

El Congreso de Empresarios Hoteleros define la agenda de CEHAT para los próximos meses

El Congreso de Empresarios Hoteleros Españoles, organizado por CEHAT, la UHPV y Hosbec celebrado en Valencia, reunió a cerca de cuatrocientos

empresarios. Una cita que se consolida como uno de los encuentros imprescindibles, en el que debatir y acordar los retos y las líneas estraté-

gicas a desarrollar de manera conjunta, a través de mesas redondas y ponencias lideradas por diversos referentes del ámbito hotelero.

El Congreso de Empresarios Hoteleros Españoles reunió en Valencia los días 21, 22 y 23 de noviembre a cerca de 400 profesionales. Este encuentro, que se ha consolidado como una de las citas imprescindibles del Sector, contó con el apoyo de las instituciones a nivel nacional, provincial, local y autonómico. De este modo, en la sesión de apertura participaron Alberto Fabra, presidente de la Generalitat Valenciana, Rita Barberá, alcaldesa de la ciudad de Valencia, e Isabel Borrego, secretaria de Estado de Turismo.

nado de la marca España, destacó que es imprescindible potenciar la imagen de nuestro país en el exterior para "hacer de España un país fiable en el que se puedan hacer negocios". Las relaciones financieras entre los hoteles y las agencias de viajes y turoperadores, la distribución hotelera y la evolución tecnológica en el Sector fueron algunos de los principales temas abordados en el Congreso. Además, la experiencia del economista Carlos Rodríguez Braun, el optimismo del periodista José María Calleja y la conferencia de Manuel Pimentel y Javier Capitán sobre la gestión del talento y la conferencia de Emilio Duró completaron las mesas redondas del Congreso de Empresarios Hoteleros Españoles.



La alcaldesa de Valencia, Rita Barberá, durante la inauguración del Congreso.

En el marco del Congreso, se entregaron además los premios RSC Hotelera 2012 otorgados por CEHAT y el Grupo Intermundial. En esta ocasión, los galardonados fueron Confortel, cadena hotelera de la Corporación Empresarial ONCE (CEOSA), y el

segundo y tercer premio, respectivamente, NH Hoteles y Westin Valencia. Confortel fue reconocida por "su ejemplo de activismo contra la exclusión social y lucha a favor de la accesibilidad en el Turismo".
Congreso / Págs. 16-21

La Federación Española de Camping se asocia a CEHAT

La Federación Española de Camping y Ciudades de Vacaciones (FEEC) se ha unido a la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), como miembro de pleno derecho. Con este nuevo ingreso en la Confederación se suman cerca de medio millón de plazas de alojamiento y 20 asociaciones de camping provinciales y autonómicas que están integradas en la FEEC. La FEEC, constituida en 1977, es una institución representativa del sector del camping a nivel nacional que representa la segunda área de actividad más importante en

España en cuanto a número de plazas turísticas ofertadas se refiere. Con su adhesión a CEHAT, la Confederación representa a todo el sector del alojamiento español, tanto a hoteles independientes como cadenas hoteleras, apartamentos turísticos, balnearios y camping & resorts. Para la presidente de FEEC, Ana Berriáin, el ingreso en CEHAT responde a "la necesidad de cohesión y unidad del sector turístico español" que resulta prioritario en "estos momentos de complejidad económica y social".
Asociaciones / Pág. 28

Los hoteleros, pesimistas para la temporada de invierno

La Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) y la consultora PricewaterhouseCoopers (PwC) han presentado las previsiones de la industria hotelera para la temporada de invierno que, por primera vez en cuatro años, muestra unas perspectivas negativas. El Observatorio de la Industria Hotelera (OHE Hotelero) se ha visto marcado por diferentes causas como el efecto retraso en las reservas, el impacto de la subida del IVA y el recorte de los presupuestos para viajes del Imserso. El índice OHE Hotelero, que mide las expectativas de los empresarios asociados a CEHAT, refleja una caída de la práctica totalidad de factores analizados, es-

pecialmente significativa en las previsiones sobre pernoctaciones, esfuerzo promocional de las Administraciones Públicas y rentabilidad. Las previsiones apuntan a que el número de viajeros nacionales descenderá de forma significativa, aunque se espera que aumenten los viajeros procedentes de Reino Unido y Países Nórdicos con respecto a la temporada anterior. En este sentido, Juan Molas, presidente de CEHAT, ha destacado el aumento de llegadas internacionales que "consolida a España como uno de los destinos turísticos más importantes del mundo", en detrimento de una caída "dramática y exponencial de la demanda interna".
Informe / Págs. 14 y 15

NOTICIAS EN BREVE



El Constitucional y la reforma laboral

El asesor laboral de CEHAT, Carlos Sedano, aborda los dos recursos de inconstitucionalidad que el Tribunal Constitucional ha decidido admitir a trámite. Se trata de dos recursos presentados por la supuesta vulneración de 10 artículos de la Constitución.
Tribuna Laboral / Pág. 6

Claves jurídicas del comercio electrónico

La Tribuna Garrigues plantea las principales cuestiones jurídicas a tener en cuenta a la hora de confeccionar páginas web y plataformas de reserva online de viajes y hoteles.
Tribuna Garrigues / Pág. 4

Coincidencias de España con Europa

El director de Asuntos Europeos de CEHAT, Didac García, aborda las coincidencias existentes entre la Asamblea General de HOTREC y el Congreso de Empresarios Hoteleros, unas similitudes que demuestran los temas de interés común.
Hotelería Europea / Pág. 8

SUMARIO

Editorial / Tribuna.....	3
Garrigues.....	4
Laboral.....	6
Actualidad.....	9
Informe.....	10
Asociaciones.....	28



El calor que necesitas para sentirte como en casa

Con Gasóleo Calentador Cepsa Rendimiento y el Plan de Renovación de Calderas, tienes la garantía de un combustible de calidad superior y una atención especializada para que, estés donde estés, puedas disfrutar de un ambiente seguro y confortable.

Realiza tu pedido llamando al 91 337 94 92.



www.gasoleoscpsa.com

Programa Incorpora de "la Caixa"

Participe en un **gran proyecto**

Desde Incorpora de "la Caixa", promovemos la creación de puestos de trabajo para personas en riesgo o en situación de exclusión social. A través de nuestro programa, **facilitamos la inserción laboral** con un **servicio integral** de intermediación a la medida de sus necesidades.

Un proyecto que le ofrece la oportunidad de integrar en su empresa valores de mejora social y económica que favorezcan su competitividad y promuevan un desarrollo sostenible. **Incorpórese a un gran proyecto y dé un giro social a su empresa.**



incorpora
de "la Caixa"

Más información, en el 902 22 30 40 o en www.incorpora.org



Presidente: **Juan Molas**
 Secretario General: **Ramón Estalella Halffter**

DIRECTOR
Valentín Ugalde

COORDINACIÓN CEHAT: Mónica González
 COORDINACIÓN EDITORIAL: Eduardo Santamaría

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

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

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

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

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

UNA PUBLICACIÓN DEL GRUPO **Nexo**

EDITORIAL

Éxito del Congreso: Gracias a todos

EL CONGRESO DE Empresarios Hoteleros celebrado en Valencia, ha tenido como protagonistas indiscutibles a los Hoteleros. Más de cuatrocientos empresarios del sector y su industria auxiliar, se ha dado cita en Valencia. Esta notable respuesta sectorial a la convocatoria de CEHAT, UHPV y HOSBEC constituye un doble motivo de satisfacción.

Primero, por reunir a la gran familia hotelera en torno a su problemática, para analizar y debatir los temas que afectan e interesan a los empresarios y profesionales. Y, en segundo lugar, por haber permitido al Sector mostrar su unidad y pujanza ante las máximas autoridades, y debatir con otros subsectores sobre la comercialización, mostrar sus proyectos más innovadores, adelantar claves sobre nuevas tecnologías, analizar la situación económica o la marca España, y profundizar en nuestros valores.

Por todo ello, desde el Comité Organizador y el equipo humano que trabaja y sirve a los objetivos de CEHAT, es un deber y un orgullo dar las gracias a los hoteleros que, pese a las dificultades del momento actual, han participado en esta nueva cita hotelera cuya convocatoria ha colmado las expectativas. Un recuerdo especialísimo merecen aquellos hoteleros que no han podido estar en Valencia, y a los que se ha echado en falta, especial recuerdo para Jordi Comas. Muchos de ellos han sido (y serán) fieles participantes del Congreso. Pero, por diversas razones, en esta ocasión no han podido estar físicamente con sus colegas, aunque lo hemos tenido muy presentes, como parte esencial que son de este gran Sector.

