimestre más importante del año para Sevilla, la industria hotelera ha perdido un 20% de la producción respecto a 2008, por todos los conceptos de servicios que explota (alojamiento, restauración, etc.). En algunos casos, esta producción está cayendo más de un 30%, lo que está llevando a las empresas al límite de sus posibilidades

La patronal estima que esta caída porcentual significa en cifras haber dejado de facturar por encima de los 30 millones de euros en los cuatro primeros meses del año, con una especial incidencia en el pasado mes de abril. Mientras tanto, siguen subiendo los costes por todos los conceptos, especialmente el coste de mano de obra y del IBI aplicable a la industria hotelera. Éste último experimentó en 2008, para los establecimientos hoteleros grandes y medianos de la ciudad, subidas por encima de un 40%. En este contexto, los hoteleros presentaron el destino Sevilla (capital y provincia) en verano, en colaboración con el Consorcio, PRODETUR, la Cámara de Comercio de Sevilla y la Oficina de Turismo en Lisboa. De la misma forma, los hoteleros están ultimando una batería de iniciativas para reforzar el producto 'Sevilla en Verano', que promueve el Consorcio, con objeto de incentivar la demanda. Así, la idea es que el Turismo de corta distancia e incluso los propios sevillanos, tengan fórmulas a su disposición, flexibilizando la oferta, que le permitan reinventar el verano ofreciendo un respiro, productos de valor añadido y una oportunidad para experimentar experiencias de ocio y descanso. En estos momentos de dificultades e incertidumbres para el sector hotelero y turístico de la ciudad, es de la máxima urgencia que se dé una solución de marcado carácter profesional, duradera y estable a la dirección técnica del Consorcio Turismo de Sevilla, órgano de vital importancia para el impulso de las políticas turísticas de la ciudad de Sevilla.

La industria hotelera ha dejado de facturar más de 30 millones de euros.

El ganador del concurso de pinchos representará a Cantabria.

La AEHC convoca la edición de la Quincena del Pincho

La Asociación Empresarial de Hostelería de Cantabria (AEHC) ha convocado la séptima edición de la Quincena del Pincho de Cantabria para este mes entre los días 12 y 28. La novedad más destacada de cara a la presente edición está relacionada con el 6º Concurso Regional de Pinchos, que discurre paralelo a la Quincena. La AEHC ha llegado a un acuerdo con la organización del Concurso Nacional de Pinchos y Tapas 'Ciudad de Valladolid', a través del cual el ganador del mejor pincho tendrá la oportunidad de representar a Cantabria en el certamen nacional. Se trata de una cita de referencia para el sector de la Restauración dotada con diferentes premios, el más destacado de los cuales es el galardón artístico y los 6.000 euros que se lleva el establecimiento que consiga el primer puesto.

El convenio trata sobre prevención de la legionella y el tratamiento de aguas.

Ciudad Real se forma en prevención de la legionella

La asociación y el Grupo Leco firman un acuerdo

Rafael Mancebo, en representación de Grupo Leco, Calidad Ambiental (Legionella Consulting) y Teófilo Arribas, presidente de la Asociación Provincial de Empresarios de Hostelería y Turismo de Ciudad Real, han firmado un convenio de colaboración, en condiciones preferentes de mercado para los asociados a la misma, con el objetivo de prevenir todo lo relacionado con la legionella y el tratamiento de aguas. El acuerdo recoge capítulos como visitas técnicas e informes de necesidades, asesoramiento, elaboración de la documentación técnica, servicios de mantenimiento y laboratorio, formación, etc.

La firma tuvo lugar en la sede de CEOE-CEPYME de Ciudad Real y el presidente de la Asociación destacó que, con este nuevo acuerdo, se ofrece un nuevo servicio a los asociados en esta importante materia.

El Sector balear reducirá sus costes en telecomunicaciones

Globatel ha firmado un acuerdo con la Federación Hotelera de Ibiza y Formentera (FEHIF) con el cual tiene convenios con todas las agrupaciones hoteleras de las islas. Previamente, Globatel había cerrado un marco especial con la Federación Empresarial Hotelera de Mallorca (FEHM) y con la Asociación Hotelera de Menorca (ASHOME)

De esta manera, el sector turístico de las islas puede beneficiarse de una notable reducción de costes en sus servicios de telecomunicaciones, así como de la posibilidad de incorporar nuevas tecnologías que mejoren la calidad de sus servicios.

Los acuerdos alcanzados suponen una reducción de costes que puede alcanzar el 50% de la factura total de telefonía que los empresarios hoteleros deben asumir. En este sentido, Antonio Marqués, consejero delegado de Globatel, considera que en un "entorno difícil" como el que estamos viviendo, es "vital" ofrecer soluciones al conjunto hotelero de Baleares para que puedan mejorar sus "condiciones de competitividad" durante la temporada, que acaba de empezar.

"Aportamos nuestra experiencia en el Sector durante más de diez años", ha añadido.

También y, dentro de los acuerdos firmados, la compañía pone a disposición del colectivo hotelero la opción de incorporar nuevas tecnologías como el servicio inalámbrico de conexión a Internet a través de WiFi, entre otras. Globatel, compañía balear de servicio integral de telecomunicaciones y nuevas tecnologías, opera desde 1995 y está especialmente enfocada al sector empresarial, hotelero y residencial con un volumen de clientes que alcanzan los 3.000.

Según el acuerdo, los hoteles pueden reducir un 50% sus costes en telefonía.

ASHOTEL organiza el taller ‘Grupos locales de innovación’

La Asociación Hotelera y Extrahotelera de Tenerife, La Palma, La Gomera y el Hierro (ASHOTEL) a través de la red canaria de Centros de Innovación y Desarrollo Empresarial (CIDE), organizó en mayo unos encuentros con ‘Grupos locales de innovación’ para formar a los empresarios del Sector en innovación

La innovación se plantea como una cuestión esencial en el Sector.

Los grupos locales de innovación son un "punto de encuentro de empresarios y agentes del Sector" para compartir "ideas e iniciativas innovadoras" que permitan "mejorar la comercialización de los productos, el desarrollo de productos innovadores en el área del marketing turístico y las nuevas herramientas de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC)" en la búsqueda de soluciones innovadoras para afrontar "de manera conjunta" la situación actual.

En el primer taller, el director de Marketing y Proyectos del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), Jaime Pons, expuso una serie de actuaciones innovadoras aplicables al Sector y dio ejemplos de innovaciones en marketing turístico principalmente en una "nueva forma de comercializar" que consiste en "ir a buscar al cliente" gestionando de manera adecuada el "antes, durante y después del viaje". En la segunda parte del taller, el marketing en los medios sociales, se identificó la necesidad de plantear una "estrategia clara de promoción, comercialización y marketing" para la localidad tinerfeña de Puerto de la Cruz.

La asociación empresarial explicó que el taller ha servido para identificar las oportunidades de innovación y continuar con las actividades de detección y asesoramiento de proyectos que está llevando a cabo la red CIDE de ASHOTEL.

ASHOTEL precisó también que en el mes de octubre organizará el ‘Encuentro Empresarial para la Innovación Turística’ junto a la Agencia Canaria de Investigación, Innovación y Sociedad de la Información (ACIISI) y la Cámara de Comercio, entre otras organizaciones participantes.

La directora de Turismo, Mónica Figuerola, junto a Jaime García-Calzada

La asociación de La Rioja reelige a García-Calzada

El empresario Jaime García-Calzada ha resultado reelegido presidente de la Asociación Riojana de Hoteles, integrada en la FER, la organización empresarial del Sector que aglutina a la mayoría de los establecimientos hoteleros de la Comunidad autónoma. La Asamblea general de la Asociación ha reelegido a Jaime García-Calzada, del Hotel Marqués de Vallejo, presidente para un periodo de dos años. Con esta renovación de compromiso, el presidente del sector hotelero riojano seguirá impulsando actividades de promoción turística de La Rioja y colaborando con las Administraciones públicas en las actuaciones de atracción turística de la Comunidad autónoma.

El proyecto de ASHOME compendia información de 100 islas.

ASHOME presenta el proyecto ‘Medisolae 3D’

La iniciativa reúne a 14 socios de 8 países europeos

‘Medisolae 3D’ tiene como objetivo agrupar todas las informaciones geográficas disponibles de 100 islas del Mediterráneo para crear un sistema de navegación 3D, así como ofrecer información turística con sus respectivos servicios de reserva y compra *online* facilitando el conocimiento de un destino al visitante. Este proyecto reúne un consorcio de 14 socios de ocho países europeos y se basa en el desarrollo de una tecnología IDS/SIG (Infraestructura de Datos Espaciales - Sistema de información geográfica) basada en la *web*. Este sistema innovador tiene como objetivo recuperar, formatear, transferir, modelar y prestar información geoespacial a través de Internet. A partir del portal www.3d-islands.eu se pretende agrupar diversas tecnologías que permitan explotar los datos (como por ejemplo *raw* datos, 3D-*simulation* datos) para alcanzar una navegación 3D.

Benidorm acoge una jornada de análisis del mercado británico

El mes pasado se celebró una jornada de monitorización del mercado británico a la que asistieron empresarios y profesionales del Turismo. La presentación institucional corrió a cargo del director general de Turespaña, Antonio Bernabé, la secretaria autonómica de Turismo, Victoria Palau y el concejal de Turismo, Sebastián Fernández

Las intervenciones de carácter técnico las hicieron el director de la OET de Londres, Ignacio Vasallo, el director de Contratación de Lowcost Travel Group, Clemente Gómez, y el técnico de Promoción de la Agència Valenciana del Turisme, Juan Llantada. Las principales conclusiones que se han obtenido han sido las siguientes:

- Benidorm acumula en estos momentos un descenso en el mercado británico del 16%, algo por encima de la media en España que es del 13%.
- Las ventas de los principales turoperadores están cayendo alrededor del 30%. Los viajes organizados a título individual se están manteniendo más o menos en los mismos niveles que el año 2008.
- Los tres países que mantienen tendencias positivas respecto al mercado turístico británico son: Turquía (+30%), Egipto (+20%) y Túnez (+13%).
- Otros destinos que se erigían como competidores del mediterráneo español también están cayendo. Croacia -33%, Bulgaria -15%, Portugal -20% y Chipre -17%. Francia e Italia tienen una representación casi anecdótica para el mercado británico.
- En el ámbito aeroportuario las expectativas son esperanzadoras. Con origen y/o destino a los diferentes aeropuertos del Reino Unido se van a poner este año en el mercado 4,3 millones de asientos, lo que supone un 9% más que el pasado año. Las plazas libres de los vuelos de turoperadores se venderán para el turista individual.
- Se aprecian cambios de tendencia importantes que deben ser tenidos en cuenta: la crisis está afectando más al norte del Reino Unido, lo que se traduce en un incremento de turistas de la zona sur. También se ha detectado un descenso del turismo familiar y un aumento del turismo de parejas o individual.
- Los operadores *online* cuantifican su inversión por cliente en 30 libras en concepto de promoción y publicidad.
- En los próximos meses y años se asistirá a un importante proceso de concentración de los operadores *online*.

El director general de Turespaña, Antonio Bernabé, durante su intervención.

IBERDROLA y HOSBEC colaboran en materia energética

IBERDROLA y la Asociación Hostelera de Benidorm y la Costa Blanca (HOSBEC) han organizado una jornada sobre la gestión energética en el Sector para mejorar la eficiencia e impulsar de ahorro energético. En el encuentro han participado, entre otros, Enrique Planells, gestor de IBERDROLA y Antonio Mayor, presidente de HOSBEC

Durante la jornada se han identificado las principales medidas de eficiencia energética con mayor potencial de ahorro para los establecimientos hoteleros y se ha realizado un análisis de cada medida para identificar las ventajas y oportunidades, su aplicabilidad y los datos orientativos de los costes de la inversión y del ahorro obtenido con la implantación de dichas medidas. Para poder llevar a cabo este tipo de actuaciones es necesario el conocimiento por parte de los gestores del comportamiento energético del hotel. Para ello, se ha realizado un análisis general del consumo de energía en los hoteles de la Comunidad Valenciana, en el que se han identificado las principales actividades que originan el consumo y el gasto energético en este tipo de instalaciones. El encuentro también ha servido para proporcionar información a los asociados de HOSBEC de la normativa vigente en los mercados eléctrico y del gas, así como acerca de los importantes cambios regulatorios que se están produciendo. Además, se han planteado las diferentes opciones de las que dispone el empresario para contratar un suministro y se han expuesto las ofertas de IBERDROLA tanto para la contratación de electricidad como de gas. La jornada se ha celebrado en el marco del convenio suscrito entre IBERDROLA y HOSBEC mediante el que la compañía se comprometía a informar permanentemente a la asociación de la evolución de la regulación del sector eléctrico y a ofrecer alternativas para la implantación de medidas de eficiencia energética.

La jornada es fruto de la colaboración entre IBERDROLA y HOSBEC.

A la jornada formativa organizada por AEHCOS acudieron 25 personas.

AEHCOS concluye la formación en legionelosis

AEHCOS ha celebrado en colaboración con la Cámara de Comercio de Málaga tres cursos de formación y uno de actualización en materia de legionelosis, en pos de garantizar la máxima calidad en sus establecimientos. El último curso impartido por la empresa SGS Tecnos, tuvo lugar el pasado 19 y 20 de mayo en el Hotel Meliá Costa del Sol (Torremolinos) con un total de 25 plazas. La creciente importancia de este tipo de formación radica en la obligatoriedad, por parte de los hoteles, de contar con personal especializado en legionelosis. AEHCOS escoge puntos estratégicos de la Costa del Sol para impartir dicha formación, considerando las áreas de mayor referencia Marbella, Benalmádena y Málaga.

Con este tipo de jornadas se busca mejorar la gestión de los negocios.

Jornada de formación del Gremio del Maresme

Se busca mejorar las aptitudes de los profesionales

El Gremio de Hostelería del Maresme, en colaboración con GEXTION, ponen en marcha una nueva actividad para todos los establecimientos agremiados: 'Els divendres... esmorzem amb el Gremi!', unos encuentros trimestrales dirigidos a los directivos/gerentes de cada establecimiento. Estos encuentros tienen como finalidad dar a conocer las nuevas herramientas y los conceptos técnicos y legales en relación al sector de la Hostelería y Turismo para que ayuden a los directivos/gerentes a mejorar la gestión de sus establecimientos. Los primeros temas que se tratarán son la respuesta a las necesidades formativas detectadas durante las visitas individualizadas que ha realizado el Gremio de Hostelería del Maresme, conjuntamente con GEXTION, a todos los establecimientos agremiados. Gracias a haber podido conocerlas de primera mano, se podrán dar soluciones a medida y contribuir al crecimiento profesional de los trabajadores del Maresme.

Las patronales canarias se reúnen con el ministro Sebastián

El mes pasado se reunieron el ministro de Industria y Turismo, Miguel Sebastián, el secretario de Estado, Joan Mesquida, el director general de Turespaña, Antonio Bernabé, los diputados Ana Mª Oramas y José Segura y los presidentes de las patronales canarias, Fernando Fraile, Susana Pérez, Carlos Cebriá y José Fernando Cabrera

En el encuentro se analizó la situación turística en Canarias y la estrategia a seguir para mejorar la competitividad, la conectividad aérea y, en consecuencia, las ocupaciones y el empleo.

Las propuestas que plantearon las patronales turísticas fueron, a corto plazo, la exención al 100% de las tasas aeroportuarias, la aplicación del descuento de residente canario a todos los europeos que vuelen desde la Península, el incremento de la formación, garantizar que el ICO Liquidez llegue con mayor facilidad a la pequeña y mediana empresa y aumentar la dotación de personal administrativo en los Consulados de España en países no comunitarios para la concesión de visados. Como medidas a medio y largo plazo se planteó la necesidad de un Plan de Infraestructuras Turísticas, garantizar que parte de la ampliación del ICO Renove dedicado a la renovación hotelera se aplique en Canarias y que las garantías que exigen las entidades financieras sean proporcionales. Todas las partes quedaron muy satisfechas con las conclusiones de la reunión, en las que hubo total unanimidad, esperándose que muy pronto se materialicen en acciones concretas.

Una de las propuestas fue facilitar liquidez monetaria a las empresas.

El presidente del Gobierno analiza la situación del sector turístico y hotelero con sus principales representantes

El presidente del Gobierno, José Luis Rodriguez Zapatero, se reunió el pasado 28 de Mayo con representantes del sector turístico y hotelero con el fin de repasar las diversas cuestiones que preocupan al Sector en estos momentos de crisis y analizar las distintas medidas adoptadas por el Gobierno para reactivar un sector clave para la economía española. Con esta reunión, a la que asistieron también el ministro de Industria, Turismo y Comercio, Miguel Sebastián, entre otros, queda patente la importancia que el presidente del Ejecutivo otorga al sector turístico

En la reunión participaron también el secretario de Estado de Turismo, Joan Mesquida y el director de la Oficina Económica del presidente del Gobierno, mientras que, por parte del sector turístico y hotelero estuvieron presentes Gonzalo Pascual, presidente de la Comisión de Turismo de la CEOE; Juan Molas , presidente de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT); Rafael Gallego, presidente de la Federación Española de Asociaciones de Agencias de Viajes; José Mª Rubio, presidente de la Federación Española de Hostelería y Restauración; Sebastián Escarrer, presidente de Exceltur y copresidente de Sol Meliá; Felipe Navío, presidente de la Asociación Española de Compañías Aéreas; José Manuel Maciñeiras, presidente de la Asociación Empresarial de Agencias de Viajes; Carmen Riu, consejera delegada de Riu Hoteles; Antonio Catalán, presidente de AC Hoteles; Juan José Hidalgo, presidente de Globalia, Simón Pedro Barceló, copresidente del Grupo Barceló y Gabriele Burgio, presidente de NH Hoteles.