Por último, aunque el Comité Organizador se ha esforzado al máximo para dotar al Congreso de unos contenidos del más alto nivel, no hay que olvidar a quienes puedan no haber visto satisfechas sus expectativas. De la necesaria y siempre beneficiosa autocritica deben derivarse aquellas mejoras, nuevas aportaciones e innovaciones, que permitan a CEHAT hacer del próximo Congreso un evento a la altura del Sector Hotelero. Gracias a todos, a quienes participaron y a aquellos que no pudieron estar en Valencia en esta ocasión. Gracias también a todos aquellos que, con sus criticas constructivas, sugerencias y nuevas aportaciones, contribuyen a mejorar y enriquecer este encuentro bianual de la Hostelería en España.

Una sucesión de pequeñas voluntades consigue un gran resultado.

TRIBUNA HOTELERA

El congreso de CEHAT: Punto de encuentro

Juan Molas / Presidente de CEHAT

EL PASADO MES de noviembre hemos celebrado en Valencia el último Congreso de Empresarios Hoteleros que CEHAT viene organizando con carácter bianual. En esta ocasión el Comité Ejecutivo eligió la Comunidad Valenciana para mantener la práctica que hemos seguido en los últimos años en relación a celebrar el mismo en diferentes zonas de la geografía española.

Quiero en primer lugar, agradecer el esfuerzo realizado por las Asociaciones locales: La Unión Hotelera de Valencia y Hosbec. Sin ellos, sin su implicación y colaboración no habiéramos alcanzado el objetivo que nos propusimos, en segundo lugar a las administraciones publicas valencianas, a la Generalitat en la persona de su consellera de Turismo, Lola Johnson, a la Alcaldesa de Valencia Rita Barberá y a la Diputación Provincial a través de su Presidente Alfonso Rus. A todos ellos gracias por habernos acogido con extraordinaria generosidad.

Agradecimiento que quiero hacer extensivo a la familia Santos, propietarios del Hotel Las Arenas, sede del Congreso, por habernos hecho sentir como en casa, así como al resto de hoteles seleccionados; el Hotel Neptuno y el Hotel AC Valencia, y naturalmente nuestro agradecimiento también a todos los ponentes y moderadores por su extraordinaria labor profesional, por sus aportaciones y por la serie de mensajes que nos transmitieron como fuente de pensamiento en varios sentidos que sin duda servirán para la reflexión.

Han sido tres días, no solo de debate sino también para cumplir el objetivo de poder compartir tiempo de ocio y amistad entre profesionales de la hostelería y el turismo que venidos de diferentes puntos de España hemos aprovechado el Congreso como punto de encuentro. Una vez finalizado el mismo, llega la hora del balance cuantitativo y cualitativo. Posiblemente no haya sido un Congreso basado en aspectos puramente hoteleros, hemos querido diversificar las ponencias en temas generalistas influidos muy probablemente por la situación económica y social que estamos atravesando y nuestra intención era y es encontrar respuestas a los problemas actuales. Durante estos días hemos querido incidir en la búsqueda de soluciones para que el sector turístico siga representando uno de los más importantes sectores de España. Además, con nuestro quehacer diario, nuestro esfuerzo y nuestra voluntad, seguir luchando para continuar contribuyendo al bienestar de la sociedad.

Hemos debatido una vez más sobre las relaciones financieras entre los hoteles y las agencias de

viajes. Carlos Díaz, presidente de la Asociación Hotelera de Madrid que ejerció como moderador, incitó a los ponentes en la convergencia de los intereses comunes con el fin de llegar a las alternativas necesarias para el cumplimiento de los compromisos que ambos tenemos.

El presidente de la Unión Hotelera de Valencia, Luis Martí dirigió la mesa redonda sobre el nuevo modelo de distribución turística. Plataforma de distribución turística global Travel Open Apps, en el que CEHAT a través del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) apuesta abiertamente con el fin de alcanzar un modelo único de información y distribución turística.

Inteligente e interesante con aderezo humorístico fue la conferencia que sobre la gestión del talento impartieron Manuel Pimentel y Javier Capitán, coordinados por el profesor Doménech Biosca que supo darle la intriga y expectativas necesarias.

El análisis a la coyuntura económica actual, a la crítica situación a la que anteriormente me refería y las posibles alternativas a la salida de la crisis, fue el tema tratado por Carlos Rodríguez Braun, José María Calleja y Álvaro Klecker.

La conferencia sobre la marca España impartida por el Alto Comisionado para la marca, Carlos Espinosa de los Monteros y el reflejo de la misma en el sector turístico, y la conferencia de Emilio Duro que con su exposición dejo claro que tenemos que fomentar los cuatro factores que nos ayudan en la búsqueda de la felicidad: mantenernos en forma, desarrollar la mente, cultivar el espíritu y comunicar nuestras emociones". Con estas magistrales formulas se cerró el programa que se había elaborado.

Muy probablemente deberemos reflexionar sobre el modelo y tipo de Congreso a celebrar en próximas ediciones. Sin duda los problemas de conectividad así como las fechas elegidas no han permitido asistir a muchos hoteleros que tenían en su agenda participar en el mismo, algunos asistentes han mostrado opiniones diversas en relación a la necesidad de un contenido más técnico, otros sin embargo siguen opinando que tanto el periodo de celebración como los contenidos hacen del mismo un encuentro ameno, diferente y hasta cierto punto relajante. Oídas todas las opiniones, el Comité Ejecutivo que me honro en presidir realizará un análisis exhaustivo y plantearemos futuras ediciones para intentar satisfacer al máximo todas las exigencias

Por último, mi agradecimiento a Valentín Ugalde, Luis Martí, Carmen Gómez, Ana María Camps, Humildad Jimenez, Pablo Bernaola y Mónica González por su magnífico trabajo.

'Durante estos días hemos querido incidir en la búsqueda de soluciones para que el sector turístico siga representando uno de los más importantes sectores de España'

CARTA DEL DIRECTOR A TODOS LOS LECTORES DE CEHAT

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

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



* Al cierre de esta edición se ha tenido conocimiento de la reorganización del Gobierno de la Comunidad Valenciana, eliminando la Consellería de Turismo. Por tanto, la entonces consellera de Turismo, Lola Johnson, que aparece en diversos artículos de este periódico con el citado cargo, debería aparecer ya como exconsellera.

Cuestiones en relación con páginas web y plataformas de reserva online de viajes y hoteles

Es imprescindible tener una fuerte presencia en internet para poder competir en un sector cada vez más exigente

Guadalupe Sanpedro y Virginia Canteli, asociada principal y asociada senior de Garrigues Madrid, analizan las nuevas opciones que ofrece Internet para forta-

lecer las empresas y poder competir en un sector cada vez más exigente. Además resaltan la importancia de incorporar a todo sitio web los textos legales precep-

tivos para cumplir con las exigencias establecidas en la legislación española; a saber: el Aviso Legal/Condiciones de Uso y la Política de Privacidad.



GUADALUPE SANPEDRO

VIRGINIA CANTELI

ASOCIADA PRINCIPAL Y ASOCIADA SENIOR DE GARRIGUES MADRID

Al igual que en muchos otros sectores de la economía española, la crisis económica internacional también está afectando al sector turístico. Las empresas que forman parte de esta industria están obligadas a competir en un mercado cada vez más exigente y, a este respecto, una de las principales vías para competir es la presencia de este sector en Internet, lo que conlleva una mayor agilidad y economía en los procesos de contratación. Huelga decir que hoy en día la necesidad de tener una sólida presencia en Internet es fundamental para cualquier empresa. Cada vez son más los consumidores que realizan compras y/o reservas a través de páginas web y los procedimientos de pago son cada vez más seguros, por lo que el comercio electrónico se ha convertido en una gran vía de negocio. En línea con lo anterior, el objetivo del presente artículo es poner en conocimiento de los profesionales del sector aquellas cuestiones jurídicas que deben tenerse en consideración a la hora de confeccionar páginas web y plataformas de reserva online de viajes y hoteles. En concreto, desde el punto de vista de: (i) protección de datos de carácter personal; (ii) servicios de la sociedad de la información y comercio electrónico; y (iii) condiciones generales de contratación.

En particular, se quiere recalcar en este artículo la importancia de incorporar a todo sitio web los textos legales preceptivos para cumplir con las exigencias establecidas en la legislación española; a saber: el Aviso Legal/Condiciones de Uso y la Política de Privacidad. Asimismo, aquellos sitios web que contengan plataformas de reservas online, deberán disponer en todo caso de las pertinentes Condiciones Generales de Contratación.

Aviso Legal

Como hemos indicado anteriormente, uno de los textos legales que todo sitio web debe contener, con independencia de que pertenezca o no al sector turístico, es el Aviso Legal, con el objetivo de (i) dar cumplimiento a la obligación de in-

formación que el artículo 10 de la Ley 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de la Información y Comercio Electrónico ("LSSI") impone a todo prestador de servicios y (ii) establecer las reglas de uso del sitio web que resultarán de aplicación a todos los usuarios como consecuencia de la utilización del mismo.

En relación con la obligación del titular del sitio web de informar en los términos previstos en el artículo 10 de la LSSI, éste deberá informar a los usuarios de su condición de titular del sitio web, indicando, entre otros, su nombre o denominación social y su residencia o domicilio. Asimismo, el titular del sitio web deberá informar sobre sus datos registrales y NIF, así como incluir una dirección de correo electrónico y cualquier otro dato que permita establecer con el titular del portal una comunicación directa y efectiva. De este modo, y de acuerdo con la LSSI, la información que todo Aviso Legal/Condiciones de Uso debe contener ha de proporcionarse de tal manera que los usuarios puedan acceder a la misma "por medios electrónicos, de forma permanente, fácil, directa y gratuita" durante todo el tiempo que permanezcan conectados al sitio web.

En relación con las reglas de uso del sitio web mencionadas, el Aviso Legal/Condiciones de Uso deberá indicar cuál es la finalidad del sitio web y cuáles son los servicios a los que se puede acceder a través del mismo. Además, deberá indicarse en el mismo cuáles son las condiciones de uso del sitio web (i.e. si es gratuito, qué sucede en caso de incumplimiento de sus términos, etc), a quiénes corresponden los derechos de propiedad intelectual y/o industrial sobre los contenidos del mismo, la política de enlaces que puedan realizarse a través del sitio web (sitios enlazantes y enlazados) y la responsabilidad del titular del sitio web.

Política de Privacidad

La Política de Privacidad tiene por objeto informar a los usuarios del

sitio web acerca de los tratamientos de sus datos de carácter personal que realiza el titular del sitio web con ocasión de la navegación a través del mismo y de la utilización, en su caso, de cookies. Teniendo en consideración el propósito que tiene la Política de Privacidad, es esencial que el contenido de la misma sea coherente con el tenor del resto de cláusulas en materia de protección de datos que se incluyan en el sitio web, cuyo objeto será regular las distintas recogidas y tratamientos específicos de datos que se lleven a cabo a través del mismo (registro de usuarios, etc.).

El consentimiento de los usuarios para el tratamiento de sus datos con motivo de su registro en el sitio web se debe articular a través de la aceptación por parte de dichos usuarios de las correspondientes cláusulas de protección de datos incluidas en los pertinentes formularios que deberán ser incluidos en el sitio web así como de la política de privacidad. Asimismo, en el supuesto de que los datos de usuarios pretendan tratarse con fines comerciales o, por ejemplo, cederse a terceras entidades, deberá obtenerse el consentimiento de los usuarios mediante la marca de las correspondientes casillas de opt-in u opt-out, en función de dichas finalidades.

Adicionalmente a lo indicado, la Política de Privacidad deberá incluir una dirección de correo electrónico a la que los usuarios puedan dirigirse ejercitar sus derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición.

Contratación

El último texto legal al que haremos referencia son las Condi-

ciones Generales de Contratación que, en todo caso, deben complementarse con el Aviso Legal/Condiciones de Uso y la Política de Privacidad.

Las Condiciones Generales de Contratación, que regulan las condiciones bajo las cuales los usuarios realizarán sus compras o harán sus reservas online, deberán incluirse siempre que el sitio web permita realizar dichas compras y/o reservas. La LSSI establece la obligación de las sociedades que realicen actividades de contratación electrónica de poner a disposición del usuario, antes del inicio del procedimiento de contratación, de forma permanente, fácil y gratuita, información clara, comprensible e inequívoca de los siguientes extremos:

a. Los distintos trámites que deben seguirse para celebrar el contrato.

b. Si el prestador va a archivar el documento electrónico en que se formalice el contrato y si éste va a ser accesible.

c. Los medios técnicos que pone a su disposición para identificar y corregir errores en la introducción de los datos, y

d. La lengua o lenguas en que podrá formalizarse el contrato.

Adicionalmente, este texto legal deberá contener las condiciones que rigen la contratación a través del sitio web (i.e. garantía, resolución o cancelación de la reserva, costes, etc) debiendo describirse de forma minuciosa y detallada el procedimiento de contratación a seguir por el usuario.

Por otra parte, es importante señalar que, una vez producida la contratación por el usuario, el titular del sitio web está obligado a

confirmar la recepción de la aceptación por uno de los siguientes medios: (i) el envío de un acuse de recibo por correo electrónico u otro medio de comunicación electrónica equivalente a la dirección que el usuario haya señalado, en el plazo de las veinticuatro horas siguientes a la recepción de la aceptación; o (ii) la confirmación, por un medio equivalente al utilizado en el procedimiento de contratación, de la aceptación recibida, tan pronto como el aceptante haya completado dicho procedimiento, siempre que la confirmación pueda ser archivada por su destinatario.

Las Condiciones Generales de Contratación deberán ser aceptadas íntegramente por los usuarios del sitio web con carácter previo a la compra de billetes o a la reserva de hoteles, entre otros. Por tanto, es importante que las mismas aparezcan en la pantalla del sitio web en el momento de la confirmación de la compra con independencia de que estén colgadas en la home del sitio web, para que el usuario pueda consultarlas en ese mismo momento y, además, aceptarlas, como paso previo y necesario a efectuar la contratación.

Por último, en virtud de lo dispuesto en la normativa de consumidores y usuarios, el titular del sitio web deberá disponer de un servicio de atención al cliente a través del cual los consumidores puedan dejar constancia de sus quejas y reclamaciones. A tal efecto, las Condiciones Generales de Contratación deberán incluir información sobre la dirección postal, número de teléfono y número de fax o dirección de correo electrónico del titular del sitio web.



El comercio electrónico se ha convertido en una gran vía de negocio, ya que cada vez son más los consumidores online.

UN TOQUE DE ESTILO PARA TU HOTEL



Hay detalles que marcan la diferencia y
convierten la estancia en una experiencia única: **detalles Saloni.**

Lo tenemos todo para obra nueva y reforma: cerámica, revestimientos, pavimentos, baño, spa,
muebles y complementos con la calidad y el diseño que caracterizan a Saloni.

**Descubra en www.reformahoteles.com nuestro catálogo de productos y
servicios para hoteles con estilo.**



SALONI

Reformas de hoteles con estilo

El Tribunal Constitucional revisará si la reforma laboral se ajusta o no a la Carta Magna

Ha tramitado dos recursos de inconstitucionalidad promovidos contra determinados preceptos de la última reforma laboral

En el BOE del pasado 9 de noviembre se publicaba que el pleno del Tribunal había acordado admitir a trámite dichos recursos, presentado uno por 115 diputados del

grupo socialista en el Congreso y de la izquierda plural parlamentaria y otro por el Parlamento de Navarra, contra determinados artículos y disposiciones de la Ley 3/

2012, de 6 de julio, de medidas urgentes para la reforma del mercado de trabajo, por considerarlas contrarias al menos a diez preceptos constitucionales.



CARLOS SEDANO

ASESOR LABORAL DE CEHAT

Estaba cantada esta impugnación contra la reforma laboral aprobada inicialmente por el Real Decreto-ley 3/2012, de 10 de febrero y finalmente por la Ley 3/2012, de 6 de julio, que entró en vigor el día 8 de julio pasado, una vez fracasada la iniciativa sindical tras la huelga general del pasado 29 de marzo, y el rechazo de la Defensora del Pueblo a los principales sindicatos de trabajadores de plantear su impugnación ante el alto tribunal, siendo finalmente las decisiones citadas las que han sido admitidas a trámite por el Tribunal Constitucional por providencias dictadas el día 30 de octubre del año en curso, que sin entrar en el fondo de las cuestiones se limita a dar traslado al Congreso de los Diputados, al Senado y al Gobierno de España para que puedan personarse en estos procedimientos y formular las alegaciones que estimen convenientes, habiendo declinado el poder ejecutivo las peticiones de algunos parlamentarios de suspender su aplicación.