Principales cuestiones

El Plan RENOVE TURISMO tiene como objetivo incrementar el valor añadido de infraestructuras turísticas y de todo tipo de alojamiento turístico, agencias de viajes y oferta complementaria. Dotado inicialmente con un presupuesto de 400 millones de euros para 2009, se agotó antes de un mes de su puesta en marcha. No obstante, el Gobierno va a ampliar su presupuesto con otros seiscientos millones, lo que demuestra el compromiso con el Sector.

Los primeros 400 millones del Plan Renove se han destinado a 1.091proyectos con un préstamo medio de 366.633 euros, de 16 Comunidades autónomas, pues Asturias y las Ciudades Autónomas de Ceuta y Melilla no han presentado proyectos.

Las Illes Balears es la primera Comunidad por número de operaciones y por importe: 273 operaciones por importe de 112,6 millones de euros, el 28,69 por 100 del total.

Turismo Científico

Con el fin de incrementar cuantitativamente la actividad de congresos científicos en España, y especialmente para mejorarla cualitativamente, incorporando actividades turísticas de valor añadido a la oferta tradicional de congresos, el Ministerio de Ciencia e Innovación y el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio elaborarán un plan con al menos dos ejes:

- Maximizar el valor turístico de los congresos organizados por entidades científicas españolas y, especialmente, por las que dependen de la Administración General del Estado.

- Mejorar la imagen exterior de España como destino de Turismo científico.

Turismo Social Europeo

Ésta es una de las medidas de apoyo al sector turístico por el lado de la demanda y tiene como objetivo proponer una nueva forma de Turismo sostenible.
La implantación del Turismo Senior Europeo se está produciendo a través de una serie de proyectos pilotos que realizan en las Comunidades autónomas de Illes Balears y de Andalucía, que cofinancian al 50 por 100 la inversión, que asciende a once millones de euros. De cara a la Presidencia Europea en 2010, uno de los objetivos prioritarios del Ministerio de Industria es impulsar el Turismo Social Europeo

Tasas aéreas

Para ayudar al Sector en la actual coyuntura, las aerolíneas se beneficiarán de un 100 por 100 de bonificación si consiguen superar en el segundo semestre del año el número de pasajeros que registraron durante el mismo periodo de 2008.

Junto a esta medida, el presidente del Gobierno también anunció que Canarias se beneficiará temporalmente de una bonificación adicional de las tarifas aeroportuarias para vuelos entre Canarias y la Península, que pasará del 15 al 30 por 100. Esta medida tendrá carácter temporal: entrará vigor el próximo 1 de julio y será efectiva hasta el 31 de diciembre, aunque será prorrogable por otros seis más, en función de la evolución del empleo en el sector turístico. Para el año 2010 la totalidad de las tasas aeroportuarias y de navegación aérea (ruta y aproximación) no sufrirán incremento alguno.

Se trata de la primera vez que un Gobierno decide poner en marcha una medida de este tipo, cuando la tónica general ha sido el incremento de tasas cada año.

Concesión de Visados

El sector turístico y hotelero considera que existe un problema en la concesión de visados de estancia de corta duración (noventa días), que repercute de manera negativa en el sector turístico. Ante esta situación el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio plantea la posibilidad de incrementar la contratación de personal encargado de la gestión y concesión de visados en los consulados, contratación que podía tener carácter temporal durante la duración de la crisis. De este modo, se garantiza la reducción del tiempo que se tarda en la concesión de los visados, a la vez que se cumple con las normas de seguridad que están contempladas tanto en la legislación española, como en las Directivas europeas correspondientes al Área Schengen.

Propiedad intelectual

El sector hotelero ha asumido que tiene que pagar derechos de autor, pero exige que sea una tarifa fija (las entidades establecen el precio que deciden y lo elevan según su criterio) y única (son diez entidades y cada una exige por su parte).

Desde el Ministerio de Industria se ha estado trabajando con el Ministerio de Cultura para proteger al sector turístico y se consiguió paralizar algunas modificaciones que perjudicaban a la industria turística. Los dos Ministerios trabajan para conseguir una cuota razonable de pago y que se cree un fondo único, que luego se reparta entre las entidades de gestión de derechos de autor.

Programa del IMSERSO

Dentro de las propuestas en materia de Turismo para hacer frente a la crisis también se encuentra el refuerzo del Programa de Turismo Social del IMSERSO. Esta medida consistiría en aumentar en 200.000 las plazas ofertadas para la temporada 2009-2010 hasta llegar a las 1.200.000 plazas.

Esta iniciativa es, además, una clara política activa de empleo que también contribuiría a afrontar uno de los principales problemas del Sector, la estacionalidad, y los problemas laborales asociados a ésta.

Se estima que el coste de la inversión para el IMSERSO sería de unos veinte millones de euros. No obstante, los efectos asociados a los estabilizadores automáticos (menor gasto en prestaciones por desempleo, aumento de las cotizaciones a la Seguridad Social y mayores ingresos por impuestos) facilitarían una recuperación de la inversión de, aproximadamente, treinta millones de euros.

Aplazamiento de cuotas

Dentro de las medidas incluidas en el PLAN E del Gobierno se encuentra el aplazamiento de cuotas a la Seguridad Social, que flexibiliza los criterios para la conceder aplazamientos de pago de las cotizaciones y está destinado a aquellas empresas con problemas de liquidez que se comprometan al mantenimiento del empleo. Las empresas serán consideradas al corriente de sus obligaciones con la Seguridad Social, a los efectos de obtención de subvenciones, bonificaciones, contratación y demás establecidos por la legislación.

IVA

Por último, desde el 1 de enero es posible solicitar la devolución del saldo del IVA cada mes, una medida novedosa tanto en España como en Europa con la que se pretende aumentar la liquidez y que, según lo previsto, favorecerá a 300.000 empresas.

España ya tiene un IVA reducido para restaurantes (Hostelería en general) y hoteles, del 7 por 100, uno de los tipos más bajos en la Unión Europea (Francia, de acuerdo a una resolución del ECOFIN, ha decidido reducir el IVA que aplica a las actividades turísticas intensivas en mano de obra hasta el 5,5 por 100).

El presidente de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), Joan Molas, mostró su satisfacción por el encuentro mantenido con el presidente del Gobierno, José Luis Rodríguez Zapatero, teniendo en cuenta que es la primera vez que el Ejecutivo se reúne con la totalidad del sector turístico para hacer frente a la crisis.

"Hemos salido satisfechos porque ha sido una reunión importante, en la que cada uno ha expresado sus inquietudes", recalcó Molas , tras recordar que es "la primera vez que un presidente se reúne con los principales representantes del sector turístico".

El presidente de la CEHAT explicó que durante el encuentro, de unas tres horas de duración, Zapatero quiso conocer de primera mano temas que el sector ya había tratado con el ministro de Industria, Turismo y Comercio, Miguel Sebastián, y se comprometió a su estudio o a su puesta en marcha.

Respecto a la ampliación de las plazas del Imserso, el presidente de la CEHAT señaló que es una medida que combate la estacionalidad, por lo que "garantiza el empleo" y que además permite al Estado recuperar el dinero que invierte a través de impuestos, IVA u otras medidas.

El Sector también solicitó al presidente del Gobierno que, con ocasión de la presidencia de España de la Unión Europea, se estudien medidas para facilitar los visados a los turistas que provengan de países como Rusia, debido al "potencial" de dicho mercado emisor.

Asimismo, Molas entregó a Zapatero un decálogo con una serie de medidas destinadas a los parlamentarios europeos para la defensa del futuro del sector turístico español y la transformación de su modelo de gestión en Europa.

Por otra parte, entre diversas medidas, el presidente del Gobierno también se comprometió a estudiar cuestiones sobre el crédito circulante para la industria hotelera, teniendo en cuenta los problemas de liquidez de dicho Sector

En el encuentro se hizo hincapié, entre otras cuestiones, en la necesidad de facilitar visados a visitantes extranjeros.

Secciones fundamentales en la página 'web' de CEHAT: la Sala de Prensa

La *web* de la Confederación (www.cehat.com) cuenta con una Sala de Prensa con las secciones 'La prensa habla de nosotros', 'Noticias Cehat', 'Entrevistas' y 'Periódico'. El objetivo es fomentar la comunicación externa, facilitar el trabajo de los medios y saciar el interés de los internautas

Las noticias que aparecen en esta sección hacen referencia a la actividad de la Confederación y a las relaciones institucionales que mantenemos para cumplir con la mayor de nuestras misiones: representar los intereses del Sector y conseguir crear el entorno competitivo más favorable para el desarrollo de nuestra actividad.

En 'Noticias CEHAT' van apareciendo estas noticias, contadas pensando en el empresario, el trabajador, el proveedor, el periodista y el internauta.

La sección 'La prensa habla de nosotros' recoge, día a día, las notas aparecidas en todos los medios en los que se cita a CEHAT. Estas inserciones son tanto de medios escritos, en papel y digitales, como en medios audiovisuales, radio y televisión. Esta información es útil tanto para el profesional de los medios de comunicación que necesita conocer la relevancia que pueden tener sus notas basándose en el histórico, como para nuestras asociaciones locales, que necesitan recopilara también este *clippling* para sus memorias y páginas *web*.

En prensa aparecen regularmente noticias de la CEHAT pero también aparecen entrevistas al presidente de CEHAT, Juan Molas, así como al secretario general, Ramón Estalella. Estas entrevistas están recogidas en una sección dedicadas a este tema, en esta sección se pueden encontrar también entrevistas a los presidentes de nuestras asociaciones locales.

El Periódico de CEHAT también puede descargarse desde nuestra página *web*. Para ello, hay que entrar como usuario registrado. El proceso de registro es muy sencillo y sólo requiere del nombre y de una dirección de email.

La sala de prensa de la página de CEHAT aporta información sobre las actividades de la Confederación Hotelera.

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	
Sol Meliá: Mejor tarifa disponible.	☎ 902 10 07 63 Cod.cliente. 200378
AC Hoteles: Importantes descuentos según hotel.	☎ 902 29 22 93
Barceló Hotels: Descuento del 5% sobre Tarifa Barceló Best.	☎ 902 10 10 01
H10 Hotels: Descuento del 50% Rack.	☎ 902 10 09 06
Sallés Hotels: Descuento del 50% sobre tarifa aplicable.	☎ 902 11 10 20
Playa Senator: Descuento del 25% sobre tarifa oficial.	☎ 902 62 71 60
Husa Hotels: Descuento del 10% sobre tarifa web.	☎ 902 10 07 10
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.	

▸ HOTELES	
Hoteles Jale: Descuento del 10% sobre tarifa web.	☎ 902 370 077
Rafael Hoteles: Mejor tarifa disponible.	☎ 902 10 00 15
Hoteles independientes: Más información en la *web* de CEHAT, apartado 'Tarjeta Vip'	
HI-Tech Hotels: Descuento del 50% sobre tarifa oficial.	Directamente con el hotel
Hoteles Elba: Descuento del 10% sobre mejor tarifa disponible.	Directamente con el hotel
IFA-Lopesan: Descuento del 20% sobre tarifa web.	A través de la página web www.lopesanhotels.com
JM Hoteles: Descuento del 55% sobre tarifa oficial.	☎ 902 12 40 40

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 Q de Calidad

Instituto para la Calidad Turística Española, ICTE

Junio 2009

El ICTE hace entrega de certificados “Q” de calidad a 49 empresas de Castellón y Valencia

La Consellera destaca que hemos conseguido ser una de las de primeras comunidades autónomas españolas en el número de empresas certificadas.

La consellera de Turisme, Angélica Such, ha destacado que un total de 49 empresas y entidades turísticas de la provincia de Castellón y Valencia "han obtenido los certificados "Q" de calidad".

La Consellera ha realizado estas declaraciones en el acto de entrega los certificados de calidad a empresas y entidades turísticas de Castellón y Valencia que han sido galardonados con este distintivo de calidad.

Cabe destacar que de las 49 empresas que han obtenido la Q de calidad, 28 han renovado este galardón conseguido en años anteriores (18 empresas de la provincia de Valencia y 10 de Castellón).

Angélica Such ha resaltado que el certificado Q de calidad turística, este año "ha recaído por primera vez en 21 empresas y entidades, 16 de la provincia de Valencia y 5 de la de Castellón, premiando el esfuerzo realizado para impulsar la calidad y la gestión medioambiental".

La titular de Turisme ha destacado que los distintivos de calidad entregados "reflejan la voluntad de los miembros del Qualitur Club de prestar servicios ajustados a las necesidades de los turistas que nos visitan y el ánimo de seguir trabajando para que este compromiso se mantenga a lo largo del tiempo".

"Entre todos, hemos conseguido que la Comunitat Valenciana sea una de primeras comunidades autónomas españolas por el número de certificados "Q" de calidad obtenidos, siendo éste un valor que nos diferencia y nos hace más competitivos en el mercado nacional e internacional", ha resaltado Angélica Such.

En el acto, la Consellera ha felicitado a todas las empresas y entidades que han recibido este reconocimiento "por su apuesta diaria por la calidad de sus servicios y especialmente a aquellos que han obtenido por vez primera un certificado de calidad".

Asimismo, Angélica Such ha agradecido el trabajo que realizan el ICTE y sus delegaciones territoriales en la Comunitat "para difundir la cultura de la calidad entre las empresas turísticas, así como a los Servicios de Turismo de las Cámaras de Comercio de Castellón y Valencia al prestar un apoyo constante a las empresas que deciden hacer de la calidad su bandera".

La titular de Turisme ha hecho hincapié en los buenos resultados obtenidos por el Plan Integral de Calidad del Turismo Valenciano 2003-2008, que sitúan a la Comunitat "como uno de los destinos turísticos de referencia en España en materia de calidad y gestión ambiental".

Además, Angélica Such ha recordado que la Conselleria de Turisme mantiene su apuesta por el fomento de la calidad como una de sus líneas estratégicas de actuación incluida en el Plan de Competitividad.

"En el marco del Plan de Competitividad estamos incidiendo en la promoción de las empresas certificadas, desarrollando nuevos programas de formación y asistencia técnica directa a las empresas", ha argumentado Such.

PREMIO "Q" de Calidad Turística a la Consellería de Turisme

Por su parte el Presidente del ICTE destacó la buena sintonía que existe entre el instituto y la Consellería de Turisme, ya que ambas instituciones trabajan conjuntamente en la mejora de la calidad en el sector turístico.

Fruto de este esfuerzo, la Junta Directiva del Instituto aprobó otorgar a la Conselleria de Turisme del Premio "Q" de Calidad Turística correspondiente al año 2008 y que le fue entregado en este mismo acto de reconocimiento a las empresas turísticas.

Convenio de colaboración con el ICTE

La Consellera y el Presidente del ICTE han firmado un convenio de colaboración para la realización de actuaciones que favorezcan la implantación del Sistema de Calidad Turística Española en las empresas de la Comunitat y la obtención de la marca "Q" de calidad.

Para Angélica Such, "este convenio que firmamos con el ICTE persigue el objetivo de extender la cultura de la calidad entre todos los subsectores turísticos de la Comunitat".

Mediante este convenio de colaboración el ICTE se compromete a fomentar la implantación del Sistema de Calidad Turístico Español entre las empresas de la Comunitat Valenciana a través de formación on-line, asesoramiento técnico y visitas a las empresas participantes. Por su parte, la Conselleria de Turisme, se compromete a aportar 15.000 euros en 2009 para financiar las actuaciones previstas y a difundir el proyecto, así como de la selección de empresas y seguimiento de resultados.

Empresas certificadas de Valencia y Castellón

El Presidente del ICTE le hace entrega del Premio “Q” a la Consellera de Turisme de la Comunitat Valenciana.

Firma del convenio entre el ICTE y la Consellería de Turisme.

La Secretaría de Estado de Turismo y las agencias de viajes se unen para difundir la Calidad Turística

Se trata de reforzar el papel de este subsector turístico como garantía de calidad y seguridad en la organización de viajes. Es la primera vez que se firma un acuerdo de estas características.

El Secretario de Estado de Turismo, Joan Mesquida, firmó el 18 de mayo un acuerdo de colaboración con los presidentes de las principales asociaciones de agencias de viajes españolas, para difundir de forma conjunta la calidad del sistema turístico español.

Mesquida rubricó el acuerdo esta mañana con Rafael Gallego, presidente de la Federación Española de Asociaciones de Agencias de Viajes (FEAAV); José Manuel Maciñeiras, presidente de la Confederación Española de Agencias de Viajes y Turoperadores (CEAVYT) y la Asociación Española de Agencias de Viajes (AEDAVE); Carmelo Hernández, presidente de la Asociación de Mayoristas de Viajes Españolas (AMAVE) y Javier Bustamante, presidente de la Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas (SEGITTUR).

Este acuerdo permitirá reforzar la imagen de la actividad profesional de las Agencias de Viajes como prestadores de un servicio profesional de alta cualificación y de generación de valor turístico añadido, mediante campañas específicas que resalten la calidad del asesoramiento y las ventajas de la reserva a través de las mismas.

Estas campañas se desarrollarán en medios escritos nacionales y locales tanto de información general como especializada, en el ámbito de la promoción y difusión de la Q de calidad, marca que certifica la calidad en el sistema turístico de España.

Firma del acuerdo entre la SET y las Agencias de Viaje.

Por su parte, las asociaciones firmantes se comprometen a colaborar en la difusión entre sus asociados de la marca de Calidad Turística Española así como a promover y potenciar la implantación de este sistema.