Sin embargo, el Tribunal Constitucional no ha admitido a trámite la primera cuestión de inconstitucionalidad que planteó el Juzgado de lo Social número 30 de Madrid, por razones procesales sin entrar ni siquiera a juzgar el contenido de las dudas esbozadas por el juez, coincidiendo con el planteamiento de la Fiscalía General del Estado. Entre las distintas cuestiones que el juez instaba como de dudosa constitucionalidad, ante el despido de tres trabajadores que debía resolver, estaba la supresión de los salarios de tramitación en el caso de los despidos improcedentes y sus sustitución por las prestaciones por desempleo, lo que, a su entender, "opera como elemento manifiestamente desincentivador de la readmisión", así como una "posible vulneración de la igualdad ante la ley en la diferencia de trato entre trabajadores con derecho a desempleo y los que care-

cen de él en el caso de improcedencia y opción por la indemnización por el empresario", considerando además el magistrado que eliminar estos salarios durante el trámite del despido "vulnera el derecho a la tutela judicial efectiva, el derecho a la igualdad y a la asistencia y prestaciones sociales suficientes ante situaciones de necesidad". Los magistrados del Tribunal Constitucional resolvieron que las cuestiones citadas corresponde en exclusiva resolverlas a la jurisdicción ordinaria, de ahí que el alto tribunal declinara pronunciarse sobre el fondo de la cuestión.

No obstante, el Tribunal sí tendrá que pronunciarse sobre los recursos admitidos, y de los que forman parte las cuestiones planteadas por el juez de lo social de Madrid. Concretamente, el recurso promovido por el grupo socialista y la llamada izquierda plural en el Congreso de los Diputados, se dirige contra los artículos 4.3, 12.uno, 14.uno y dos, 18.tres y ocho y 23.uno, disposición adicional tercera y disposición final cuarta.dos de la controvertida norma legal, y se fundamenta en la supuesta vulneración de hasta diez artículos de la Constitución referidos a las organizaciones sindicales y empresariales, a la libertad sindical, al derecho al trabajo, a la negociación colectiva, a la tutela judicial efectiva, a la igualdad y a la no discriminación, y a interpretar la Carta Magna al amparo de los convenios y tratados internacionales suscritos por España.

Las materias afectadas por la tacha de inconstitucionalidad de éste recurso son las siguientes:

El artículo 4.3, en el contexto del nuevo contrato de trabajo por tiempo indefinido de apoyo a los emprendedores, se refiere a su periodo de prueba de un año, que, según los recurrentes, vulneraría el derecho al trabajo y a la negociación colectiva.

El artículo 12.uno otorga una nueva redacción al artículo 41 del Estatuto de los Trabajadores (en adelante, ET) referido a las modificaciones sustanciales de condiciones de trabajo. En esta materia, la reforma incorporó la cuantía salarial como una de las materias que, si se ve afectada por decisión unilateral del empresario, puede tener la consideración de modificación sustancial de condiciones de trabajo, la cual también puede afectar a las condiciones reconocidas a



El Tribunal se tendrá que pronunciar sobre los recursos admitidos y las cuestiones planteadas por el juez de lo social de Madrid.

los trabajadores en el propio contrato de trabajo.

El artículo 14.uno introduce una nueva redacción al artículo 82.3 ET, que se refiere a la posibilidad de inaplicar en la empresa las condiciones de trabajo en algunas materias previstas en el convenio cuando concurren causas económicas, técnicas organizativas o de producción, dando entrada, cuando la inaplicación de las condiciones de trabajo afecte a centros de trabajo de la empresa situados en el te-

caso, la tacha de inconstitucionalidad se basa en que dicha regulación prescinde del elemento de la razonabilidad o no de la causa en relación al despido.

Los artículos 18.ocho y 23.uno, relativos a la supresión de los salarios de tramitación cuando el despido es declarado improcedente y el empresario opta por el abono de la indemnización, dan, respectivamente, una nueva redacción al artículo 56.2 ET.

A través de la disposición adicional tercera, se añadió una disposición adicional al ET, la vigésimo primera, que extiende a las Administraciones Públicas y a las entidades de derecho público la aplicación de lo previsto en el artículo 47 ET

sobre la suspensión del contrato o reducción de jornada por causas económicas, técnicas, organizativas o de producción o derivadas de fuerza mayor.

Por último, la disposición final cuarta.dos de la Ley da una nueva redacción a la disposición adicional décima ET estableciendo la nulidad de aquellas cláusulas de los convenios colectivos que posibilitan la extinción del contrato de trabajo por el cumplimiento por parte del trabajador de la edad ordinaria de jubilación fijada en la normativa de Seguridad Social.

Sobre el recurso promovido por el Parlamento de Navarra se dirige, además de contra los ya comentados artículos 4, íntegro, y 14.uno y tres, y por conexión, 14.dos de la Ley 3/2012,

de 6 de julio, contra su disposición adicional quinta.

Dicha norma, en su artículo 14.tres, otorga una nueva redacción al artículo 84.2 ET, preconizando la prioridad aplicativa de las condiciones establecidas en un convenio de empresa respecto del convenio sectorial estatal, autonómico o de ámbito inferior en una serie de materias como son la cuantía del salario base y complementos salariales, el abono de las horas extraordinarias y la retribución específica del trabajo a turnos, el horario y la distribución del tiempo de trabajo, el régimen de trabajo a turnos y la planificación anual de las vacaciones, la adaptación al ámbito de la empresa del sistema de clasificación profesional de los trabajadores, la adaptación de los aspectos de las modalidades de contratación que se atribuyen por el Estatuto a los convenios de empresa, y las medidas para favorecer la conciliación entre la vida laboral, familiar y personal.

Por su parte, la disposición adicional quinta de dicha Ley otorga una nueva redacción a la disposición final segunda ET que regula la Comisión Consultiva Nacional de Convenios Colectivos.

Habrà que esperar, por tanto, para ver qué nos depara la sentencia que en su día dicte el Alto Tribunal sobre la constitucionalidad de los preceptos de la mencionada reforma del mercado laboral, y conocer los desconcertantes horizontes y terrenos movidos que, en caso de estimación, siquiera sea en parte, del recurso, nos veremos obligados a pisar.

«Habrà que esperar, por tanto, para ver qué nos depara la sentencia que en su día dicte el Alto Tribunal sobre la constitucionalidad de los preceptos de la mencionada reforma del mercado laboral»

GEZE Service Pack CTE: le ayuda a poner al día puertas automáticas, puertas cortafuegos y sistemas de ventilación

El CTE exige hoy un mantenimiento de obligado cumplimiento en puertas cortafuegos y puertas automáticas peatonales. La periodicidad de las visitas preventivas depende del aforo del local.

GEZE Service tiene como prioridad proporcionar a sus clientes la mejor asistencia profesional en sus servicios de mantenimiento, garantizando la máxima calidad. Ya son muchos los hoteles, centros comerciales, edificios de oficinas, hospitales, centros de salud, centros de enseñanza e instalaciones deportivas y de ocio que gozan de las ventajas de los servicios de mantenimiento de GEZE en distintos lugares del mundo.

Y, para ayudarle a poner al día sus instalaciones en cumplimiento de la normativa vigente, GEZE Service ha puesto en marcha para el mes de diciembre, el pack CTE con el que se beneficiará de muchas ventajas: primera visita gratuita para el análisis técnico de sus instalaciones, incluyendo la primera visita de mantenimiento que exige la normativa vigente.

Además, un mantenimiento programado le ofrece muchas más ventajas: 24 horas de Service Hotline, precios reduci-

dos de mano de obra, red de técnicos profesionales, repuestos originales, financiación de actualizaciones y/o kits de sustitución, reducción de incidencias, evaluación de riesgos de seguridad, mantenimiento de otros automatismos y supervisión y gestión a distancia con QuickCare.

GEZE Service se adapta siempre a las necesidades del cliente y ofrece, con un trato personalizado, todo tipo de posibilidades para el servicio de mantenimiento. El usuario tiene la posibilidad de escoger el Pack de mantenimiento que mejor se adapte a sus requisitos: el Service Pack Compacto, el Service Pack Exclusivo, el Service Pack Comfort y el Service Pack Vario. Con cualquiera de estas posibilidades, le garantiza unas prestaciones rápidas, flexibles, innovadoras y económicas.

GEZE Service ofrece también la posibilidad de prolongar el ciclo de vida de los automatismos y la adaptación a nuevos requerimientos legales y normativas* vigentes en España.

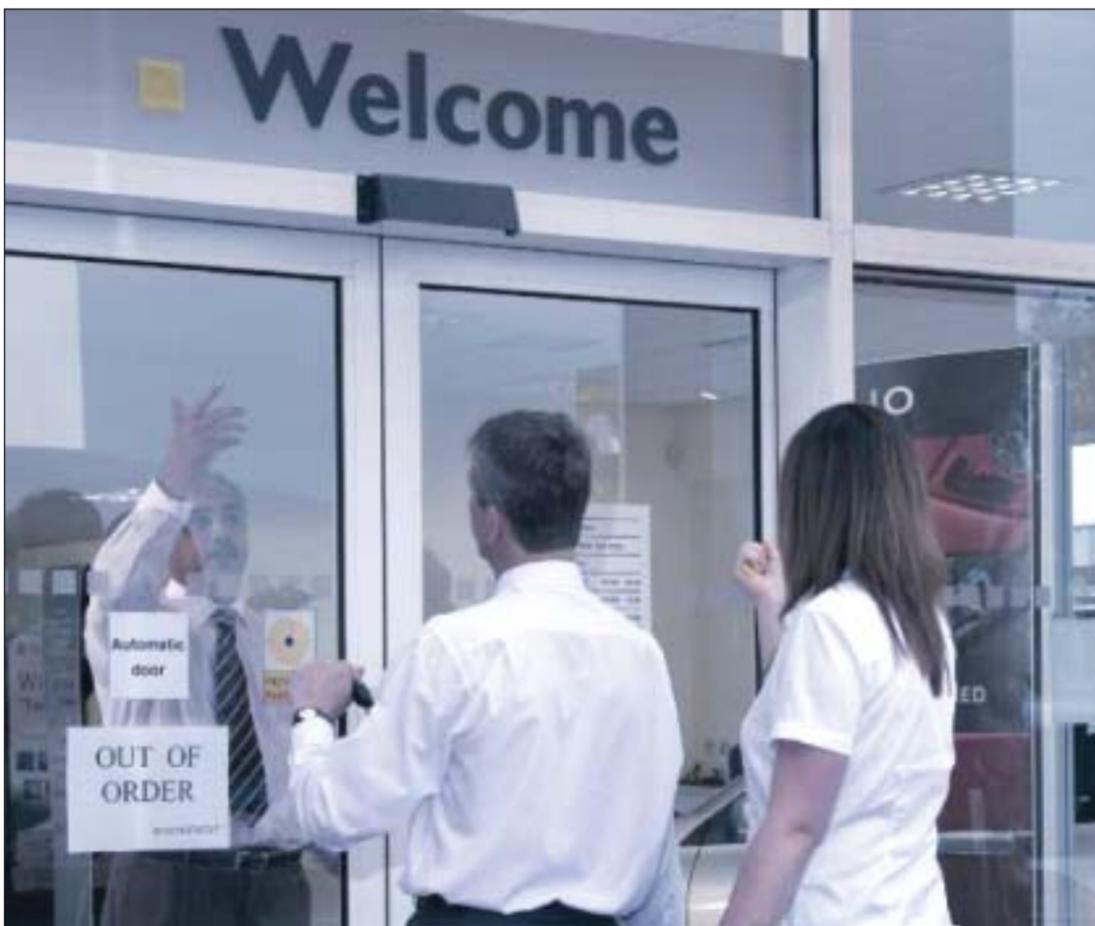
En España y Portugal nuestros clientes dispone de 32 centros de servicio técnico autorizados para satisfacer cualquiera de sus necesidades.



GEZE Service tiene como prioridad proporcionar a sus clientes la mejor asistencia profesional en sus servicios.



GEZE Service: mantenimiento profesional de calidad.



¿Se ha encontrado en esta situación?



Porque sabemos que mantener puertas automáticas y puertas cortafuegos con regularidad y por personal cualificado, garantiza la seguridad a largo plazo tanto de las personas como de los sistemas en sí.

Porque sabemos la importancia de mantener sistemas automáticos con regularidad y que un personal cualificado los mantenga para la seguridad a largo plazo de las personas y de los sistemas en sí.

Porque el constante seguimiento y mantenimiento se deberá garantizar siempre, hemos creado para ello GEZE Service. Un servicio de calidad para ofrecer una atención al cliente fiable, competente y altamente eficaz.

| Puertas automáticas | Cierrapuertas | Sistemas de ventilación | Sistemas para vidrio | Control de Accesos

GEZE Iberia S.R.L. | www.geze.es
C/Comerc, 2-22, nave 12 | E-08980 Sant. Feliu de Llobregat (BCN) | Tel. +34 902 327 430 | Fax. +34 902 194 035 | info@geze.es

GEZE

BEWEGUNG MIT SYSTEM

Dublín, Valencia... Bruselas

En un mes se han celebrado la Asamblea General de HOTREC, la patronal europea de hotelería y el Congreso de Empresarios Hoteleros

El director de Asuntos Europeos de CEHAT, Didac García, pone de manifiesto que los temas que ocupan y preocupan a los empresarios hosteleros tanto en España como en el resto de Europa son los mismos. En-

tre ellos, la clasificación hotelera europea, los abusos en la distribución digital, la inseguridad jurídica en relación a la propiedad intelectual o la revisión de la Directiva de viajes combinados. La hostelería espa-

ñola ha cambiado de mentalidad en relación a Europa y ha pasado de ser mero espectador a liderar las acciones de lobby de la patronal europea en cuestiones clave para el futuro de nuestro sector.



DIDAC GARCÍA CARRETÉ

DIRECTOR ASUNTOS EUROPEOS CEHAT

En menos de un mes de diferencia tuvieron lugar en Dublín, la Asamblea General de HOTREC, la patronal europea de la hostelería, y en Valencia, el Congreso de Empresarios Hoteleros españoles. Partiendo de la base que ambos Congresos tienen estructuras temporales distintas, me gustaría poner de relieve algunas coincidencias que considero de lo más relevantes y que me hacen ser optimista de cara al futuro. Para poder escenificar el grado de convergencia entre ambos Congresos es importante entender que el de la patronal europea se celebra cada seis meses para poder dar respuesta a las múltiples iniciativas legislativas europeas que afectan o afectarán en un futuro a nuestro sector, llámense en los próximos meses, propiedad intelectual, las prácticas injustas en la distribución digital o la revisión de la legislación sobre paquetes de viajes combinados. El contenido del Congreso de HOTREC es también más técnico ya que las distintas asociaciones nacionales de hostelería, en las que CEHAT y FEHR forman la delegación española, se deben poner de acuerdo, y no siempre es fácil, en cuál ha de ser la posición de la hostelería europea en su conjunto, al mismo tiempo que se coordinan

legislación que afecta a nuestro sector tiene su origen en Bruselas. Dicho lo dicho ¿Cuáles son pues las coincidencias que encuentro tan interesantes entre ambos Congresos? Pues que si bien el Congreso de Hoteleros Españoles se desarrolló desde una perspectiva más teórica y analítica de la situación del entorno macroeconómico y financiero actual, la conclusión a la que llego es que los temas que ocupan y preocupan a la hostelería son los mismos aquí que en el resto de Europa. Lo que parece una obviedad no siempre lo ha sido. La distancia que percibía años atrás en los temas que tratábamos en la patronal europea y la española ha desaparecido. En Valencia, no sólo tuve la oportunidad de hablar del sistema de clasificación hotelera europeo, la "Hotelsstars Union", que ya se aplica en 12 países de la Unión Europea, sin que nadie me mirase sin saber de qué le hablaba, sino que el propio Presidente de la Comunidad Valenciana, el señor Fabra, anunciaba en el marco de nuestro Congreso una nueva clasificación hotelera para su Comunidad basada en la clasificación hotelera europea impulsada por HOTREC. La distribución hotelera digital no sólo estuvo presente en mesas redondas del programa sino que paralelamente, CEHAT, con el apoyo de la consultoría Tourism&Law y de la Universidad de las Islas Baleares, constituía en Valencia el grupo de trabajo sobre distribución hotelera que, de forma coordinada con la Digital TaskForce de HOTREC, el grupo de trabajo de la patronal europea, tendrá como finalidad fortalecer la seguridad jurídica y fomentar la recuperación del control sobre el producto hotelero. Dentro de este apartado, mención



Juan Gaspart y Didac García durante su intervención sobre las últimas novedades de la patronal europea de hostelería en el Congreso celebrado en Valencia.