También divulgarán entre las propias agencias las actuaciones del plan Renove puesto en marcha por la Secretaría de Estado de Turismo dentro de las medidas adoptadas en el marco del Plan E, con el fin de que como beneficiarias puedan incrementar la calidad de sus infraestructuras.

TURQUÍA RECIBE LAS PROPUESTAS ESPAÑOLAS DE NORMALIZACIÓN INTERNACIONAL

Miembros del Comité ISO TC 228

El Comité ISO TC/228 para el Turismo acogió las propuestas de normalización para Clubes Náuticos, Turismo Industrial y Palacios de Congresos.

España, líder en normalización turística participó en la IV reunión internacional del Comité ISO para el Turismo, que tuvo lugar en Cappadocia, Turquía, el 20 y 21 de Abril, donde se debatieron importantes propuestas normalizadoras turísticas, que después del proceso de votación que señalan los procedimientos de ISO podrán ser sectores a normalizar.

Las propuestas presentadas, Clubes Náuticos y Turismo Industrial, cuentan con el completo apoyo de estos sectores a nivel nacional, petición que hacen al ICTE para que las normas con las que están trabajando en la actualidad puedan convertirse en referencias normativas internacionales.

El sector náutico, de la mano de la CEACNA (Confederación Española de Clubes Náuticos), propone la normalización de "servicios turísticos en clubes náuticos y puertos deportivos", cuyo objetivo es la regulación de las instalaciones y equipos; la prestación de servicios y gestión de exigencia de los clubes náuticos, puertos deportivos, marítimos o embarcaciones de competición y de puerto. Esta propuesta excluye cualquier referencia a la normalización de la práctica deportiva o a la actividad portuaria fuera del objeto de esta proposición.

Por su parte, el Consejo Superior de Cámaras de Comercio, propone al ICTE la normalización de visitas a las industrias que operen en la actualidad, o formen parte de un patrimonio industrial, con especial énfasis en la gestión, formación, información, seguridad, puntos de venta, instalaciones y equipos de prestación de servicios dentro de la visita guiada.

Italia, Turquía, Bulgaria, Serbia y Argentina son países que han mostrado especial interés en participar activamente en la elaboración de esta norma.

En este mismo escenario España presentó la propuesta normativa para Palacios de Congresos, iniciativa a la que Italia se sumó, proponiendo durante dicha reunión la normalización de Convention Bureau.

El Ministro de Cultura y Turismo turco, dio la bienvenida a este numeroso grupo de expertos mundiales, donde participan 64 países, indicando la importancia del turismo en la riqueza patrimonial y humana de los países, ya que es un motor importante en la economía mundial, generador de puestos de trabajo y ensalza los valores y riquezas de los lugares que se visitan.

Constituido el CTN 302 Turismo Industrial

El 13 de mayo se constituyó el comité CTN 302 que abordará los trabajos de redacción de una norma para las empresas y organizaciones que trabajan para el desarrollo del turismo industrial en España. El ICTE como órgano representativo del sector turístico en materia de Calidad en España solicitó por deseo de la Cámara de Toledo, el Consejo superior de Cámaras y otras instituciones, la propuesta de creación de este órgano de trabajo en la sede de AENOR.

Miembros del CTN 302 Turismo Industrial.

El instituto solicitó a través de un informe de viabilidad a los órganos de gobierno de AENOR, la creación de un comité técnico de normalización para el desarrollo de una norma nacional para las actividades relacionadas con el turismo industrial. Este informe fue aprobado por dicho órgano de gobierno y posteriormente autorizado el 25 de marzo en el B.O.E. nº 72 por el Ministerio de Industria Comercio y Turismo para normalizar en el campo de aplicación establecido.

El trabajo que sobre la norma va a realizarse tiene como objetivo normalizar las visitas en empresas y organizaciones que deseen mostrar sus procesos y su saber hacer, generando experiencias basadas en la actividad industrial, científica y técnica del presente y del pasado. Dichos servicios turísticos son prestados en la industria viva y patrimonio industrial.

Durante esta primera reunión de constitución D. Antoni Costa, Director del Centro de Conocimiento e Innovación Turística del Consejo Superior de Cámaras fue elegido por unanimidad Presidente del Comité 302, asumiendo las responsabilidades propias del cargo aglutinando a más de cuarenta personas. Dentro de dicho comité, en cuya composición se hallan representados Instituciones públicas, el sector profesional, representantes de consumidores y usuarios, el sector académico y otros comités técnicos de normalización interesados, se aprobó la constitución de un grupo de trabajo de expertos que redactará los requisitos que aparecerán en el borrador que se aprobará en el seno del comité y posteriormente enviado a información pública a través del Boletín oficial del Estado.

La Tourist Info Vall de Pop recibe en presencia de la Consellera la distinción de calidad que otorga ICTE

Angélica Such: "La Comunitat es un claro referente de la calidad en los servicios de información turística"

La Comunitat con 19 oficinas certificadas se ha convertido en tan solo dos años en la segunda comunidad autónoma con más distinciones "Q". Such ha anunciado que está previsto incorporar a la Red 15 nuevas oficinas en 2009 bajo el marco del Plan Especial de Apoyo a los Sectores Productivos.

La consellera de Turisme, Angélica Such, ha destacado que "la Comunitat Valenciana se ha convertido en un claro referente de la cultura de calidad en los servicios de información turística; gracias en parte por la apuesta firme de la Generalitat por las certificaciones de calidad como distintivo del buen servicio que prestan".

"Además -ha añadido Such- estas actuaciones para impulsar la calidad son imprescindibles para que nuestra Comunitat siga siendo un destino turístico diferenciado y competitivo en el mercado nacional e internacional".

La Consellera realizó estas declaraciones el 11 de mayo durante el acto de reconocimiento de la obtención de la marca "Q" de calidad a la Tourist Info Vall de Pop; certificado que otorga el ICTE como distintivo de un servicio excelente y eficaz.

La consellera de Turisme expresó su satisfacción por la obtención de la certificación "Q" de calidad, de la oficina Tourist Vall de Pop, "esta oficina es la tercera de la Costa Blanca en obtener esta certificación, la primera de la Marina Alta, la primera ubicada en el interior de la provincia de Alicante, y la primera de toda la Comunitat gestionada por una Mancomunidad".

En este sentido, Such ha destacado que con esta nueva incorporación al sistema de gestión de calidad, "en tan sólo dos años, la Comunitat Valenciana se ha convertido con 19 Tourist Info en la segunda comunidad autónoma en número de oficinas de información turística que disponen de la marca "Q" de calidad que otorga el ICTE.

Respecto a este tema, la titular de Turisme anunció que "en 2009 otras 12 oficinas de la Red Tourist Info están implantando el Sistema de Calidad para obtener la marca "Q" a finales de año".

Entrega de la Q de Calidad a la Tourist Info de Vall de Pop

Además Such ha anunciado que está previsto incorporar a la Red 15 nuevas oficinas en 2009 bajo el marco del Plan Especial de Apoyo a los Sectores Productivos.

La titular de Turisme ha mostrado su total satisfacción por el trabajo realizado, "prueba de ello es el reconocimiento que el ICTE dio a la labor de difusión de la cultura de calidad, a través de las oficinas de la Red de información turística".

Feria GREEN CANTABRIA

Es la primera feria de estas características a la que acude el Instituto, debido principalmente a que el ICTE ha elaborado, conjuntamente con otros agentes, una norma de calidad para Campos de Golf.

Esta muestra le parece una cita muy apropiada para difundir este producto turístico, así como del Sistema de Calidad Turístico Español y de sus empresas certificadas.

El ICTE participó en la Feria Expovacaciones 2009

El Instituto para la Calidad Turística Española estuvo presente en Expovacaciones, del 7 al 10 de Mayo, a través de su stand, para ofrecer información sobre su labor.

Este tipo de encuentros feriales permiten al ICTE fomentar la cultura de la calidad entre los usuarios, además de establecer contactos con distintas administraciones turísticas. Es esta ocasión, el director general del Instituto, Fernando Fraile, se reunió con el Consejero de Turismo del Gobierno de Cantabria, así como con el Director General de Turismo del Gobierno de Aragón, entre otros representantes de distintas Comunidades Autónomas.

La Feria del Turismo y del Tiempo Libre, ha contado con la presencia de 18 países y casi la totalidad de las comunidades autónomas, ayuntamientos, patronatos, comarcas, y otros organismos públicos nacionales e internacionales relacionados con el turismo, además de agencias de viajes y mayoristas, compañías de transporte, alojamientos, puertos deportivos, parques de ocio y empresas de diversas modalidades de turismo.

En el marco de la Feria, tuvo lugar la reunión del "Comité Técnico de Normalización 186 GT1 Establecimientos y Servicios Turísticos de Salud a través del agua".

VERSATILIDAD

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

REGULARIDAD

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

SENCILLEZ

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

CONTROL

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

IDEADUO

CAPPUCCINO

2 molinos, 2 tipos de café

Una IDEA para un espresso perfecto

¡Ya es posible obtener un perfecto espresso, pulsando sólo un botón!

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

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

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

Pasión por el Café

Saeco

Sant Ferran, 34-36 (Polígono Almeda) 08940 CORNELLA - Barcelona - Tel. 93 474 00 17 - Fax 93 474 04 34 - www.saeco-vending.com

Instrumentos de Trabajo

Nuestras Publicaciones no están en las salas de espera

NEXOTUR.com
AGENCIAS DE VIAJES
PERIODICO **DIARIO** *ONLINE*

CONEXO.net
REUNIONES E INCENTIVOS
PERIODICO **DIARIO** *ONLINE*

Nexobús.com
TRANSPORTE DE PASAJEROS
PERIODICO **DIARIO** *ONLINE*

NexoHotel.com
HOTELERIA Y ALOJAMIENTO
PERIODICO **DIARIO** *ONLINE*

NEXOTUR
AGENCIAS DE VIAJES
PERIODICO **SEMANAL** (50 EDICIONES)

CONEXO
REUNIONES E INCENTIVOS
PERIODICO **MENSUAL** (11 EDICIONES)

Nexobús
TRANSPORTE DE PASAJEROS
PERIODICO **MENSUAL** (11 EDICIONES)

CEHAT
HOTELERIA ESPAÑOLA
PERIODICO **MENSUAL** (10 EDICIONES)

CIAS CON 'Q' DE CALIDAD
MENSUAL (11 EDICIONES)

NOTICIEROPC
ORGANIZADORES CONGRESOS
BIMESTRAL (6 EDICIONES)

destinomadrid
TURISMO DE MADRID
TRIMESTRAL (4 EDICIONES)

Talonotel
RESERVAS DE HOTEL
PERIODICO QUINCENAL (24 EDICIONES)

NEXOTUR
DIRECTORIO DE AGENCIAS
ANUARIO (1 EDICION)

NEXOHOTEL
PROVEEDORES DE HOTELES
ANUARIO (1 EDICION)

RANKING
EMPRESAS TURÍSTICAS
PERIODICOS ANUALES (4 EDICIONES)

PROTAGONISTAS
DEL TURISMO EN ESPAÑA
PERIODICOS ANUALES (2 EDICIONES)

CIMET
CONFERENCIA IBERO-AMERICANA DE TURISMO

Turnexo
SALON PROFESIONAL DEL AGENTE DE VIAJES

NexoBusiness
SALON DE CONVENCIONES, CONGRESOS E INCENTIVOS

BIBLIOTECA NEXOTUR
BIBLIOTECA NEXOTUR DEL TURISMO ESPAÑOL

...nio Madrid Excelente al ...no 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.com — TRANSPORTE DE MERCANCIAS — PERIODICO **DIARIO** *ONLINE*

NexoLog.com — LOGISTICA DE TRANSPORTE — PERIODICO **DIARIO** *ONLINE*

Nexotrans — TRANSPORTE DE MERCANCIAS — PERIODICO **SEMANAL** (50 EDICIONES)

Nexocar — INDUSTRIA AUXILIAR AUTOMOCION — PERIODICO **MENSUAL** (11 EDICIONES)

GOLD&TIME — JOYERIA Y GEMOLOGÍA — PERIODICO MENSUAL (11 EDICIONES)

NEXOTIME ALTA RELOJERIA — RELOJERIA COMERCIAL Y ALTA GAMA — REVISTA BIMESTRAL (5 EDICIONES)

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

ALTA RELOJERIA — RELOJERIA DE ALTA GAMA — CUATRIMESTRAL (3 EDICIONES)

GOLD&TIME DOSSIER — DE JOYERIA ESPAÑOLA — MENSUAL (10 EDICIONES)

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

ART&VALUE — TASACION DE ALHAJAS — MENSUAL (11 EDICIONES)

HORA DE MADRID — RELOJEROS DE MADRID — PERIODICO MENSUAL (11 EDICIONES)

Obra Nueva — ENSEÑANZA DE JOYERIA — MENSUAL (11 EDICIONES)

Cronometría — RELOJEROS DE VALENCIA — PERIODICO MENSUAL (11 EDICIONES)

VOLVO EN RUTA — TRANSPORTE MERCANCIAS — CUATRIMESTRAL (3 EDICIONES)

Michelin Camión — TRANSPORTE MERCANCIAS — CUATRIMESTRAL (3 EDICIONES)

PRODIAM — ENCUENTRO DEL DIAMANTE Y LAS PIEDRAS PRECIOSAS

NEXOTIME FORO — FORO ANUAL DE LA RELOJERIA ESPAÑOLA

AEJ — ENGASTADO DE JOYAS — PERIODICO MENSUAL (11 EDICIONES)

SEMPSA — METALES PRECIOSOS — PERIODICO MENSUAL (11 EDICIONES)

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

NEXO *editores s.a.*

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

Madrid presenta su oferta de hoteles para los JJOO de 2016

La capital cuenta con 2.900 habitaciones más de las que exige el COI

La candidatura de Madrid dispone de 42.900 habitaciones para la familia olímpica de cara a la posible organización de los JJOO de 2016. Con esta cifra, Madrid supera en 2.900 habitaciones el mínimo exigido por el COI y amplía en 7.900 su oferta de alojamiento que presentó en la candidatura de 2005, uno de los aspectos en los que fue menos valorada.

El delegado del área de Economía y Empleo del Ayuntamiento de Madrid, Miguel Angel Villanueva, y el presidente de la Asociación Empresarial Hotelera de Madrid (AEHM), Jesús Gatell, han explicado que Madrid 2016 presenta "una mejora sustancial en el alojamiento" respecto a hace cuatro años y ha puntualizado que, a las 42.900 habitaciones, hay que añadir 5.000 más de la Villa de Medios, en las que se alojarían los periodistas que se desplazaran a la ciudad.

En su candidatura de 2005, la capital de España fue la ciudad con menor número de habitaciones por detrás de Londres, París, Nueva York y Moscú y el alojamiento fue uno de los aspectos en los que recibió una menor puntuación junto con la seguridad.

Al respecto, Villanueva ha señalado que la candidatura de Madrid 2016 tiene un ratio habitante / plaza hotelera mayor que dos de sus competidoras, Tokio y Chicago, pero menor que la de la cuarta ciudad candidata, Río de Janeiro.

Desde 429 a 186 euros

En cuanto a los precios de los hoteles, los de cinco estrellas gran lujo cobrarán una media de 429 euros, los de cinco estrellas 298, los de cuatro estrellas 251 y los de tres estrellas 186 euros.

Por último, Villanueva ha destacado que se trata de una oferta hotelera "de calidad, moderna y accesible en transporte público" y ha subrayado que desde el año 2000 se han abierto en la ciudad 90 nuevos hoteles que han aumentado la oferta en 10.000 habitaciones, un 83% de las cuales corresponden a establecimientos de cuatro y cinco estrellas.

Madrid aspira a ser sede de los Juegos Olímpicos de 2016.

Hotusa aumenta su cartera en 111 establecimientos

Hotusa ha ampliado su presencia internacional con un hotel en Singapur.

Hotusa Hotels ha incrementado su portafolio en marzo y abril con 111 nuevos establecimientos, 40 en España y 71 en el extranjero. Con estas incorporaciones, la cadena cuenta con más de 2.330 establecimientos asociados en 27 países europeos, 12 latinoamericanos, cuatro africanos, tres asiáticos y en Estados Unidos y Canadá.

La compañía ha ampliado su presencia en Italia con 30 nuevos hoteles independientes, Francia con 15 y ha incorporado su primer establecimiento en Singapur con el Berjaya Hotel Singapur de cuatro estrellas.

Además, la cadena ha asociado nuevos establecimientos en Portugal, Estados Unidos, Argentina, Holanda, Alemania, México, Turquía, la República Checa y Hungría.

En lo que respecta a nuestro país, Hotusa Hotels ha incorporado hoteles en Andalucía (8), Cataluña (7), Galicia y Valencia (5), Madrid (4), Aragón (2) y Asturias, Baleares, Castilla La Mancha, Castilla y León, Murcia, Navarra y el País Vasco (1).

Oasis incorporará un hotel en Marruecos

Oasis Hotel & Resorts, la cadena hotelera del Grupo Globalia, ha firmado un acuerdo con el fondo de inversiones turísticas Actif Invest por el cual la compañía española gestionará un nuevo hotel en Agadir (Marruecos) a partir de 2011 en lo que supone el "comienzo de la expansión" de la compañía en el país norteafricano.

El Hotel Oasis Agadir se encuentra actualmente en proceso de construcción y, tal y como ha explicado la cadena española, tendrá una categoría de cuatro estrellas. El complejo dispone de 14.571 metros cuadrados de suelo y 19.400 de superficie abierta y cuenta con 252 habitaciones, tres restaurantes, piscina, spa y una sala especialmente diseñada para la organización de seminarios.

Por último, Oasis ha precisado que Actif Invest es la sociedad de gestión de fondos de inversiones inmobiliarias y turísticas "más grande de Marruecos".