llo, con fondos europeos, del estándar europeo de distribución digital turística entre empresas, cuya finalidad será la mejora de la competitividad de las pymes turísticas mediante la incorporación

hostelería española como la punta de lanza de la hostelería europea en la materia. Sin ir más lejos, gracias a las gestiones de CEHAT en el Parlamento Europeo, el letrado Agustín González, del despacho de abogados Uría Menedez, en representación de la industria hotelera europea, fue el único invitado del colectivo de usuarios de los derechos de propiedad intelectual en la sesión de trabajo que se organizó en el Parlamento Europeo el pasado 1 de Octubre para debatir distintos aspectos de la citada propuesta de Directiva.

fundiendo entre sus asociados la labor de la patronal europea sino que la están liderando. Y el cambio de mentalidad del que me felicito y del que quiero hacerles participe se ha visto reflejado en el Congreso de Valencia. Siempre quedará aquel que no entienda, o no quiere entender, que sin la capacidad de influir en los estamentos comunitarios, se hubiesen aprobado piezas legislativas cuya trasposición a legislación española hubiese ocasionado pérdidas millonarias al sector, pero es cuestión de tiempo que sean precisamente estos los primeros que hablen de la importancia de poder influir realmente en

«Más del 80 por ciento de la legislación que afecta a la hostelería tiene su origen en Bruselas»

de las tecnologías de la información y las comunicaciones en sus procesos de negocio. También estuve presente en diversos foros, la propiedad intelectual y la situación de indefensión o falta de seguridad jurídica en la que se encuentran los hoteles ante la proliferación de Sociedades de Gestión de derechos de propiedad intelectual con sus respectivas tarifas abusivas, y cómo puede defenderse la posición de los usuarios en el contexto de una nueva Directiva europea sobre gestión colectiva de derechos de la propiedad intelectual, cuyo objetivo no es otro que el armonizar el marco regulatorio y de funcionamiento de las entidades que llevan a cabo esta gestión. La labor de Ramón Estalella, al que quiero felicitar por su elección en Dublín como miembro del Comité Ejecutivo de HOTREC, al frente de la HOTREC Copyright Task Force, sitúa a la

«En el Congreso de Valencia se vio reflejado el cambio de mentalidad en relación a Europa: interés por la Hotelsstars Union, creación del grupo de trabajo sobre distribución hotelera o la presentación del proyecto TourismLink»

La hostelería española y los representantes de su asociación, conscientes de la importancia de la representación de nuestros intereses en las instituciones comunitarias no sólo están siguiendo al detalle y di-

Bruselas el día que HOTREC no consiga detener o modificar una ley que nos afecte de pleno. Nuestro objetivo, seguir liderando con éxito la patronal europea y que tarden mucho tiempo en poder darse cuenta...

«La patronal europea celebra su Congreso cada seis meses para acordar una posición común y coordinar las acciones de lobby a nivel europeo y nacional ante las múltiples iniciativas legislativas europeas»

las acciones de lobby a nivel nacional y comunitario para hacer sentir la voz de nuestro sector desde el origen del proceso legislativo. No dejaré de hacer mi tradicional aviso para navegantes que más del 80 por ciento de la

especial me merece la presentación que realizó Álvaro Carrillo, Director General del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), sobre el consorcio TourismLink, del que forman parte HOTREC y el propio ITH, encargado del desarro-

Simplicidad, rentabilidad y versatilidad: ingredientes clave para los postres

El momento de los postres es uno de los más placenteros cuando se come fuera de casa

Teniendo en cuenta la necesidad de los profesionales del sector, Nestlé Professional apuesta por los postres como una gran oportunidad, ya que un menú de postres

tentador añade más valor y más atracción al restaurante. Por este motivo la oferta de Nestlé Professional pretende ofrecer soluciones de alta calidad que permiten

a los chefs optimizar su tiempo y presupuesto mientras crea oportunidades frescas con recetas propias innovadoras y que se diferencien de la competencia.

Los postres también son el grupo de producto que nos puede ayudar a aumentar la rentabilidad del negocio. Sin embargo, la categoría de postres es la que más está sufriendo la crisis económica ya que el tercer plato es del que más se está prescindiendo.

A pesar de la reducción de visitas y gasto por ticket, las tendencias gastronómicas continúan su curso con comensales más exigentes que buscan ofertas en las que la relación calidad/precio sea óptima obligando a los establecimientos adaptarse a la necesidad actual optimizando sus menús con platos cada vez más rentables pero que sigan cautivando el paladar de sus clientes.

Los chefs, para poder atender estas exigencias del mercado y ofrecer postres atractivos, necesitan productos simples y de calidad, que aseguren rentabilidad y con los que puedan dar rienda suelta a su imaginación.

Teniendo en cuenta la necesidad de los profesionales del sector, Nestlé Professional apuesta por los postres como una gran oportunidad, ya que un menú de postres tentador añade más valor y más atracción al restaurante. Por este motivo la oferta de Nestlé Professional pretende ofrecer soluciones de alta calidad que permiten a los chefs optimizar su tiempo y presupuesto mientras crea oportunidades frescas con recetas propias innovadoras y que se diferencien de la competencia.

Para Nestlé Professional la variedad en los chocolates es la clave y nos muestra un ejemplo de cómo un mismo producto, de forma sencilla y rápida, se puede utilizar para elaborar varias recetas. Coulant de Chocolate DOCELLO refleja las soluciones claves que necesitan los negocios hoy en día: sencillez, rentabilidad y versatilidad (coulant, brownie, sacher, fondant, bizcocho, etc)



Nestlé apuesta por los postres como gran oportunidad.



Coulant de Chocolate.



Brownie.

Publirreportaje

La aplicación de medidas de prevención garantiza el consumo de agua libre de Legionella

El Laboratorio Pall ha presentado en el congreso de CEHAT uno de sus productos más revolucionarios

Bajo el título: "Innovaciones para la prevención de la Legionelosis en el ámbito hotelero", el Laboratorio Pall ha presentado en el

transcurso del último congreso de CEHAT uno de sus productos más revolucionarios para el tratamiento y eliminación de riesgo

de infección por Legionella en instalaciones de agua fría y caliente, de esta manera se garantiza el consumo de agua libre.

La legionelosis es una enfermedad bacteriana de origen ambiental que se manifiesta en algunas ocasiones, por una neumonía con fiebre alta (neumonía grave)(1). Está asociada a varios tipos de instalaciones y edificios ocasionando brotes o casos esporádicos. El riesgo de infección dependerá de la concentración de Legionella en el agua, y también del estado de salud de la persona expuesta, teniendo riesgo superior aquellos individuos con enfermedades crónicas, diabéticos y ancianos entre otros.

Legionella es una bacteria ambiental capaz de sobrevivir en un amplio intervalo de condiciones físico-químicas, crece de manera óptima entre 35-37 °C y se destruye a 70 °C. Su nicho ecológico natural son las aguas superficiales, como lagos, ríos y estanques, donde

se encuentra en bajas concentraciones y desde donde, a través de la red de distribución de agua, se incorpora y crece en los complejos sistemas de tuberías de instalaciones de riesgo como los hoteles.

Los factores que favorecen su crecimiento son el estancamiento del agua (habitaciones cerradas), la complejidad de la instalación (grandes hoteles) y el propio estado de conservación y mantenimiento de la red de tuberías. Si a estos factores se añaden los mecanismos productores de aerosoles (duchas y grifos), la bacteria puede dispersarse al aire, siendo inhalado por las personas durante su ducha.

Las instalaciones hoteleras presentan un importante riesgo frente a Legionella y la proliferación de esta bacteria en un hotel puede abocar al cierre de las instalaciones hasta la erra-

dicación de la bacteria que puede llevar de días a meses.

La gran relevancia sanitaria de los casos de legionelosis ha provocado que numerosos países europeos hayan desarrollado legislación específica y junto con las recomendaciones internacionales de instituciones como la Organización Mundial de la Salud, han permitido definir protocolos, guías técnicas y métodos de actuación con el fin de prevenir y controlar la proliferación de este microorganismo en dichas instalaciones de agua caliente y fría.

Entre los métodos generales de control y prevención comúnmente encontrados en nuestra normativa y en la de países de nuestro entorno europeo, destaca el uso de reactivos químicos oxidantes (por Ej.: Cloro y sus derivados) en el agua fría, el aumento de la temperatura hasta alcanzar los 70°C en pro-

ducción y superior a 50°C en el punto más alejado e incluso medidas como la instalación de una prefiltración en el agua de aporte que reduzca la entrada y acumulación progresiva de partículas en la instalación de agua. Por ello, el éxito de estas medidas estará siempre sujeto al tipo y características de la instalación y muy especialmente a la antigüedad, el estado de conservación y el nivel de mantenimiento de la misma.

Así, tiene especial relevancia la aplicación de medidas de prevención complementarias para garantizar el uso y consumo seguro de aquellas instalaciones de riesgo (hoteles) en los que se hayan detectado altas concentraciones de Legionella o brotes.

En este sentido y como respuesta a dicha demanda Pall Corporation, líder mundial en filtración y separación de flui-

dos, ha desarrollado los sistemas de filtración bacteriana Pall Aquasafe™ que proporcionan una herramienta de protección sencilla y altamente eficaz para grifos y duchas frente a Legionella y otros patógenos encontrados en instalaciones de agua de consumo humano. Se trata de dispositivos que se instalan mediante conectores en la salida del grifo y del flexo de la ducha respectivamente (Figuras 1 y 2) y que cuentan en su interior con un filtro de poro bacteriano que retienen todas las bacterias presentes en el agua.

Los asistentes al congreso valoraron muy positivamente esta medida radical e inmediata de prevención, destacando la capacidad de control de la infección que permite mantener en funcionamiento las instalaciones hasta la erradicación de la bacteria.

(Fitur) 2013

Feria Internacional de Turismo

30 ENERO - 3 FEBRERO

www.fituronline.com



**TODOS LOS DESTINOS,
TODOS LOS NEGOCIOS.**

Miembro de:



UFI
Approved
Event

ORGANIZA



IFEMA
Feria de
Madrid

TU ENCUENTRO

IBERIAi
Transportista Oficial

Valencia e ITH colaboran en la difusión y comercialización del Travel Open Apps

La consellera de Turismo, Cultura y Deportes de la Comunidad Valenciana, Lola Johnson, y el presidente del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), Juan Molas, han firmado un convenio de colaboración, para la comercialización, difusión y desarrollo estratégico del Travel Open Apps.

Una plataforma que aspira a convertirse en un estándar internacional de distribución turística, y que a fecha de hoy cuenta ya con más de 22.000 reservas, casi 600 empresas dadas de alta y con un volumen de negocio cercano a los 10 millones de euros.

Lola Johnson ha explicado que gracias a este convenio "conseguiremos que todas las empresas de la Comunitat Valenciana incluidas dentro de la plataforma Travel Open Apps, tengan una ventaja competitiva en términos de distribución".

Por otra parte, "queremos facilitar la creación y desarrollo de nuevas ofertas turísticas". Según ha explicado la Consellera, el objetivo es que la plataforma incluya ofertas multiproducto, que englobe tanto alojamiento como otras actividades en destino.

Además, a través de esta colaboración "identificaremos nuevas oportunidades de desarrollo y autofinanciación de la plataforma". El objetivo es ahorrar costes a las empresas valencianas.

Se trata de un acuerdo marco que no tiene contenido económico, con una vigencia de dos años y a través del cual, ambos organismos se comprometen a estrechar sus relaciones, a aunar esfuerzos y a trabajar conjuntamente en actividades de soporte científico y tecnológico.

Para Lola Johnson "nos enfrentamos a un momento en el que resulta vital el modelo de colaboración público privada, en el que la Administración y el sector privado trabajen de la mano".

La titular de Turisme ha destacado que desde la Generalitat, hay que "redoblar los esfuerzos y estar más cerca que nunca del sector turístico para atender sus demandas y conocer sus reivindicaciones".

Instituto Tecnológico Hotelero

El Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), dependiente de la Confederación Española de Hoteles (CEHAT), es un centro de innovación para el sector hotelero y turístico, cuya misión es mejorar la competitividad del sector, mediante la innovación y la tecnología.

ITH trabaja para y por los intereses de los hoteleros, buscando soluciones prácticas que optimicen su gestión en el ámbito medioambiental y de eficiencia energética, TIC y procesos operativos; y ofreciendo información cualificada que permita al sector ampliar su conocimiento del mercado turístico.

Travel Open Apps

Travel Open Apps representa un ambicioso proyecto destinado a mejorar la capacidad del sector turístico de la Comunitat Valenciana en la creación, comercialización y distribución del producto turístico de la Comunitat Valenciana, uti-

lizando todo el potencial que nos ofrecen las nuevas tecnologías. El proyecto apuesta por la gestión íntegra de la cadena de valor por los propios agentes del sector, siendo la administración la proveedora de la herramienta y garante de su acceso, utilidad y uso.

Travel Open Apps es un proyecto enfocado tanto a empresas como a destinos, en el que ambos encontrarán la posibilidad de hacer visible

todo el potencial de su producto y distribuirlo o comunicarlo adecuadamente a sus segmentos y clientes.

Travel Open Apps ofrece una serie de recursos de gestión que permiten sacar el máximo partido a la tecnología. Así, el usuario puede elegir entre su propio PMS o tomar el que le ofrece la herramienta, y puede crear sus propias páginas web y mejorar la relación con sus clientes mediante herramientas 2.0.



La firma del convenio entre Juan Molas y Lola Johnson.





Creative Food & Beverage Solutions

Presenta una NUEVA solución de bebidas de especialidad de café, ¡ideal para la cafetería del hotel!





Solución NESCAFÉ Milano, de forma SIMPLE y apretando un solo botón podrás ofrecer:

- ✓ una amplia VARIEDAD de bebidas
- ✓ calidad y CONSISTENCIA en taza final
- ✓ INCREMENTAR tus ventas y a la vez tus beneficios!!



Contáctanos a través de nuestra web:
www.nestleprofessional.es



De las etapas a la meta

Una de las claves del éxito consiste en visionarse constantemente llegando a la meta que se quiere alcanzar

El presidente de Educatur, Domènec Biosca analiza algunas de las etapas a seguir para conseguir diferentes metas en el trabajo. Una de las claves del éxito consiste

en visionarse constantemente llegando a la meta que se quiere alcanzar, y alejarse de cualquier instinto de abandono, fundamentándose en la voluntad de lograr el objetivo

en cuestión. Otra característica de los "que creen en su meta" es que "van creando circunstancias a su favor porque creen en la felicidad del deber-pasión no impuesta".



DOMÈNEC BIOSCA

PRESIDENTE DE EDUCATUR

Estos años de tantos y rápidos cambios desnudan a muchos de mis amigos directivos, que construyeron sus valores en la época de la abundancia fácil, la lujuria y los derechos gratuitos sin límite, tuvieron éxitos, mejor vivieron éxitos con todos los vientos a favor, ¡No se les ocurrió pensar que debían aprender para saber navegar sin viento!

Cuando me comentan su situación actual, recuerdo automáticamente como trataban a los que no estaban en su onda. En el pecado está la penitencia, porque la falta de humildad y generosidad es un castigo con vencimiento que, como el cartero, "nunca olvida la puerta ni el número".

Aprovechando mi plácido y largo vuelo de Madrid a Buenos Aires aún impactado por la historia de un buen amigo, ahora ya dos años en paro, me decidí a escribir el título de esta reflexión con la única intención posible de dar un poquito de autocritica en los momentos que vivimos de éxitos con éxtasis, porque lo son de una etapa, pero como en el ciclismo, ganar una etapa no garantiza el éxito en la meta, porque el esfuerzo no es el mismo en una etapa de montaña que llana.

La vida es la suma de etapas y cada una de ellas tiene una misión que cumplir, para poder alimentar los valores necesarios para conseguir el éxito de la siguiente. Si no se saben cuáles son y no se trabajan, no se conseguirán, debilitando los factores del éxito de la etapa siguiente.

Todos conocemos amigos que se bajan en una estación equivocada, en el símil ciclista, abandonan en una etapa sin llegar a la meta quizás porque consideran que aquella estación, aquella etapa, era su meta. Otros corredores se han preparado para conocer cuál es su meta a largo plazo "la meta es su vida, no la etapa de su vida". Los éxitos de todo tipo fáciles atacan directamente al esfuerzo, a la humildad, a la autocritica, a la comprensión, a la generosidad, a las antiguas ilusiones, a la innova-

ción, a la sencillez, a la proximidad, en definitiva a visionar las próximas etapas, a vivir, que el éxito de una etapa no es una final, es una oportunidad para seguir creciendo, y preparar los cambios acelerados que la siguiente etapa nos deparará.