El nuevo hotel de Oasis se encuentra en la ciudad marroquí de Agadir.

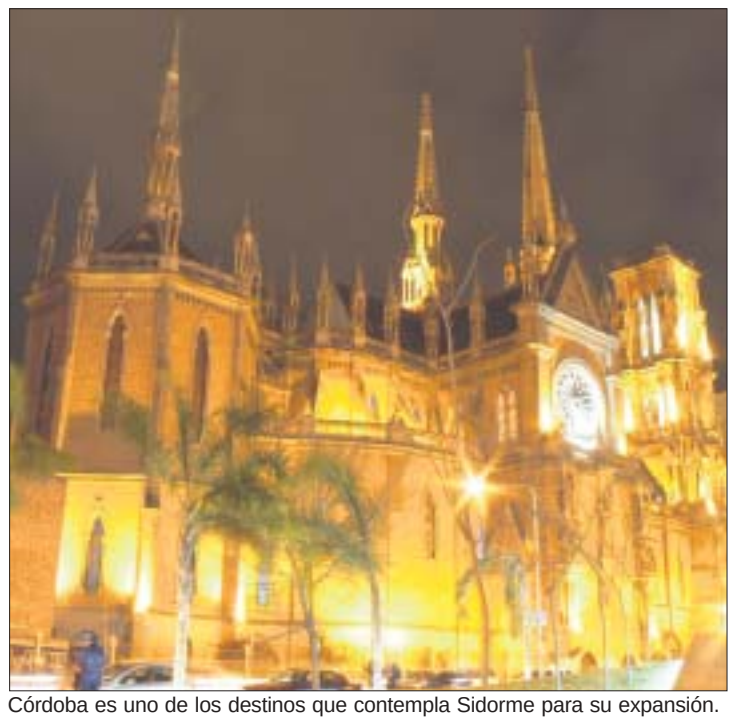
Sidorme extenderá su negocio a hoteles en ciudades medianas

La cadena de establecimientos de bajo coste Sidorme Hotels ha anunciado que extenderá su modelo de negocio a hoteles que estén en el casco urbano de ciudades con una población de más de 100.000 habitantes y superen las 40 habitaciones

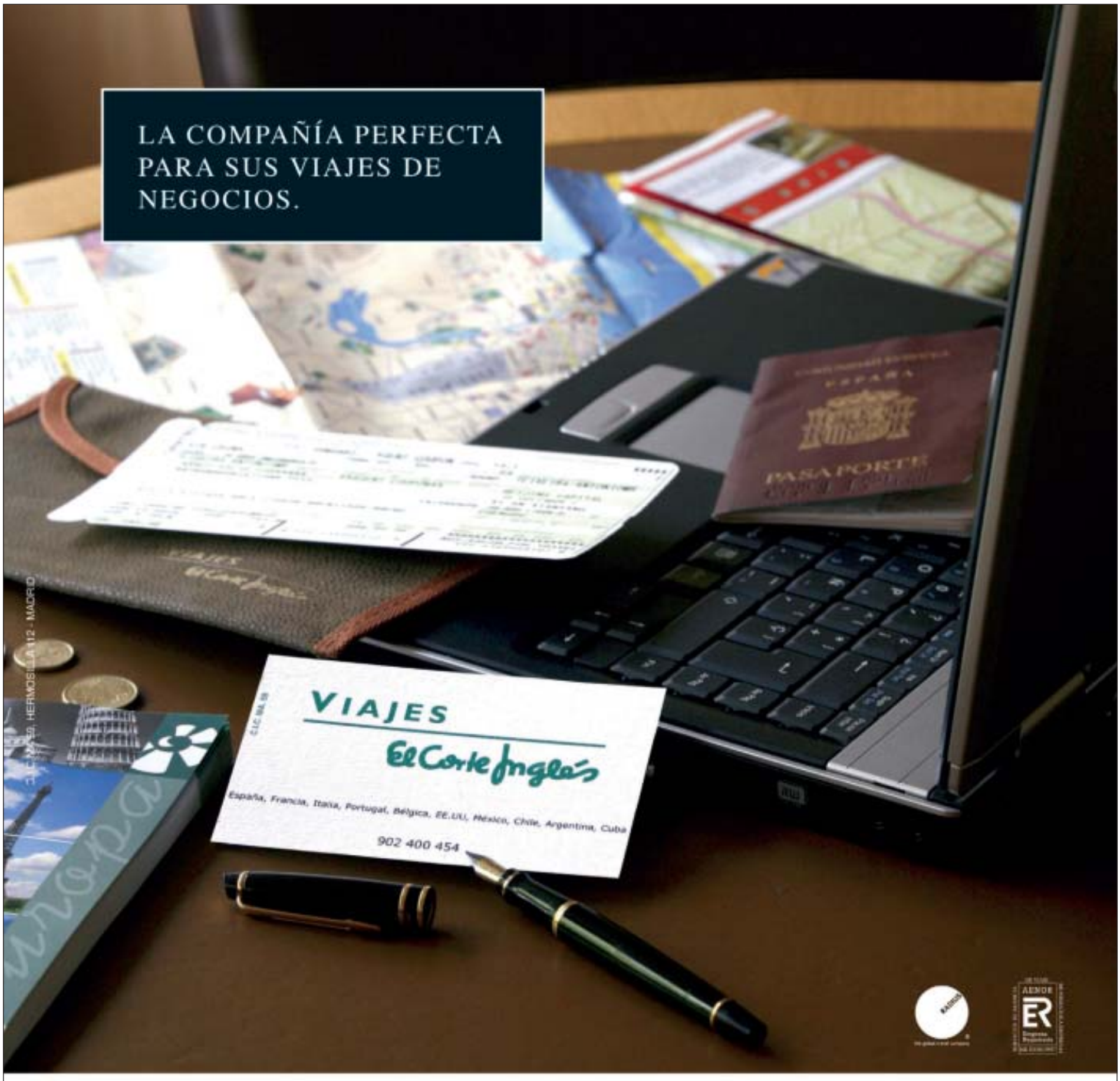
La cadena española ha explicado que ofrecerá a los propietarios interesados distintas alternativas como contratos de alquiler, gestión, franquicia u otros de común acuerdo y ha destacado que esta vía de expansión "ayudará a determinados hoteles" a "adaptarse a la realidad presente y futura" en la que es "extremadamente importante" el ajuste entre la oferta y la demanda y satisfacer las expectativas de los clientes actuales, que están "muy bien informados" gracias al uso masivo de Internet.

"Muchos hoteles están fuertemente presionados por la situación económica, que ha provocado fuertes restricciones en el gasto de viajes", ha añadido el presidente de la empresa, Fernando Rivas.

En este sentido, Rivas ha precisado que quieren conseguir acuerdos con hoteles independientes situados en el centro de las ciudades a los que darán un "carácter moderno con el que el cliente siente que recibe más de lo que paga". El presidente de Sidorme Hotels ha señalado además que su modelo de negocio proporciona un "alto contenido de servicios a un precio low cost gracias a la optimización de costes en todo el proceso hotelero", lo que permite ofrecer un hotel "al mejor precio, más competitivo que otros similares y con un ahorro de entre un 20% y un 40%". Por último, Rivas ha puntualizado que los destinos en los que la compañía quiere incorporar hoteles son varias ciudades andaluzas como Málaga, Sevilla, Córdoba, Almería, Jerez de la Frontera o Cádiz y otras del resto de España como Madrid, Barcelona, Zaragoza, Alicante o Bilbao.



Córdoba es uno de los destinos que contempla Sidorme para su expansión.



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.
- Un servicio "a medida", adaptado a sus necesidades y garantizando una notable reducción de costes sin disminuir la calidad.
- Nuevas soluciones tecnológicas para el control de sus gastos de viaje.
- 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

Benidorm y Toledo acogen las segundas jornadas sobre innovación turística, que incluyen ocho nuevas ciudades

El Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) y la Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas (Segittur), con el apoyo de la Secretaría de Estado de Turismo, han puesto en marcha su ciclo de jornadas de innovación dirigidas al sector turístico, 'La innovación, clave para el Turismo del siglo XXI'. Estas jornadas son continuación de las que se celebraron el año pasado y cuentan con ocho nuevas ubicaciones (Benidorm, Toledo, Pamplona, Lleida, Las Palmas, Santiago de Compostela, Sevilla, y Madrid). Para ello, se ha dispuesto además de la colaboración de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) y la Federación Española de Hostelería (FEHR)

Estas jornadas permiten acercar la innovación y sus herramientas de aplicación sobre casos probados de éxito y son una oportunidad para adquirir nuevos conocimientos que den respuesta a las tendencias y los retos del mercado turístico (nuevos destinos, dependencia de mercados emisores, necesidades de los clientes, etc.). En ellas, distintos expertos interpretan la situación actual, dan a conocer nuevas herramientas para la gestión del negocio y desvelan las claves necesarias para mejorar la promoción, comunicación y comercialización a través de las nuevas tecnologías. El pasado 14 de mayo se inició el *roadshow* en Benidorm en el Gran Hotel Bali, en el cual se contó con una notable presencia de autoridades, tanto a nivel nacional ,como el director General de TURESPAÑA, Antonio Bernabé y el director del Instituto de Estudios Turísticos del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, Vicente Monfort, así como a nivel autonómico y local, como Matías Pérez Such, secretario Autonómico de Industria, Comercio e Innovación de la Generalitat Valenciana, y Agustín Grau, director general de Turismo de Interior de la Conselleria de Turismo de la Generalitat Valenciana, así como el alcalde de Benidorm, Manuel Pérez Fenoll.

En cuanto a los temas tratados, destacaron la aportación de Vicente Monfort (IET) sobre la necesidad del Sector de adaptarse a la Nueva Economía, de manera que el Turismo se debe centrar en la gestión del conocimiento, el desarrollo del talento de los recursos humanos, la utilización de Internet como canal de promoción y comercialización y la mejora de la productividad a través de las nuevas tecnologías, y por ello, se deben desarrollar acciones de innovación enfocadas a estas palancas. Para ello, se cuentan con una serie de ayudas destinadas al desarrollo de proyectos de innovación, tal y como comentó Alvaro Carrillo (ITH), cuya ponencia se enfocó principalmente hacia la innovación que debemos liderar.

Además, Carrillo comentó la situación y oportunidades que se presentan con la Televisión Digital Terrestre y la Factura Electrónica, ambas obligatorias a partir del 2010.

Por su parte, Javier Bauxali (FEHV) habló de los Terminales Punto de Venta (TPV) y de la integración de éstos en Internet y en los procesos productivos de, sobre todo, restaurantes y cafeterías.

El evento se cerró con la ponencia 'Cómo vender más y mejor utilizando Internet', en la que Carlos Romero (SEGITTUR) habló de las acciones de innovación que se están desarrollando para facilitar la comercialización del producto turístico español en el exterior.

A continuación, Beatriz Cecilia (FEHR) introdujo el Club de producto como herramienta novedosa en la cual las empresas se asocian bajo un denominador común, de manera que se facilite su promoción, se generen sinergias y se aúnan esfuerzos.

Por último, Jaime Pons (ITH) destacó los principales ejemplos de carácter práctico de estrategias y acciones que han tenido éxito en la *web* para adaptarse a los gustos de los nuevos consumidores en diferentes canales (redes sociales, móviles, blogs turísticos) y enseñó nuevas herramientas gratuitas que ayudan al Sector a mejorar su posicionamiento en Internet y a darse a conocer en las redes a través de los videos, etc.

Esta jornada presentó una gran afluencia de asistentes y medios de comunicación, con más de 120 participantes y más de 15 medios escritos, radio y televisión. También se celebró en Toledo la segunda de las jornadas, concretamente en el Hotel Kris Doménico, el pasado 28 de mayo, en la cual se concluyó que el sector turístico debe transformarse de intensivo en mano de obra en intensivo en conocimiento, a través de las innovación y la formación de sus recursos. Para ello, se desarrollaron diversas ponencias que trataron estos temas.

Concretamente, Vicente Monfort (IET), destacó aquellos puntos sobre los que hay que incidir para mejorar el sector turístico como el empleo generado por el Sector que no es competitivo y se puso el acento en que la productividad es una de las más bajas de la economía española y en el desarrollo del I+D+i centrado en este Sector.

En cuanto a las herramientas para la mejora de la gestión empresarial, Javier Orta (Asociación Hostelería Asturias) resaltó que es necesario recortar los costes por trabajador pero eso no significa reducir la plantilla, sino introducir nuevas tecnologías que le den tiempo para dedicarlo a otras cuestiones del negocio.

Alvaro Carrillo (ITH) se centró en dar a conocer las oportunidades de negocio y la reducción de costes que ofrecen la TDT y la facturación electrónica, aún desconocidas por el Sector. Por último, Rafaela Mayo (INE) explicó la utilidad de la Encuesta de Ocupación Hotelera, que permite a los empresarios el uso de una estadística oficial en la toma de decisiones, y el desarrollo de la integración de la información por parte de los hoteles de manera telemática.

Asimismo, Carlos Romero, Beatriz Cecilia y Jaime Pons hicieron hincapié en las diversas herramientas existentes para la introducción del Sector en Internet y los medios sociales, de manera que utilicen toda la potencialidad que ofrece este nuevo canal y de este modo, se enfoquen hacia segmentos concretos de clientes, cumpliendo con sus expectativas.

En estas jornadas se contó con la presencia de la directora general de Turismo de Castilla La Mancha, Pilar Cuevas, y la concejala de Turismo de la ciudad, Milagros Tolón.

A lo largo de los siguientes meses se celebrarán el resto de jornadas que completan el ciclo, como son Pamplona (18 de junio), Lleida (2 de julio), Las Palmas (1 de octubre), Santiago de Compostela (29 de octubre), Sevilla (26 de noviembre) y Madrid (10 de diciembre).

El director general de TURESPAÑA, Antonio Bernabé, durante la jornada que el ITH organizó en Benidorm.

La jornada profesional contó con más de 120 asistentes y cerca de 15 medios de comunicación acreditados.

'Jaime Pons destacó los principales ejemplos de carácter práctico de estrategias y acciones que han tenido éxito en la web'

Expertos destacan que el Sector debe aprovechar la tecnología para mejorar la comercialización

Los expertos reunidos en las II Jornadas 'La innovación, clave para el turismo del Siglo XXI', organizadas por SEGITTUR y el ITH, destacan que el sector turístico debe aprovechar las herramientas tecnológicas para mejorar la comercialización.

Estas jornadas, que forman parte del acuerdo de colaboración suscrito entre SEGITTUR y el ITH, están impulsadas por la Secretaría de Estado de Turismo y dan respuesta a las iniciativas previstas dentro del Plan del Turismo Español Horizonte 2020.

El director general del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), Álvaro Carrillo, ha presentado al Sector algunas de las herramientas innovadoras existentes que facilitan la gestión diaria del negocio al profesional del Turismo, con el objetivo de incrementar la productividad del negocio.

En concreto, se ha referido a las oportunidades que ofrece a los hoteleros la Televisión Digital Terrestre (TDT), ya que a través de ella podrán ofrecer a los usuarios múltiples servicios, desde *check out express*, estado de la cuenta o acceso a los horarios de vuelos, entre otros servicios turísticos (compra de entradas, callejeros, restaurantes, dónde ir de compras…).

"Innovar es un cambio en la manera de hacer las cosas", según el ITH, organismo para el que es fundamental ser innovador en todas las fases de la organización del viaje. Para ello, propone a las empresas que usen las nuevas tecnologías para convertir a sus clientes en prescriptores o gestionar la reputación online de sus establecimientos.

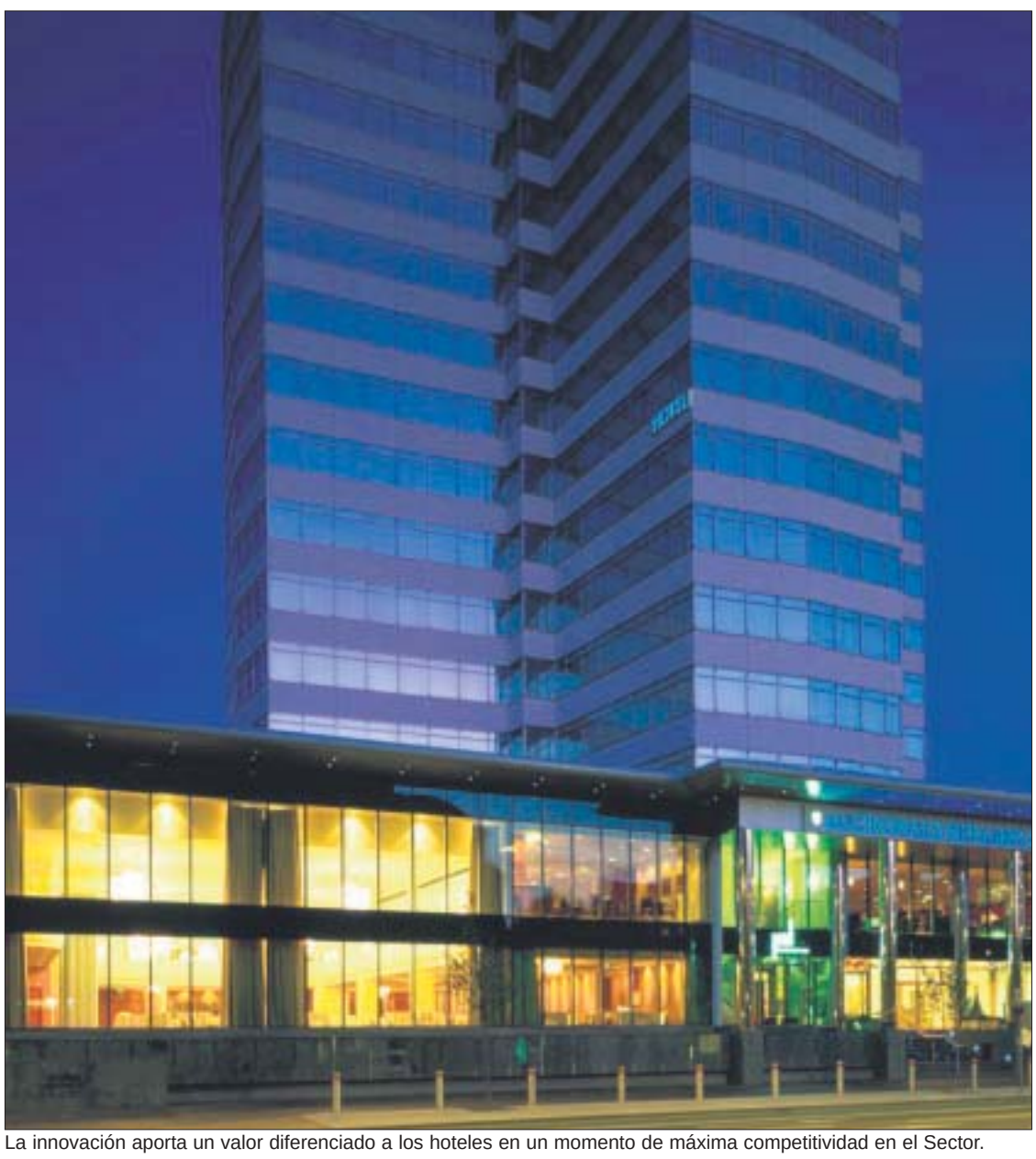
Comercialización *online*

Respecto a cómo vender más y mejor utilizando Internet, el director de Investigación, Desarrollo e Innovación Turística de SEGITTUR, Carlos Romero, ha dicho que desde la Administración Turística española se trabaja para desarrollar las ventajas derivadas de una nueva economía en la que la innovación, el conocimiento, la captación y desarrollo del talento sean los activos estratégicos clave para la satisfacción del cliente y el éxito del negocio.

Romero ha subrayado que la tecnología "está al servicio de la comercialización turística" y ha explicado que SEGITTUR es ese "nexo de unión entre el Turismo y las nuevas tecnologías".

Entre las herramientas existentes para impulsar la comercialización *online*, con las que cuenta SEGITTUR, ha citado el directorio de central de reservas o el buscador de ofertas incluido en el portal oficial de Turismo de España, **www.spain.info**, así como los folletos digitales interactivos. En la jornada también se ha hablado de las ayudas públicas —estatales, autonómicas y europeas— de las que dispone el sector turístico para poner en marcha proyectos de innovación.

Incorporar nuevas tecnologías para mejorar la comercialización es clave para los hoteles.



La innovación aporta un valor diferenciado a los hoteles en un momento de máxima competitividad en el Sector.

BOLETIN DE INSCRIPCIÓN AL ITH

CUADRO ADJUNTO PARA RELLENAR LA SOLICITUD

			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.....

Grupo Descripción Otros datos

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

En ..... a .....

El ITH participa en el primer RoadWeb TV que se celebra en Benidorm del 5 al 7 de junio

El evento RoadWeb.tv es un evento singular, una *road movie* colectiva WebTV, videobloggers y nuevos medias en Benidorm.

Tendrá lugar el fin de semana del viernes 5 al domingo 7 de junio del 2009. Una ocasión para el *networking*, conocer los proyectos de video en Internet y debatir temas comunes y colaborativos, recogidos en el Manifiesto ROADWEBTV.

La iniciativa es del *podcaster* y *videoblogger* Jimmy Pons, del ITH y del *blogger* Joantxo Llantada.

Convoca la WebTV Balzac.tv y se trata de la primera reunión WebTV en España. Además, cuenta con el apoyo de la Agencia Valenciana de Turismo.

Han confirmado una veintena de WebTV que estarán en Benidorm. Se hablará entre todos de video en Internet, de modelos de negocio, de publicidad, de Creative Commons. Para ello se propone un *Flash Show* que consiste en que cada cual se presente en cinco minutos apoyado por un video. Así, entre todos se identificarán los proyectos que más interesan.

En el evento se contará con empresas que están orientadas a la publicidad en el video y haremos un grupo de trabajo específico para este tema. Se hablará de *Creative Commons* apoyándose en un episodio especial, producido conjuntamente por Onion y Balzac.tv. Es muy posible que se cuente también con un invitado especial con Videolog que es en Brasil más importante que el propio YouTube.

Queda por confirmar si se traerán a otras WebTV de América Latina.

Balzac.tv hará entrevistas a todos y se narrará en un episodio especial el encuentro. Hay incluso una cata de vinos, que siempre se agradece.

Y finalmente, tendrán lugar dos talleres, uno de *videoblogging* que impartirá TV y otro dirigido a profesionales de la Hostelería, sobre video marketing y Turismo, de Lasse Rouhiainen.

El videoblog es una de las últimas herramientas surgidas en el entorno de las *Web* 2.0 y su uso se está generalizando en el sector turístico.

Integración de AEHCOS

El pasado 18 de mayo de 2009 se aprobó la solicitud de AEHCOS para formar parte del ITH.

AEHCOS acaba de cumplir sus primeros 31 años de existencia, que puede ser poco tiempo en el desarrollo de una actividad económica, pero es una larga trayectoria, en el desarrollo turístico de la Costa del Sol, en el que AEHCOS ha sido uno de los protagonistas principales, pues no hay que olvidar que el Turismo es la industria principal no sólo de la Costa del Sol sino de toda España, y, dentro de ésta, la hotelera, la del alojamiento turístico, es la industria básica y motriz del Turismo y por tanto la locomotora de nuestra economía. La trayectoria de las empresas asociadas a AEHCOS han consolidado a la Costa del Sol como una de las principales zonas turísticas del mundo, tanto en criterios de oferta de plazas, como de calidad integral de los productos que ofrece y del destino en su conjunto.

AEHCOS se constituyó al amparo de la Ley 19/1.977, de 1 de Abril y el R.D.873/1.977, de 22 del mismo mes, normativa que fue ratificada por la Constitución Española de 1.978, que consagró la creación de las organizaciones profesionales que contribuyesen a la defensa de los intereses económicos que les fueren propios.

Ya son más de 346 los establecimientos hoteleros miembros de AEHCOS, lo cual representa más de 77.000 plazas. Siendo de esta forma la mayor asociación hotelera de España.

Asimismo, cuentan con más de 52 socios colaboradores, que son empresas de todo tipo, relacionadas con el mundo del Turismo, las cuales ofrecen unas condiciones especiales a sus asociados. Su compromiso con la innovación y la mejora de competitividad de sus empresas, queda, pues, evidenciada con este paso de asociarse al Instituto Tecnológico Hotelero y así ofrecer a sus socios la posibilidad de seguir liderando el sector del turismo a través de la innovación y la mejora constan-

El día 9 se celebra la asamblea general del ITH en Madrid

El martes 9 de junio se celebrará la sexta asamblea general del ITH en el Hotel AC Cuzco en Madrid, en la que se aprobarán las cuentas anuales, la gestión del ITH en 2008 y las actividades realizadas. Se presentará asimismo la memoria del año 2008 y se ratificarán los acuerdos de la Junta Directiva durante 2008. Además, se hará un repaso de la evolución de las actividades desarrolladas durante 2009 y tendrá lugar la ponencia 'Innovación como palanca de cambio del sector hotelero'.

La Asamblea General del ITH se celebrará el próximo día 9 en el Hotel AC Cuzco de Madrid.

«El hotel perfecto se resume en aquel que retiene al cliente las 24 horas por su equipamiento y calidad»

José María Olazabal / Propietario de Olazabal Design S.L.

José María Olazabal, vencedor del Masters de Augusta en 1994 y 1999.

Pregunta: ¿Qué cualidades debe tener un golfista para llegar a ser Número uno mundial?
Respuesta: ¡Llamarse Tiger Woods! En serio, además de ser un artista con un *feeling* extraordinario, una preparación física portentosa, unas horas de entrenamiento sin límite, se necesita una cabeza privilegiada tanto en fortaleza psíquica como en inteligencia.

P: ¿Cómo ve la evolución de este deporte en los últimos tiempos?
R: Sí, se ha producido un cambio enorme, fundamentalmente debido a dos cuestiones: el auge de la popularidad y por tanto del montante de premios, ya que la gente se prepara mucho más tanto en el plano físico como en el técnico y, por otra parte, la evolución del material ha dado paso a un golf basado en la potencia en vez de en la habilidad.

P: ¿Qué podría hacerse para difundir el golf y abrirlo al público?
R: En este país se necesita sobre todo dar la posibilidad de jugar. No existen campos públicos, entendidos éstos como los que no son clubes sociales o campos de explotación comercial turística.

Además, hace falta una gran operación de marketing y promoción, como en su día se hizo con otros deportes como los relacionados con la nieve y que se sigue se sigue haciendo, con partes semanales de nieve y otras acciones.

P: ¿Qué significado tiene para usted la chaqueta verde?
R: Una gran satisfacción. Ganar el 'Masters' de Augusta, uno de los cuatro Grandes, tiene una singularidad, es que siempre se juega en el mismo campo y, por lo tanto, para ganarlo se deben de acumular muchos años de experiencia y conocimientos. No vale sólo con 'tener una buena semana'.

P: ¿Cómo disfruta de los numerosos viajes?
R: Viajar es la parte de este deporte que menos me gusta, por eso soy muy exigente a la hora de seleccionar compañía aérea, hoteles, restaurantes etc. para, de alguna forma, paliar la lejanía de casa.

P: ¿Algún destino perfecto para perderse?
R: Nunca he pensado en perderme porque creo que en el mundo todavía quedan lugares de grandes espacios abiertos, con horizontes amplios y luz maravillosa. Todo me vale menos los espacios urbanos, que me agobian.

P: ¿En su opinión, qué debe tener un hotel para ser perfecto?
R: Pienso que el hotel perfecto se resume en aquel que retiene al cliente las 24 horas por su equipamiento y calidad. En el aspecto turístico, ofrecer alicientes de ocio como los barcos en los cruceros. En ambiente urbano y de trabajo, facilidades en salas de reuniones equipadas con las últimas tecnologías, zona de deporte con maquinaria moderna, bares y restaurantes agradables. Además, en todos los casos doy mucha importancia a la superficie de las habitaciones, que no parezcan jaulas, que tengan iluminación abundante y, a ser posible, con ventanas que se puedan abrir, para no vivir todo el día en atmósfera artificial. Y la cama...la cama y las almohadas son muy importantes para alguien como yo que pasa cerca de 30 semanas al año fuera de casa. la cama y las almohadas son muy importantes para alguien como yo que pasa cerca de 30 semanas al año fuera de casa.

Golf y hoteles, una relación al alza

Carlos Arambarri.

De unos años a esta parte, la colaboración entre la industria hotelera y los diseñadores de campos de golf ha cambiado y se ha incrementado de forma considerable.

No hace tanto tiempo, nuestro equipo de diseño —Olazabal Design— era simplemente cliente de los hoteles pero, en estos momentos, apostamos por una relación más estrecha, desde el convencimiento de que pueden hacerse mejores campos y proporcionar un valor añadido a cada una de las instalaciones.

Hoy es absolutamente normal que el equipo de diseño se siente en una mesa con los responsables de la industria hotelera, teniendo en cuenta que la mayoría de los campos lleva una o varias parcelas hoteleras contempladas en el propio proyecto urbanístico.

Por ello, todo lo relacionado con la estrategia y necesidades del hotel debe ser considerado a la hora de planificar las primeras ideas, lo que requiere un trabajo en común en cada una de las etapas de desarrollo y ejecución de un proyecto.

Con esta mirada, Olazabal Design ha cambiado la estrategia a seguir en el diseño de un campo de golf. Ya no se trata únicamente del propio diseño, además hay que escuchar a los distintos *partners* para lograr un producto final que dé respuesta a los que serán los futuros clientes. Cada proyecto debe orientarse en función de los objetivos finales y, por tanto, siempre existirán diferencias en cuanto a diseño, tanto si se trata de un campo que quiere enfocarse a grandes torneos internacionales o a un público profesional, como si nos referimos a un campo de golf integrado en un resort.

En uno y otro caso, el diseño estará definido por esos valores y, en cuanto a los hoteles, también deberán ir en relación con el entorno, porque no tiene sentido un hotel de cinco estrellas en un campo de inferior categoría o un magnífico campo de golf con un establecimiento hotelero que no cumpla con las expectativas iniciales.

Y es que ninguna de estas cuestiones pueden considerarse temas menores. Porque conviene recordar que el golf es hoy una industria mundial que factura casi 60.000 millones de dólares, lo que quiere decir que es parte importante de la economía mundial y los diseñadores están obligados a pensar en la responsabilidad que tenemos en una industria en alza, enormemente exigente.

Esa responsabilidad también debe llevarnos a plantearnos una colaboración más estrecha con el Sector, aunque debe decirse que esa disposición está presente en nuestro equipo desde hace mucho tiempo. Olazabal Design ya ha colaborado con diferentes empresas como Marriott, Kempinski, NH, Starwood o Ritz Carlton y esa cooperación nos ha permitido avanzar hacia proyectos más enriquecedores.

Ahora, de cara al futuro esperamos que la cooperación se mantenga y se consolide en un grado todavía mayor. Por nuestra parte, valoramos enormemente la experiencia y profesionalidad del sector hotelero y consideramos que esa experiencia supone un estupendo punto de partida para avanzar en el diseño de los nuevos campos de golf, unos campos que deben seguir innovando para ofrecer calidad y los mejores servicios a todos aquellos apasionados del mundo del golf.

Para información o contacto:

Carlos Arambarri
Olazabal Design, S.L.
C/ Teresa Orozco, 2 28023
Aravaca –Madrid

Tel: 91 307 12 97
email:ca@olazabaldesign.com
carlos@igdolazabal.com

Formas de expansión internacional: de la 'joint venture' al contrato de arrendamiento o franquicia

Bien es sabido que el tan conocido fenómeno de la globalización prácticamente impone a las empresas la obligación de diseñar estrategias de expansión internacional que les permitan proyectar su actividad empresarial en nuevos mercados fuera de las fronteras de su país de residencia. Concretamente, en el ámbito de las empresas hoteleras y en la industria del turismo en general, el proceso de internacionalización ha crecido de forma ininterrumpida en los últimos cincuenta años

ANA UBEDA
ASOCIADA DE GARRIGUES

El modelo de internacionalización de las cadenas hoteleras depende de una serie de factores como el tamaño de la misma o los posibles socios locales.

La estrategia internacional de cada empresa depende de diversas variables y, en función de las mismas, se traduce en la adopción de una u otra forma jurídica como vehículo de implantación. En este sentido, podemos distinguir dos grandes vías de expansión de la empresa hotelera en el exterior: la inversión directa, que exige un mayor grado de implicación de recursos por parte de la empresa inversora, y la creación de alianzas estratégicas con empresas extranjeras, más o menos estrechas, que tiene la desventaja de permitir un menor control de la inversión pero permite una expansión más rápida y con menor necesidad de recursos.

La elección de la fórmula de expansión idónea para una determinada cadena hotelera dependerá, entre otros factores, del plan de estrategia internacional más o menos agresivo diseñado por la empresa, de la existencia de relaciones comerciales previas, más o menos sólidas, con potenciales socios del mercado local en el que se pretenda invertir, así como de los recursos económicos y humanos que aquélla esté dispuesta a destinar al proyecto internacional, teniendo en cuenta, además, las ventajas fiscales de una u otra forma de inversión.

Como formas de inversión directa, la empresa hotelera puede decidir crear su propia estructura societaria en el país de destino de la inversión o bien adquirir una estructura ya existente en dicho país. En este caso, y dependiendo de la legislación local aplicable, la inversión directa puede requerir, no obstante, contar con uno o varios socios locales, en cuyo caso hablaríamos de una *joint venture* o empresa conjunta.

El término *joint venture* se utiliza en los ámbitos jurídico y empresarial para definir una actividad de negocio desarrollada por dos o más personas bajo un control y gestión comunes, cuyo objeto es favorecer, a través de una inversión compartida, metas y objetivos. El objetivo común, generalmente, será poner en común recursos humanos y materiales, y compartir conocimientos, todo ello en aras de alcanzar un resultado determinado. Así pues, una empresa hotelera optará por este vehículo de expansión cuando cuente con suficientes recursos pero no desee asumir el total riesgo y ventura del negocio en un territorio desconocido, cuando resulte conveniente un 'matrimonio' de conocimientos y experiencias, cuando la empresa ya cuente con algún socio local de confianza que cumpla con las exigencias de calidad de la cadena o, en general, cuando exista una voluntad de compartir beneficios sin perder el control sobre la gestión del establecimiento hotelero. Podemos encontrar este tipo de inversión en el ámbito de las grandes cadenas hoteleras.

Por su parte, las pequeñas o medianas cadenas prefieren, por lo general, crear otro tipo de alianzas estratégicas que supongan un menor esfuerzo económico. Claros ejemplos de este tipo de inversión en el sector hotelero son el contrato de arrendamiento o de licencia y la franquicia, que no suponen necesariamente una implicación accionarial y que, al ser generalmente por un tiempo determinado, permiten deshacer la inversión de una forma menos traumática.

La desventaja de las fórmulas de expansión meramente contractuales, como las que acabamos de mencionar, es, sin duda, el menor control que el inversor español tiene sobre el funcionamiento del establecimiento en el país destinatario de la inversión, lo cual se acentúa cuanto mayor sea la distancia física, cultural o política del país en el que se desee invertir.

En concreto, es habitual que la empresa hotelera decida firmar un contrato de arrendamiento con el propietario de un hotel en el país de destino, en virtud del cual aquélla (gestora o gerente) arrienda el inmueble (incluyendo el terreno, la construcción, la decoración y el equipamiento) a cambio del pago de una renta mensual, convirtiéndose el gerente del hotel en arrendatario y asumiendo la plena responsabilidad operativa del establecimiento.

Para el propietario del hotel, esta fórmula es probablemente la más cómoda, mientras que para el gestor supone la asunción total del riesgo del negocio. Ello ha llevado a que cada vez sea más frecuente en el marco de la implantación de la empresa hotelera en el exterior, evolucionar hacia la figura de la franquicia o la master franquicia, de origen francés y ya muy utilizada a nivel internacional. Esta fórmula, si bien requiere un importante esfuerzo inicial de búsqueda de los candidatos locales óptimos para llevar la gestión de los establecimientos franquiciados, permite a medio y largo plazo la creación de cadenas hoteleras de grandes dimensiones con un riesgo mínimo y sin perder el control del negocio.

En cualquiera de los supuestos abordados, es fundamental el asesoramiento de abogados locales, a los efectos de valorar las implicaciones de la elección de una determinada forma de expansión, desde la perspectiva de la legislación del país en el que se pretende invertir, y ello en distintas materias (fiscal, mercantil, laboral o de Derecho Público).

'La elección de la fórmula de expansión para una cadena hotelera dependerá, entre otros factores, del plan de estrategia internacional más o menos agresivo diseñado por la empresa'

'En cualquiera de los supuestos abordados, es fundamental el asesoramiento de abogados locales, a los efectos de valorar las implicaciones de la elección de una determinada forma de expansión'

Una alternativa o atajo para ajustar la plantilla evitando el ERE o los despidos objetivos

La legislación española, con una tradición de más de sesenta años, exige una autorización administrativa para efectuar despidos colectivos, la que debe formalizarse a través de un procedimiento de ERE —acrónimo de Expediente de Regulación de Empleo—, a diferencia de lo que sucede en otros países de nuestro entorno, o mediante despidos objetivos en los que hay que cumplir determinados requisitos y plazos

CARLOS SEDANO

ASESOR LABORAL DE CEHAT

C.SEDANO & ASOCIADOS
ASESORES DE EMPRESA

En las empresas con menos de 100 trabajadores, el despido de diez de ellos se considerará despido colectivo.

A efectos de lo dispuesto en la Ley, el artículo 51.1 del Estatuto de los Trabajadores (ET) entiende por despido colectivo la extinción de contratos de trabajo fundada en causas económicas, técnicas, organizativas o de producción, cuando, en un periodo de noventa días, la extinción afecte al menos a:

- Diez trabajadores, en las empresas que ocupen menos de 100 trabajadores.
- El 10% del número de trabajadores de la empresa en aquéllas que ocupen entre 100 y 300 trabajadores.
- Treinta trabajadores en las empresas que ocupen trescientos o más trabajadores.

Para el cómputo del número de extinciones de contratos a que se refiere el párrafo anterior, se tendrán en cuenta asimismo cualesquiera otras producidas en el periodo de referencia por iniciativa del empresario en virtud de otros motivos no inherentes a la persona del trabajador, salvo las producidas por expiración del tiempo convenido o realización de la obra o servicio objeto del contrato, siempre que su número sea, al menos, de cinco.

Cuando la extinción afecte a un número de trabajadores igual o superior al establecido en los párrafos anteriores se deberá seguir el procedimiento de un ERE

Cuando exista la necesidad objetivamente acreditada de amortizar puestos de trabajo por alguna de las causas antes referidas en número inferior al señalado anteriormente, la adopción del acuerdo de extinción se realizará al amparo de lo prevenido en los artículos 52.c y 53.1 ET, observando los requisitos siguientes:

a.- Comunicación escrita al trabajador expresando la causa.

b.- Poner a disposición del trabajador, simultáneamente a la entrega de la comunicación escrita, la indemnización de veinte días por año de servicio, prorrateándose por meses los periodos de tiempo inferiores a un año y con un máximo de doce mensualidades.

c.- Concesión de un plazo de preaviso de treinta días, computado desde la entrega de la comunicación personal al trabajador hasta la extinción del contrato de trabajo. Del escrito de preaviso se dará copia a la representación legal de los trabajadores para su conocimiento.

Cuando en periodos sucesivos de 90 días y con el objeto de eludir las previsiones contenidas en el presente artículo, la empresa realice extinciones de contratos al amparo de lo dispuesto en el artículo 52.c de esta Ley en un número inferior a los umbrales señalados, y sin que concurran causas nuevas (refiriéndose a mismas causas antes aducidas) que justifiquen tal actuación, dichas nuevas extinciones se considerarán efectuadas en fraude de ley, y serán declaradas nulas y sin efecto.

Dice el artículo 124 de la Ley de Procedimiento Laboral (LPL) que el órgano judicial declarará nulo, de oficio o a instancia de parte, el acuerdo empresarial de extinción colectiva de contratos de trabajo por causas objetivas, técnicas, organizativas o de producción, fuerza mayor o extinción de la personalidad jurídica del empresario si no se hubiese obtenido la previa autorización administrativa, en los supuestos en que esté legalmente prevista.

No hay que olvidar otros motivos por los que el despido también puede declararse nulo, que no se desarrollan en este artículo al no ser la materia que se aborda en el mismo, como son las decisiones extintivas del contrato que tengan por móvil alguna de las causas de discriminación prohibidas en la Constitución o en la Ley o bien se produzca con violación de derechos fundamentales y libertades públicas del trabajador, etc.

Pues bien, centrando el asunto que nos ocupa, qué sucede cuando el empresario opta por no alegar causa alguna de las mencionadas (económicas, técnicas, organizativas o de producción) y, en el supuesto de que la opción entre readmisión o indemnización corresponda al empresario, procede al despido masivo de trabajadores reconociendo la improcedencia del mismo y ofreciendo la indemnización de 45 días de salario por año de servicio prevista en el artículo 56.2 ET.

Así, el Tribunal Supremo en su Sentencia de 22 de enero de 2008 nos da la respuesta, sustentando que los despidos colectivos u objetivos exigen necesariamente para su existencia la concurrencia de causas económicas, técnicas, organizativas o de producción, y que si no existe ni aparece ninguna de estas causas, no puede apreciarse la existencia de estos particulares despidos.

Ello significa que, según el alto tribunal, "para la existencia de un despido colectivo no basta, en forma alguna, con el hecho de que varios trabajadores hayan sido despedidos al mismo tiempo, aunque el número de esos trabajadores supere, incluso con holgura, los topes que fija el 51.1 ET, sino que, además, es absolutamente preciso que esos ceses sean debidos a alguna causa económica, técnica, organizativa o de producción".

Con este pronunciamiento, reiterado ya en otras sentencias y también asumido por varios Tribunales Superiores de Justicia autonómicos, se ha desatado la polémica entre los agentes sociales y expertos en la materia, pues se sitúa al despido colectivo en entredicho al poder eludirse los trámites siempre complejos, lentos, jurídicamente inseguros y no baratos de la tramitación de los ERE o evitar acudir a los despidos objetivos con todo el rigor, plazo y coste que conllevan.

Se preguntaba el profesor Sempere Navarro en un artículo publicado a propósito de la Sentencia comentada, con el título de '45 días por año y punto, ¿si se consigue de este modo un medio de evitar los costes de gestión —salarios de los plazos de negociación y ulterior tramitación, honorarios de profesionales, mal clima de relaciones laborales, deterioro de imagen pública—, las reseñadas incertidumbres y la sumisión a las restantes exigencias del ERE (auditorías, planes de viabilidad, etc.? ¿Se consolidará ese entendimiento de lo previsto en el artículo 51 ET y podrá considerarse ello acorde con la Directiva 98/59? ¿La figura del fraude de ley no podría proyectarse sobre ese modo de reducir o liquidar plantillas? ¿Cuarenta y cinco días 'todo incluido' y podemos cerrar?

No cabe la menor duda de que habrá que reflexionar sin apasionamiento sobre la regulación de los despidos colectivos o plurales por causas objetivas, como sobre otros tantos aspectos de nuestro mercado laboral, pues teniendo este tipo de extinciones contractuales que sujetarse a un cúmulo de exigencias poco acordes con un sistema de relaciones laborales moderno, sometido al yugo de la inseguridad jurídica, pues no en balde pueden llegar a intervenir dos jurisdicciones, la social y la contencioso-administrativa y eso si la empresa no está concursada), además de la intervención de los órganos de la Administración pública, con la consabida discrecionalidad en sus actuaciones, resulta que la indemnización fijada por ley de 20 días de salario por año de servicio, según se desprende de los últimos datos sobre los acuerdos alcanzados en los ERE tramitados, la misma se han superado con creces, habiendo alcanzado una media de 40 días por año.

Habrá o no habrá que abordar una reforma laboral, pero que hay que modernizar nuestro derecho laboral acorde con los tiempos que corren (contratos temporales, modificación de la condiciones de trabajo, movilidad funcional, negociación colectiva, jubilaciones, etc.) no cabe la menor duda. Si no, al tiempo.

'No hay que olvidar otros motivos por los que el despido también puede declararse nulo como son las decisiones extintivas del contrato que tengan por móvil causas de discriminación'

'No cabe la menor duda de que habrá que reflexionar sin apasionamiento sobre la regulación de los despidos colectivos o plurales por causas objetivas en nuestro país'

Las asociaciones europeas de HOTREC se reúnen en Estocolmo con motivo de su 59ª Asamblea General

Con ocasión de la 59ª Asamblea General de HOTREC, las 40 asociaciones empresariales representantes de hoteles, restaurantes y cafés de 25 países europeos trataron en Estocolmo los temas que se están debatiendo en el seno de las instituciones comunitarias y a los que tendrá que dar respuesta la industria de Hostelería europea en los próximos meses, bajo la presidencia sueca de la Unión Europea

Respecto a la crisis económica se comprobó que la situación de crisis económica actual ha tenido un impacto desigual en la industria de la Hostelería europea. Mientras los países escandinavos resisten bastante bien, en la mayoría de los países europeos se han producido grandes caídas de demanda de servicios de Hostelería. Paralelamente, los empresarios del Sector han visto evaporarse su acceso al crédito y muchos de sus proyectos de inversión se han cancelado o pospuesto.

Se decidió que se organizará una conferencia en Londres el próximo 14 de Septiembre para que las asociaciones nacionales puedan compartir buenas prácticas y estudiar cómo pueden generar más ingresos. El secretario general de CEHAT, Ramón Estalella, participará en esta conferencia.

Elecciones europeas

Con motivo de las elecciones al Parlamento Europeo del 7 de Junio, HOTREC invitó a las asociaciones de Hostelería europeas a contactar con los partidos políticos a nivel nacional y hacerles llegar una lista de prioridades de la industria hostelera.

Asimismo, se insistió en la importancia de establecer contactos personales con tres ó cuatro eurodiputados que sean miembros de los cuatro subcomités clave del Parlamento Europeo para nuestro Sector, una vez celebradas las elecciones.

España presentó el 'Decálogo de prioridades europeas de la Hostelería española' que enviará a los partidos políticos con representación en el Parlamento Europeo.

La delegación española también informó a la Asamblea General de HOTREC de las reuniones que tiene programadas en los próximos días con destacados eurodiputados españoles.

Información alimentaria

Los participantes volvieron a expresar su rechazo a la Propuesta de Reglamento de la Comisión Europea que impondría el deber a los hoteles, restaurantes, cafés y establecimientos similares de ofrecer información alimentaria de diversa índole en las comidas servidas a sus clientes.

Esta nueva pieza legislativa, en caso de adoptarse, no sólo supondría unos costes financieros de millones de euros para la industria sino que sería de imposible cumplimiento para pequeños restaurantes que se verían obligados a cerrar o a reducir drásticamente la variedad de su oferta, viéndose forzados a usar un menú estandarizado de alimentos previamente empaquetados y etiquetados con toda la información requerida por la Propuesta de Regulación de la Comisión. El actual Parlamento Europeo se inhibió y dejó la tramitación legislativa de la propuesta de Regulación de la Comisión Europea al próximo Parlamento Europeo.

Sin embargo, la tramitación de la propuesta sigue activa en el Grupo de Expertos sobre legislación alimentaria del Consejo de la Unión Europea.

Para combatir la propuesta de la Comisión en el ámbito del Consejo, CEHAT y FEHR han preparado una carta conjunta, firmada por sus respectivos presidentes, dirigida a la ministra de Sanidad y al Consejero de Sanidad de la Representación Permanente de España ante la Unión Europea. Además, se ha incluido nuestro rechazo a la actual propuesta de Reglamento de la Comisión Europea como una de las prioridades de la Hostelería española en política europea.

Impuestos: IVA

Esta fue sin duda fue la nota más positiva de la Asamblea General.

Todos los participantes se felicitaron por el acuerdo alcanzado en el seno del ECOFIN, Consejo de Ministros de Economía, el pasado 10 de Marzo, mediante el cual se permitirá que, de una forma definitiva, todos los países, que así lo estimasen oportuno, puedan aplicar un tipo reducido de IVA en los servicios de restauración, sin que esta medida signifique que se deba subir en toda Europa, el tipo de IVA aplicable a las bebidas alcohólicas (cerveza y vino incluidos) servidas en los establecimientos hosteleros.

Con esta medida , se beneficia a los países que no gozaban de un tipo de IVA reducido para los servicios de restauración (como ejemplo, los restaurantes franceses bajaran el tipo de IVA del 19'6% al 5'5%), sin perjudicar los intereses de España, Portugal, Italia y Luxemburgo, que podrán seguir aplicando un tipo de IVA reducido a la venta de bebidas alcohólicas en los servicios de hostelería.

Seguridad contra incendios

Fue uno de los temas más controvertidos de la Asamblea General. La industria expresó su malestar por la presión que ejerce el Parlamento Europeo sobre la Comisión para que legisle sobre este tema a nivel europeo. Se proclamó que añadir una nueva ley a nivel europeo, además de las normativas en vigor a nivel nacional, regional y local, sólo comportaría una complejidad adicional sin aportar mayor seguridad en prevención de incendios. HOTREC, para evitar una nueva ley europea, acordó en la Asamblea General de Praha tomar el compromiso ante las instituciones europeas de producir un Catálogo / Carta sobre prevención de incendios y una metodología de seguridad sobre incendios, incluyendo a todas las partes interesadas.

En Estocolmo se presentó y se evaluó el trabajo del grupo de expertos, liderado por HOTREC y compuesto por varios *lobbies* y asociaciones de usuarios.

Estas nuevas herramientas, Carta y Metodología sobre prevención de incendios, cuyas versiones definitivas se presentarán para su adopción final en la Asamblea General de HOTREC de Barcelona en Noviembre del 2009, deberán ayudar a todos los hoteles de Europa, con independencia del tamaño y antigüedad, a incrementar su nivel de seguridad. En ningún caso deberán suponer una carga económica o administrativa adicional.

Varios países se opusieron, durante la Asamblea General de Estocolmo, a varios puntos de la Carta y de la Metodología. España e Italia presentaron enmiendas por escrito a ambos documentos para que se debatieran en la reunión del grupo de expertos sobre prevención de incendios del 13 de Mayo. La mayoría de las enmiendas españolas fueron adoptadas por el Grupo de expertos.

Cuestiones de salud

Los participantes volvieron a cuestionar la política de la Dirección General de Salud de la Comisión Europea (DG SANCO), basada en trasladar la carga de la educación en los hábitos del consumidor de las instituciones públicas al sector privado. No debe recaer en las empresas privadas el deber de educar a los ciudadanos de los peligros para la salud derivados de su comportamiento.

Se teme que la Presidencia Sueca de la Unión Europea intente introducir varias restricciones a la venta de bebidas alcohólicas.

Desde HOTREC, se pidió una mayor implicación de las asociaciones nacionales, que todavía no participan en el 'European Alcohol Health Forum', una plataforma de la que HOTREC es miembro, en la que se potencian buenas prácticas relacionadas con la venta y el consumo responsable de bebidas alcohólicas.

Varias asociaciones nacionales de HOTREC presentaron distintas campañas llevadas a cabo en sus países para reducir los daños producidos por el abuso del alcohol, potenciando un consumo responsable.

Por último, se criticó que la Dirección General de Salud (DG SANCO) y la Dirección General de Empleo (DG EMPLOYMENT) estén duplicando el trabajo con respectivos estudios sobre medidas anti-tabaco.

Todavía se desconoce qué instrumento jurídico utilizará la Comisión Europea para fomentar la prohibición total de fumar en espacios cerrados, sin excepción. Podrían utilizar desde una Recomendación, que no sería obligatoria, hasta una Directiva, de obligado cumplimiento en todos los Estados miembros.

Asuntos Sociales

El debate sobre Asuntos Sociales se centró en la revisión de la nueva Directiva sobre ordenación del tiempo de trabajo.

Los participantes se felicitaron por el hecho de que los Estados mantengan la posibilidad de aplicar la cláusula *opt-out*, mediante la cual se puede superar en temporada alta el límite de las 48 horas semanales. Conservar esta medida de flexibilidad de los horarios laborales, era esencial para la industria hostelera de algunos países miembros.

La próxima Asamblea general de HOTREC tendrá lugar en Barcelona del 4 al 7 de noviembre.

El vicepresidente de HOTREC, Joan Gaspart, durante la 59ª Asamblea General de la asociación europea.

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

El nuevo régimen de Sociedades Cotizadas de Inversión en el Mercado Inmobiliario (SOCIMI), en fase de proyecto de ley y que se espera que sea aprobado en breve, presenta oportunidades para el Sector. La novedad que introduce consiste en la creación de un incentivo fiscal para inversiones en inmuebles destinados al alquiler. Así se expuso durante una jornada organizada por CEHAT y Garrigues, bajo el título 'Acceso a la financiación en el sector hotelero. Especial referencia al nuevo régimen de SOCIMI'

El presidente de la Confederación Española de Hoteles, Juan Molas, comentó que desde la CEHAT se está llevando a cabo distintas medidas para afrontar la actual coyuntura económica y que lo que se debe hacer es tomar medidas "rápidas y contundentes".

Por su parte, Pedro Fernández, miembro del despacho de abogados, explicó a los asistentes que esta figura parte de los REIT (*Real Estate Investment Trust*) existentes en otros países. Éstos surgieron en Estados Unidos en los años 60, donde desde entonces se han desarrollado proyectos por valor de 400.000 millones de dólares. No obstante, sólo el 5% ha correspondido a iniciativas hoteleras. Pedro Fernández argumentó también que esto se debe a que este sistema fomenta la inversión para el arrendamiento y en principio, "sólo en principio", recalcó, "los hoteles no son inmuebles en alquiler, en ellos los ingresos se generan por la venta de noches y no por el alquiler".

No obstante, agregó que ya existen alojamientos gestionados sobre edificios de los que el hotelero no es propietario y es sobre figuras de ese tipo sobre las que se podrá disfrutar de este régimen fiscal. No en vano, la propia ley contempla a la Hotelería como una de las posibles industrias beneficiarias de este sistema, según resaltó Lorenzo Clemente de Garrigues.

La clave principal está por tanto en separar a la sociedad propietaria de la sociedad explotadora, aunque no todos los contratos de alquiler podrán beneficiarse de esta medida. Así, por ejemplo, según Pedro Fernández, "desprenderse sólo transitoriamente del inmueble con derecho a una compra posterior no entra dentro de este modelo. El inmueble tiene que dejar de formar parte definitivamente del balance". En esta línea, Lorenzo Clemente agregó que los acuerdos a los que se lleguen deberán asegurar la rentabilidad desde el inicio para el inversor, lo que descarta mecanismos de rentas exclusivamente variables en función de la marcha del negocio.

En concreto, las SOCIMI tributarán al 18% en vez de al 42,6% que establece el régimen general de alquiler. Deberá tratarse de inversiones colectivas y reguladas, estando sujetas a una serie de requisitos en lo que a endeudamiento máximo, distribución de dividendos o concentración de riesgos se refiere. Además, tendrán que ser sociedades cotizadas, con lo que estarán reguladas por su ley específica así como por la normativa del mercado de valores en cuestión y su objetivo social deberá consistir en la adquisición y promoción de edificios para alquilarlos posteriormente. Con un capital mínimo de 15 millones de euros, el plazo de mantenimiento general será de tres años y, en los inmuebles promovidos por la sociedad, de siete.

Estas entidades deberán tener un mínimo de tres inmuebles, sin que ninguno pueda representar más del 40% del activo en el momento de la adquisición. "Es una fórmula dirigida a pequeños y medianos accionistas para que el mercado inmobiliario les sea accesible y obtengan rentas de él", indicó Lorenzo Clemente.

En la ponencia 'Visión de los procesos de refinanciación desde las entidades financieras', el subdirector general financiero de Sa Nostra, Antonio Fleixas, afirmó que la situación que atraviesan las empresas turísticas, a pesar de que haya indicadores que presentan menor actividad, "no es en absoluto dramática" y además es un sector que las entidades financieras observan con buenos ojos.

Antonio Fleixas también afirmó que los ratios de penetración de su entidad en la industria hotelera multiplican por tres la media del sector financiero nacional.

"Una encuesta sobre la presencia de entidades financieras en el sector, hecha a 149, muestra que sólo 22 mantienen una actitud realmente activa", continuó. No obstante, apuntó que, si bien el mercado de financiadores es pequeño, "es suficiente para atender las necesidades" que surgen.

En este sentido, Fleixas recomendó a los hoteleros que, a la hora de buscar financiación, acudan a una entidad especializada y contar con un plan de negocio real, habiendo evaluado las posibles desviaciones, comprometiéndose a que no haya "sorpresas" y manteniendo con dicha entidad una "vinculación real".

Concluyó su intervención haciendo especial énfasis en que las empresas turísticas españolas son "las mejores del mundo" y que confía tanto en el sistema financiero como en el sector hotelero, confianza en el Sector que reiteró el presidente de CEHAT, Juan Molas.

Precisamente, Juan Molas habló de que, en líneas generales, las negociaciones con los bancos se han endurecido y que las garantías que exigen son "casi imposibles de cumplir". Por ello, la Confederación solicitó al Gobierno la puesta en marcha de un plan circulante a través del Banco de España, algo similar al antiguo Banco Hipotecario Español, "que llegó a financiar 3.000 hoteles y fue un importante impulso para el Turismo".

En su intervención, Juan Molas fue crítico con el Ministerio de Fomento por comparar las tasas aeroportuarias de España con las del resto de países de la Unión Europea, cuando lo que realmente preocupa son las de los competidores turísticos.

La clausura de la Jornada corrió a cargo de Antonio Garrigues, presidente del despacho de abogados, que manifestó su agradecimiento a todos los asistentes y afirmó que estas jornadas están concebidas para ofrecer al sector hotelero una visión concreta de un tema en el que están involucrados muchos sectores.

Finalmente, Garrigues alentó a todos los empresarios hoteleros a seguir contribuyendo a hacer crecer la economía española.

Las ponencias de esta Jornada están disponibles en la página *web* de CEHAT

www.cehat.com.

De izquierda a derecha, Ramón Tejada, Juan Molas y Antonio Fleixas.

De izquierda a derecha, José Manuel Cardona, Juan Molas y José Palacios en la presentación de la jornada.

El presidente de Garrigues, Antonio Garrigues, en la clausura del encuentro.

Las empresas que no se hayan adaptado llevan seis años con importantes riesgos de sanción / El sector hotelero tiene unas particularidades muy claras en cuanto a la LOPD / Descuidar los datos es sancionable con multas de hasta 600.000 euros

«El principal problema con la Ley de Protección de Datos es el desconocimiento y la desinformación»

José María Díaz. Consejero delegado de Ozonia

José María Díaz.

Conscientes de la importancia y trascendencia que, desde hace unos años, ha adquirido el cumplimiento de las obligaciones derivadas de la Ley Orgánica de Protección de Datos (LOPD 15/1999), el pasado mes de Abril, CEHAT firmó un acuerdo de colaboración con Ozonia Consultores S.L., empresa de ámbito nacional especializada en la materia y de reconocido prestigio. Su consejero delegado, José María Díaz, responde a esta entrevista.

Pregunta: Desde la experiencia de Ozonia y tras varios años asesorando empresas en el cumplimiento de la LOPD, ¿cuál cree que es el principal problema con el que se encuentran los empresarios respecto a esta materia?

Respuesta: Considero que ésta es la clave para que tantos y tantos empresarios y empresas incumplan con la LOPD. La respuesta es clara y rotunda: el principal problema es el desconocimiento y la desinformación.

Hay creencias generalizadas tales como que los datos en fichas de papel no están sujetos a la Ley, que si una empresa no facilita los datos a terceros no debe cumplir con la LOPD e incluso hay empresarios que declaran que "no utilizan datos", lo cual en los tiempos que corren es inconcebible. Y en esta ausencia de información útil mucha culpa tiene el propio mercado de la consultoría.

P. ¿A qué se refiere exactamente?

R: Desde que en el año 1999 entró en vigor la LOPD, son muchos los mensajes, eminentemente comerciales, pero a la vez erróneos y sesgados, que han consolidado la idea entre los empresarios de que basta con inscribir los ficheros en la Agencia Nacional de Protección de Datos para cumplir con la Ley o que deben instalar programas informáticos tediosos, o bien, yéndonos al extremo, la necesidad de un cumplimiento por exceso con lo establecido en la Ley, con numerosas y costosas visitas de asesores y auditorías.

No cabe duda que esto ha generado una desconfianza entre los empresarios, que incluso optan equivocadamente por el incumplimiento como salida a esta situación, lo cual es del todo desaconsejable.

P: Y desde su perspectiva y experiencia ¿cuál es el mensaje que hay que trasladar?

R: Francamente, uno muy sencillo. Estamos hablando de una Ley Orgánica de aplicación en todo el territorio nacional, que entró en vigor en el año 1999 y dio un plazo máximo de adecuación de tres años para que todas las empresas y profesionales que manejan ficheros con datos personales de terceros (clientes, proveedores y empleados) se adecuaran.

Este plazo expiró en 2003 y desde entonces las empresas que no se hayan adaptado a la ley llevan seis años corriendo importantes riesgos de sanción. Además, con la entrada en vigor del nuevo Reglamento, el 19 Abril de 2008, estas medidas deben aplicarse a los ficheros en papel y actualizarse a las nuevas exigencias. No se trata de usar el "argumento del miedo", simplemente se trata de considerar el problema en su dimensión real.

P: Siendo este el mensaje, ¿en qué se diferencia Ozonia del resto de consultoras?

R: Los profesionales que conforman Ozonia siempre hemos pretendido aportar el máximo valor a nuestros clientes pero ajustándonos a la realidad de las empresas, del momento y al cumplimiento justo de la ley. Nunca trasladamos servicios por exceso (más de lo que marca la ley), ni por defecto.

Llevamos varios años usando una metodología única en el mercado que evita costes innecesarios de visitas a las empresas, que ahorra tiempo al cliente y ha superado numerosas auditorías e incluso inspecciones de la agencia. El éxito es total y la satisfacción del cliente máxima.

P: ¿Cuáles son las obligaciones generales que traslada la LOPD a cualquier empresa?

R: Tres obligaciones básicas y muy bien definidas. (1) La identificación e inscripción de los ficheros informáticos y en papel que contengan datos personales en el Registro de la Agencia de Protección de Datos, (2) la puesta en marcha de todas las medidas de seguridad aplicables a la empresa y que deben estar recogidas en el llamado documento de seguridad y (3) mantener periódicamente actualizado el documento de seguridad y sus anexos conforme vayan sucediéndose cambios en la empresa (altas y bajas de personal, equipos, copias de seguridad y un largo etcétera).

P: Y centrándonos en el sector hotelero ¿qué relación hay entre la LOPD y los hoteles?

R: Pues muchísima, ya que en el sector hotelero y en el alojamiento en general está claro que diariamente y de forma cotidiana se recaban y tratan datos de empleados, proveedores, y especialmente datos de los clientes.

Es un Sector con particularidades propias muy claras que están afectadas por la LOPD, como es el caso de las llamadas fichas de policía o documentos en los que se recogen datos personales de los clientes una vez éstos llegan al establecimiento con el fin de aportarlos a la policía y reforzar la actuación de ésta si fuese necesaria.

Tales documentos deben guardarse durante al menos tres años y en este tiempo deben aplicárseles las medidas de seguridad que establece la LOPD en función a su nivel de seguridad.

Por otro lado, las reservas de plazas en ocasiones se realizan por centrales de reservas que utilizan vías telemáticas para recabar los datos personales de los clientes, que finalmente se ceden de unas entidades a otras generándose a partir de aquí un trasiego de datos sujeto a importantes riegos de incumplimiento legal. Un fallo habitualmente cometido con este tipo de datos consiste en no proceder a cancelar aquellos datos referentes a cancelaciones de última hora, figurando en ellos que cierta persona o personas han estado alojadas en el complejo, cuando en realidad que ello no llegó a acontecer.

Aunque parezca algo irrelevante, descuidar los datos es sancionable, con multas en ocasiones de hasta 600.000 euros. Finalmente, y no menos importante, es la proliferación de sistemas de video-vigilancia y grabación de imágenes de empleados y clientes en los establecimientos hoteleros y hosteleros. La LOPD considera las imágenes como datos personales y por lo tanto obliga a que tales imágenes tengan un tratamiento adecuado.

P: Finalmente, ¿qué riesgos reales de sanción existen si un establecimiento no cumple la LOPD?

R: Debo decirle que lo ideal es que los establecimientos eviten correr ningún tipo de riesgos, dado que la sensibilización e información de la ciudadanía cada vez es mayor, como así lo indica que cada año crece un 45% las denuncias ante la agencia.

Lo peor es que hay riesgos de incumplimiento en labores que se realizan a diario y que parecen triviales pero que encierran un alto riesgo de incumplimiento legal, si no se cuenta con el asesoramiento adecuado.

ENTIDADES COLABORADORAS

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

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

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

OZONIA CONSULTORES
Empresa de ámbito nacional especializada en la prestación de Servicios Avanzados de Consultoría (Calidad Certificada, Prevención Ambiental, Formación y Protección Datos).
Contacto: 902.929.909
marketing@ozonia.es
www.ozonia.es

DYRECTO
Este Grupo de consultoría compuesto por ingenieros, economistas y auditores tiene como fin la búsqueda de información y gestión de informes para obtener subvenciones y líneas de financiación.
Contacto: 902.120.325

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

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 firma un acuerdo de colaboración con Vodafone y renueva su convenio con Rate Tiger

La Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) y Vodafone España han firmado un acuerdo de colaboración según el cual Vodafone España ofrecerá a las 64 Asociaciones y a sus 9.000 integrantes interesantes descuentos en sus comunicaciones y servicios de Oficina Vodafone, para sustituir las líneas fijas por móviles. Además, la confederación hotelera y RateTiger han renovado también su acuerdo por dos años para promover el *Revenue Management* y la gestión de la distribución *online* en el conjunto del sector hotelero español

El objetivo del acuerdo con la empresa de telefonía es dotar de las últimas tecnologías móviles a las empresas asociadas a CEHAT, proporcionándoles mayor competitividad y rapidez en las comunicaciones móviles y fijas y permitiendo una mayor movilidad y un importante ahorro de costes. La oferta incluye:

- Descuentos especiales y exclusivos por pertenecer a CEHAT, tanto en las comunicaciones móviles como fijas.
- Productos y servicios innovadores para hacer más sencillo el trabajo de los asociados como Oficina Vodafone.
- Asesoramiento personalizado a todos los asociados a CEHAT, que garantiza la mejor propuesta que cubra sus necesidades.

La solución Oficina Vodafone, por la que la telefonía fija se sustituye por móvil, se adapta a cualquier tipo de empresa, integra todas las comunicaciones e incorpora en el teléfono móvil funcionalidades y tarifas tradicionalmente asociadas al teléfono fijo, como servicios de centralita. De esta forma, Vodafone España pone a disposición de los clientes una solución integral que cubre todas las necesidades de comunicación.

Así, podrán disfrutar de todos los servicios, en todo momento, desde cualquier lugar o dispositivo, sin necesidad de tener que gestionar tecnología e infraestructura compleja.

Vodafone España forma parte del Grupo Vodafone, la compañía líder mundial de móviles con presencia en 27 países, y acuerdos con otros 40 a lo largo de los cinco continentes. Vodafone proporciona un abanico completo de servicios de telecomunicaciones móviles, incluidas comunicaciones de voz y de datos para el acceso de aproximadamente 303 millones de clientes proporcionales a 31 de Marzo de 2009.

Los más de 16.910.000 clientes de Vodafone España se benefician de la experiencia y capacidad de esta empresa líder mundial, que ayuda a sus clientes —individuos, negocios y comunidades— a estar mejor conectados en el mundo móvil. La compañía es pionera tanto en la adopción de la tecnología 3G en España como en su evolución para ofrecer a los clientes los mejores servicios y contenidos del mercado. Así, Vodafone lidera la integración entre Internet y el móvil con el objetivo de ofrecer a los usuarios acceso a sus servicios preferidos en cualquier momento y lugar a través de Vodafone live!

Renovación con Rate Tiger

RateTiger, software líder en el manejo de canales de distribución *online* y *Revenue Management* se ha sumado al Club de Socios Colaboradores de CEHAT. La gran presencia internacional de RateTiger así como su estrecha relación con los canales de distribución *online* han hecho de RateTiger el Socio Colaborador natural para CEHAT.

Ante el seguimiento del acuerdo y el interés demostrado por los hoteleros en su búsqueda por mejorar su comercialización *online*, la Confederación Española de Hoteles y RateTiger han decidido prolongar su relación de colaboración dos años más.

CEHAT seleccionó el *software* de RateTiger por su calidad, flexibilidad, fácil manejo y estabilidad, permitiendo al hotelero el control mucho más eficiente de tarifas y cupos de habitaciones a través de múltiples canales de distribución *online*.

Durante el primer año de colaboración, RateTiger ha desarrollado nuevos productos y paquetes que ofrecen al sector hotelero una amplia gama de herramientas para mejorar su comercialización *online* de un modo intuitivo y muy fiable.

RateTiger ofrece un conjunto de soluciones compatibles y modulables que hacen que el hotelero pueda manejar sus precios según los distintos canales logrando así optimizar sus ventas por Internet.

Así mismo, el *software* ofrecido por RateTiger permite al hotelero obtener, de un modo sencillo, información comparativa de su oferta frente a la de sus competidores. Además, y aunque RateTiger ya ha sido implantado en grandes y numerosas cadenas hoteleras españolas, es una solución útil y rentable también para hoteles más pequeños.

Desde 2001 RateTiger es líder en herramientas de gestión de distribución online y sigue siendo pionero en nuevas tecnologías para la industria hotelera.

Rate Tiger de eRevMax opera ahora en 60 países y 415 ciudades de todo el mundo a través de sus productos principales RT Allocator y RT Shopper y es referente en la industria.

El portafolio de productos RateTiger permite a los hoteles pasar de un procedimiento multicanal largo y complicado a un solo punto de acceso al mercado que permite una rápida gestión de los canales de distribución y portales de viaje además de la comparación con las tarifas de los competidores en tiempo real.

Momento de la firma del acuerdo entre CEHAT y la empresa de telefonía Vodafone.

A la izquierda, Emilio Gallego, con Pilar Ayuso y Ramón Estalella.

CEHAT y FEHR se reúnen con la eurodiputada Pilar Ayuso

En el encuentro se analizó la normativa alimentaria

El pasado 11 de mayo, el secretario general de CEHAT, Ramón Estalella, y el secretario general de FEHR, Emilio Gallego, se reunieron con la eurodiputada del Partido Popular Pilar Ayuso con el fin de exponer las inquietudes de la Hostelería española sobre las propuestas Europeas a la nueva normativa sobre sanidad alimentaría, entre las que se incluyen información al consumidor, alergénicos y etiquetado de alimentos. En el número de abril del periódico de CEHAT, Didac Garcia, asesor de CEHAT en HOTREC, escribió un artículo en el que reflejaba la opinión sectorial. El encuentro fue muy cordial y la eurodiputada manifestó su interés en mantener próximamente una nueva reunión para tratar temas relacionados con los consumidores.

CEHAT
CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOTELES Y ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS
✉ Orense, 32. 28020 Madrid / ☎ 902 01 21 41 / Fax 91 556 73 61 / 💻 E-mail: monica@cehat.com / Una Publicación del Grupo NEXO

CONFEDERACIÓN española de hoteles y alojamientos CEHAT Turísticos

ÁREA TEMÁTICA: ATENCIÓN AL CLIENTE		**ÁREA TEMÁTICA: COCINA**		MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS.RENOVACIÓN	12S H (D)
CALIDAD DEL SERVICIO EN HOSTELERÍA	12S H (D)	LA COCINA DE LOS POSTRES Y REPOSTERÍA	12S H (D)	PREELABORACIÓN Y CONSERVACIÓN DE ALIMENTOS	12S H (D)
RECEPCIÓN HOSTELERA EN GENERAL	30 H (P)	REPOSTERÍA-PASTELERÍA	24 H (P)	CAPACITACIÓN APPCC SECTOR COMIDAS PREPARADAS	10 H (P)
ATENCIÓN AL CLIENTE Y CALIDAD DE SERV. EN GENERAL	30 H (P)	COCINA EN GENERAL	40 H (P)	APPCC.APROVISIONAMIENTO, ALMACENAJE Y TRAZABILIDAD	12S H (D)
R. PÚBLICAS Y PROTOCOLO EMPRESARIAL	30 H (P)	NUTRICIÓN Y DIETÉTICA	12S H (D)	MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS	5P/20D (M)
PROTOCOLO APLICADO A LA HOSTELERÍA	12S H (D)	JEFATURA DE COCINAS	12S H (D)	CERT. DE MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS	3P/7D (M)
RECEPCIÓN EN ALOJAMIENTOS. NIVEL 3.	47OD/4OP (M)	JEFATURA DE COCINAS	30 H (P)	MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS	5P/25D (M)
INTRODUCCIÓN AL MODELO 2.0; ESTRATEGIA SOCIAL	20 H (T)	OFERTAS GASTRONÓMICAS	30 H (P)	MANIPULADOR DE ALIMENTOS	10P/30D (M)
APLICACIÓN DE HERRAMIENTAS 2.0 EN EL SECTOR HOST.	20 H (T)	TAPAS Y ENTREMESES	30 H (P)	ELABORACIÓN DE PLANES GENERALES DE HIGIENE	12S H (D)
CRM. RELACIÓN Y GESTIÓN DE CLIENTES	20 H (T)	COCINA Y CONSERVACIÓN AL VACÍO	20 H (P)	ELABORACIÓN DE PLANES DE HIGIENE	30 H (P)
INNOV. EN EL ÁREA DE ALOJAMIENTOS (RECEP-RESER-PISOS)	30 H (T)	TAPAS, PINCHOS Y CANAPÉS	30 H (P)	PREELABORACIÓN Y CONSERV. DE ALIMENTOS	30 H (P)
INOV. EN EL ÁREA DE ANIMACIÓN Y AT. AL CLIENTE	30 H (T)	COCINA VEGETARIANA	12S H (D)	**ÁREA TEMÁTICA: GESTIÓN HOSTELERA**	
ÁREA TEMÁTICA: IDIOMAS		COCINA ANDALUSÍ	12S H (D)	APLICACIONES DE G. DE COMPRAS Y VENTAS	30 H (P)
INGLÉS	40 H (P)	COCINA ITALIANA	12S H (D)	GESTIÓN DE HOTELES Y OTROS ALOJAMIENTOS	30 H (P)
INGLÉS	80 H (T)	COCINA INTERNACIONAL	12S H (D)	TÉCNICAS DE GESTIÓN Y DIRECCIÓN HOSTELERA	12S H (D)
INGLÉS APLICADO A LA HOSTELERÍA	12S H (D)	PANADERÍA Y PASTELERÍA SALADA	80 H (D)	G. DE ESTABLECIMIENTOS DE RESTAURACIÓN	16 P/34D (M)
INGLÉS BÁSICO EN HOSTELERÍA	100 H (D)	PLANIFICACIÓN EN MENÚS Y CONTROL DE COSTES	50 H (D)	GESTIÓN PARA BANQUETES	12S H (D)
INGLÉS MEDIO EN HOSTELERÍA	12S H (D)	INGENIERÍA DE MENÚS Y CONTROL DE COSTES	20 H (D)	CONTABILIDAD EN GENERAL	30 H (D)
ALEMÁN	40 H (D)	ELABORACIÓN DE MENÚS PARA CELIACOS	16 H (P)	LA PROTECCIÓN DE DATOS EN HOSTELERÍA	50 H (D)
ALEMÁN APLICADO A LA HOSTELERÍA	12S H (D)	REPOST. PASTELERÍA NIVEL 2	40 H (P)	REVENUE MANAGEMENT	50 H (D)
ALEMÁN BÁSICO EN HOSTELERÍA	100 H (D)	TÉCNICAS CULINARIAS EN EL SECTOR DE LA HOSTELERÍA	12S H (D)	G. DE COMPRAS Y SELECCIÓN DE PROVEEDORES	20 H (P)
ALEMÁN MEDIO EN HOSTELERÍA	12S H (D)	NITRÓGENO LÍQUIDO EN LA COCINA CONTEMPORÁNEA	12 H (P)	ALMACENAJE Y GESTIÓN DE STOCKS EN HOSTELERÍA	80 H (D)
ITALIANO	40 H (P)	COCINA VEGETARIANA	20 H (P)	INNOVACIÓN EN EL ÁREA DE ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS	30 H (T)
FRANCÉS	40 H (P)	ELABORACIÓN DE SALSAS Y FONDOS	20 H (P)	**ÁREA TEMÁTICA: MARKETING Y VENTAS**	
FRANCÉS MEDIO EN HOSTELERÍA	100 H (D)	COCINAR CON VERDURAS	30 H (P)	COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERV. TURÍSTICOS	12S H (D)
CASTELLANO-ESPAÑOL	30 H (P)	TAPAS Y PINCHOS ARAGONESES	40 H (P)	MARKETING EN GENERAL	30 H (P)
INICIACIÓN AL PORTUGUÉS	80 H (D)	COCINA CREATIVA Y DE AUTOR	40 H (P)	MARKETING PUBLICITARIO	12S H (D)
CATALÁN	30 H (P)	COCINA.NIVEL 2.	43OD/30OP (M)	DESALLORRO DE UN PLAN DE MARKETING 2.0. SMO	20 H (T)
ALEMÁN NIVEL INTERMEDIO I	30 H (P)	TAPAS, PINCHOS ARAGONESES	12S H (D)	**ÁREA TEMÁTICA: CALIDAD Y MEDIOAMBIENTE**	
INGLÉS NIVEL INTERMEDIO I	30 H (P)	PLANIFICACIÓN DE MENÚS Y DIETAS ESPECIALES	12S H (D)	CALIDAD EN GENERAL	40 H (P)
INGLÉS NIVEL INTERMEDIO	270 H (T)	ELABORACIÓN DE SALSAS Y FONDOS	12S H (D)	GEST. E IMPLANTACIÓN DE SIST. DE CALIDAD EN EL SECTOR HOST	100 H (D)
INGLÉS PARA HOSTELEROS/AS	12S H (D)	PRESENTACIÓN DE BUFETES	12S H (D)	GEST. Y BUENAS PRÁCTICAS MEDIO. EN HOSTELERÍA	12S H (D)
ALEMÁN PARA HOSTELEROS/AS	12S H (D)	COCINA Y CONSERVACIÓN AL VACÍO	12S H (D)	GRUPOS DE MEJORA Y HERRAMIENTAS DE CALIDAD	16 H (P)
FRANCÉS BÁSICO EN HOSTELERÍA	12S H (D)	OPERACIONES BÁSICAS DE COCINA.NIVEL 1.	140D/130P (M)	**ÁREA TEMÁTICA: MANTENIMIENTO DE INSTALACIONES HOSTELERAS**	
ÁREA TEMÁTICA: NUEVAS TECNOLOGÍAS		OPERACIONES BÁSICAS DE CATERING. NIVEL 1.	80D/130P (M)	MANTENIMIENTO DE EDIFICIOS EN GENERAL	30 H (P)
OFIMÁTICA: HOJAS DE CÁLCULO	30 H (P)	COCINA ANDALUSÍ	30 H (P)	PREVENCIÓN Y CONTROL DE LEGIONELA	10P/30D (M)
LA BASE DE DATOS APLICADA A LA HOSTELERÍA	12S H (D)	COCINA ITALIANA	30 H (P)	REPARACIONES DE INST. DE BAJA Y MEDIA TENSIÓN	30 H (P)
OFIMÁTICA: BASES DE DATOS	30 H (P)	COCINA INTERNACIONAL	30 H (P)	MONTAJE E INST. DE FRÍO INDUSTRIAL	30 H (P)
INDRODUCCIÓN A LA INFORMÁTICA	40 H (P)	PANADERÍA Y PASTELERÍA SALADA	30 H (P)	JARDINERÍA	40 H (P)
OFIMÁTICA: INTERNET	30 H (P)	TEC. CULINARIAS EN EL SECTOR DE LA HOSTELERÍA	30 H (P)	PREVENCIÓN DE LEGIONELA	25 H (P)
WORD XP	12S H (D)	COCINA REGIONAL	12S H (D)	BUENAS PRÁCTICAS DE ACCESIBILIDAD TURÍSTICA	30 H (P)
INTERNET	12S H (D)	COCINA REGIONAL	30 H (P)	PREVENCIÓN Y CONTROL DE LEGIONELA	15 H (P)
EXCEL XP	12S H (D)	**ÁREA TEMÁTICA: SERVICIOS**		INNOVACIÓN EN EL ÁREA DE MANTEN. Y EFIC. ENERG.	30 H (T)
OFIMÁTICA INICIAL	12S H (D)	JEFATURA DE SALAS DE RESTAURACIÓN	30 H (P)	**ÁREA TEMÁTICA: TURISMO**	
OFIMÁTICA: PROCESADORES DE TEXTOS	30 H (P)	SERVICIO EN RESTAURANTES Y BARES	30 H (P)	ANIMACIÓN TURÍSTICA	12S H (D)
INFORMÁTICA DE USUARIO: S.OPERATIVOS	30 H (P)	MAITRE.NIVEL INICIAL	12S H (D)	**ÁREA TEMÁTICA: RECURSOS HUMANOS**	
GESTIÓN INFORMATIZADA DE CONTABILIDAD:CONTAPLUS	12S H (D)	PRESENTACIÓN DE VINOS Y BEBIDAS	30 H (P)	FORMADOR DE FORMADORES	40 H (P)
OFIMÁTICA: DISEÑOS DE PÁGINAS WEB	30 H (P)	SERVICIO DE VINOS Y CAVAS	12S H (D)	FORMADOR DE FORMADORES	12S H (D)
OFIMÁTICA: APLIC. PARA PRESENTACIONES EN PÚBLICO	30 H (P)	PUESTA A PUNTO DE BARRA Y SALA	12S H (D)	GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS	30 H (P)
PHOTOSHOP	12S H (D)	COCTELERÍA	30 H (P)	GESTIÓN DEL TIEMPO Y CONTROL DEL ESTRÉS	50 H (P)
PHOTOSHOP	80 H (T)	PRESENTACIÓN DE BUFETES	30 H (P)	HABILIDADES DIRECTIVAS	16 H (P)
GESTIÓN DE NOMINAS Y SEGUROS SOCIALES: NOMINAPLUS	12S H (D)	ENOLOGÍA	12S H (D)	COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA	12S H (D)
PHOTOSHOP Y DISEÑO DE PÁGINAS WEB	15O H (T)	JEFE DE RANGO	12S H (D)	ORGANIZACIÓN Y MOTIVACIÓN DE EQUIPOS DE TRABAJO	12S H (D)
OFFICE 2007	12S H (D)	CAMARERO DE RESTAURANTE-BAR	30 H (P)	TRATAMIENTO DE QUEJAS Y RECLAMACIONES	12S H (D)
WORD 2007	12S H (D)	ENOLOGÍA Y SUS RECETAS	12S H (D)	FIDELIZACIÓN DE CLIENTES	12S H (D)
ACCESS 2007	12S H (D)	CAMARERO/A DE RESTAURANTE-BAR	12S H (D)	GESTIÓN DEL TIEMPO Y CONTROL DEL ESTRÉS	12S H (D)
EXCEL 2007	12S H (D)	COCTELERÍA Y SUS RECETAS	12S H (D)	GESTIÓN DEL TIEMPO Y CONTROL DEL ESTRÉS	30 H (P)
OFFICE 2007	30 H (P)	OPERACIONES BÁSICAS DE REST-BAR.NIVEL 1.	100D/110P (M)	TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN EFICAZ	12S H (D)
WORD 2007	30 H (P)	MAITRE.NIVEL INICIAL	30 H (P)	INNOVACIÓN EN EL ÁREA DE RECURSOS HUMANOS	30 H (T)
ACCESS 2007	30 H (P)	SERVICIO DE VINOS Y CABAS	30 H (P)	**ÁREA TEMÁTICA: OTROS SERVICIOS PERSONALES**	
EXCEL 2007	30 H (P)	PUESTA A PUNTO DE BARRA Y SALA	30 H (P)	HIDROTERAPIA Y TERMALISMO	120 H (P)
WORD XP	30 H (P)	JEFE DE RANGO	30 H (P)		
INTERNET	30 H (P)	ENOLOGÍA	30 H (P)		
EXCEL XP	30 H (P)	**ÁREA TEMÁTICA: REGIDURÍA DE PISOS**			
OFIMÁTICA INICIAL	30 H (P)	REGIDURÍA DE PISOS-GOBERNANTA	24 H (P)		
DISEÑO DE UNA WEB AVANZADA	20 H (T)	ORGANIZACIÓN DE ALOJAMIENTOS	50 H (D)		
ÁREA TEMÁTICA: PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES		SERVICIO DE PISOS-CAMARERO/A DE PISOS	30 H (P)		
PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES	40H (P)	GOBERNANTA DE HOTEL	36 H (P)		
PREVENCIÓN DE INCENDIOS	30 H (P)	GOBERNANTA DE HOTEL	100 H (D)		
DISEÑO E IMPLANTACIÓN DEL PLAN DE PRL	12S H (D)	GOBERNANTA DE HOTEL	12S H (D)		
PREVENCIÓN DE INCENDIOS NIVEL I	10 H (P)	TÉCNICAS DE LIMPIEZA	16 H (P)		
TÉC. BÁSICO EN PRL	12S H (D)	LAVANDERÍA	30 H (P)		
TPRL NIVEL SUPERIOR	600 H (T)	ARTE FLORAL	12S H (D)		
PREVENCIÓN DE INCENDIOS	12S H (D)	HOSTELERÍA.ATENCIÓN EN PISOS	12S H (D)		
PREVENCIÓN DE INCENDIOS NIVEL 2	16 H (P)	SERVICIO DE PISOS.CAMARERO/A DE PISOS	12S H (D)		
SOCORRISMO Y PRIMEROS AUXILIOS EN GENERAL	12S H (D)	OP.BÁSICAS DE PISOS EN ALOJAMINETOS.NIVEL 1.	10OD/20OP (M)		
SOCORRISMO Y PRIMEROS AUXILIOS EN GENERAL	30 H (D)	GEST. DE PISOS Y LIMPIEZA EN ALOJAMIENTOS.NIVEL 3.	30OD/10OP (M)		
SOCORRISMO ACUÁTICO	60 H (P)	**ÁREA TEMÁTICA: HIGIENE Y SEGURIDAD ALIMENTARIA**			
ERGONOMÍA	12S H (D)	CONTROL DE PUNTOS CRÍTICOS	40 H (P)		
TPRL ESPECIALIDAD	25O H (T)	MANIPULADOR DE MAYOR RIESGO	10 H (P)		
PRL ESPECIALIDAD DE HIGIENE INDUSTRIAL	25O H (T)	MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS	10 H (P)		
T. DE IMPLANTACIÓN DE LA NORMA OHSAS 18001	15O H (T)	M. DE ALIMENTOS DE MAYOR RIESGO	10 H (P)		

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

INFORMACIÓN:

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

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

PLAN de formación de HOSTELERÍA

ESCUELA PROFESIONAL DE HOSTELERÍA DE JEREZ · CEHAT · UNIÓN EUROPEA Fondo Social Europeo · Fundación Tripartita