Para resistir las debilidades y abandonos en alguna etapa, al igual que les ocurre a los deportistas, es preciso visionarse constantemente la meta a la cual se quiere llegar, no centrando las emociones en los esfuerzos necesarios para ir superando etapas dibujándolas como esfuerzos negativos, o renunciaciones, cuando estas sensaciones, pensamientos ganan a la pasión, ilusión por llegar a la meta, lo más probable es el abandono en una etapa, abandonando la meta. Por este motivo es fundamental comprobar si el deseo, la determinación, la obstinación, el convencimiento, la voluntad, dígalos como desee, es total para llegar a la meta. A buen seguro, mi paciente lector, conoce demasiados casos que abandonaron la meta y después se lamentaron, les falló la determinación porque ganaron los pesados esfuerzos, en definitiva "pan para hoy y hambre para mañana" que no hay mayor peso emocional que haber renunciado a un proyecto por pequeños y sucesivos actos de debilidad.

Quisiera transmitirles la importancia de la formación positiva para ir convirtiendo las conductas espontáneas en las conductas aprendidas necesarias para poseer los valores que nos llevaron a la meta deseada y muchas veces soñada.

Cuántas historias conoce de amigos que convirtieron sus sueños de pequeños en su realidad de adultos. De pequeño ya quería ser piloto o médico o policía o maestro y lo conseguí. Cuando esto ocurre, acostumbramos a escuchar "Ha nacido para ser médico o abogado o maestro".

Cómo si al nacer la suerte estuviese echada y sin hacer nada se llegase a ser. Otra característica de los "que creen en su meta" es que "van creando circunstancias a favor porque crecen en la felicidad del deber-pasión cumplida no impuesta". Esta convicción genera una felicidad visible que vuelve a ser comentada con la consabida "es muy feliz porque hace lo que le gusta" como si el gusto lo consiguiera todo. Una vez más, la determinación en conseguir la meta tapa los días y



Una de las claves del éxito consiste en visionarse constantemente llegando a la meta que se quiere alcanzar.

horas dedicados al esfuerzo, alegre, feliz y continuado, porque en la mente y el corazón esta la meta.

Deseo escribir otra crítica a los que por ambicionar sólo su etapa desarrollan conductas tóxicas contra los demás que corrían en la misma carrera, olvidándose de la meta. Quiero recordarles que las prebendas de algunas etapas arruinan los valores necesarios para llegar a la meta. Ojalá que algunos aprendan que sin esfuerzo, o

bajo, la formación, el entreno repetitivo que con la alegría y positivismo que exhibe el que sueña y visiona. Le recuerdo que la creatividad de Mozart, de Messi y de otros muchos no es fruto de una improvisación divina, es la consecuencia de horas de repetir y repetir las técnicas y las jugadas, hasta convertir la inspiración en una conducta aprendida que surge sin pensar, fluyendo como una cadena sucesiva de virtuosismo. No olvide que la inteligencia

también es la memoria aprendida sobre la que el esfuerzo y las habilidades van constituyendo más memorias para poder actuar sin fallos en una demostración

de la lección aprendida. Recuerden lo que comentan con sus hijos cuando aprueban una asignatura después de haberla suspendido "ahora sí que llevabas la lección aprendida".

Invito a los lectores a que reflexionen con estos pensamientos que a buen seguro le ayudaran a conocerse a ustedes y a los demás, más y mejor, facilitándole querer crear su meta para crecer y poder ayudar a los que le rodean.

Conseguir la meta facilita "la felicidad" porque conseguimos estar donde queríamos estar y habíamos soñado estar, al combinar las tres necesidades que

alimentan la felicidad: el placer del éxito, la independencia que otorga el éxito y las emociones que genera el éxito. Quiero llamar la atención de la repetición tres veces de la palabra éxito que es individual, subjetivo e intransferible y, en consecuencia, la gasolina del querer ser y estar, dos ingredientes que juntos compensan todo esfuerzo, creando el placer de apostar por la meta a largo plazo.

Para facilitarle la aplicación práctica de esta compleja reflexión le invito a finalizarla con estas recomendaciones. Para conseguir su meta necesita de diez valores:

1. La virtud que es el hábito de buscar la **EXCELENCIA**.
2. La creación fruto de la suma de **INNOVACIONES**.
3. El Carácter que alimenta la **ENERGÍA** para luchar.
4. La fortaleza para resistir y vencer a las **INCOMODIDADES**.
5. La Magnanimidad en la **GENEROSIDAD**, la **DISCULPA** y con los agradecimientos.
6. La **VALENTÍA** para querer tomar las decisiones difíciles, complejas, corriendo riesgos.
7. La **RESISTENCIA** como capacidad de sobreponerse al desánimo.
8. La **RESISTENCIA** a los inconvenientes operativos y a la suma de dificultades.
9. La **DETERMINACIÓN** para visionar constantemente la meta, evitando abandonar.
10. El **APRENDIZAJE** de la aplicación extrema y constante sin excepciones y en cada movimiento.

«La vida es la suma de etapas y cada una tiene una misión que cumplir para alimentar los valores necesarios para conseguir el éxito de la siguiente. Si no se saben cuáles son y no se trabajan, no se conseguirán»

con el esfuerzo de los demás, todo lo relatado acaba siendo considerado como un derecho adquirido que anestesia, otra vez, la determinación de ser útil y resta recursos para los que de verdad lo necesitan, y como los recursos no son infinitos, aunque algunos lo prediquen haciendo ver que se lo creen, las apuestas que generan más recursos se quedan sin la financiación necesaria. El resultado lo conocemos todos: "paro".

Volviendo a la expresamente por su importancia "vital" reiterada "meta", para conseguirla es necesario reforzar el tra-

«Pensamos que el negocio online es cada vez más importante en la cuenta de resultados de los hoteles»

TrustYou trabaja para ofrecer soluciones a empresas para el análisis de las opiniones, tweets, posts en portales online y medios sociales

Jordi Franquesa Gabarró. Sales Manager de Trust You

TrustYou trabaja para ofrecer soluciones a empresas para el análisis de las opiniones, tweets, posts en portales online y medios sociales. Recoge reviews de los huéspedes y las usa para poder crear conversaciones online entre hotel y huésped y poder así, posicionar de manera correcta su reputación online. El conocimiento que proveemos es crucial para la mejora de la satisfacción del cliente, aumentar ventas, conducir acciones de marketing y fidelización.

La tecnología de análisis semántico desarrollada en TrustYou, ofrece al hotelero el poder entender en hasta 23 idiomas distintos (del español al árabe, pasando por el ruso, chino, etc..) lo que el cliente dice sobre su estancia en el establecimiento, y poder conocer de primera mano y a tiempo real dónde están las fortalezas y dónde debe mejorar el hotel. Así pues, el saber lo que se dice de tu establecimiento hotelero y la necesidad de optimizar el tiempo por razón de efectividad, rapidez y costes, es una prioridad hoy en día. Y esto, sólo se conseguirá pudiendo tener una herramienta que te de toda esa información en un mismo dashboard, y actuar de manera

standarizada para entender la satisfacción, analizar las opiniones, planear objetivos y metas, benchmark a la competencia y aglutinar todo esto para que los diferentes departamentos afectados por la rep.online se pongan de acuerdo en remar en la misma dirección.

Pensemos que el negocio online es cada vez más importante en la cuenta de resultados de los hoteles y significa rapidez en el acceso de información; pero si miramos a pocos años vista, el nuevo canal que viene, es el acceso a través del móvil, y eso es inmediatez. Según las previsiones, en el 2014 la búsqueda en Internet a través de smartphones será mayor que a través de PCs u otros dispositivos. Cómo yo digo, el móvil se ha convertido en una extensión más de nuestro cuerpo, cómo una ventana al mundo exterior y a las relaciones entre personas y empresas.

Presencia Internacional: TrustYou cuenta con más de 10.000 clientes en más de 60 países y oficinas en Alemania, USA, España, India, Singapur, Australia, entre otras. Accor Hoteles, Best Western, Paradores de España, Rafael Hoteles, pero también GremidHotels de Barcelona, o partners tecnológicos

como Innwise, Idiso, BookAssist colaboran para llegar a entender la rep. Online como una oportunidad para todos en mejorar y conseguir más reservas para nuestro negocio o destino turístico.

3 Áreas definidas:

TrustYou entiende que la Reputación Online afecta a todo el proceso de compra de una estancia por parte del huésped, y es por ello que damos soluciones a todo ese proceso que le llamamos el Círculo de Trust: Pre-estancia (convencer): el cliente busca un hotel, ha elegido destino y tiene x euros/noche. Lo que le hará decidir, son las recomendaciones de amigos, familiares y reviews leídas en OTAs, blogs, foros, redes sociales. Ayuda al cliente, mostrando la satisfacción del cliente en su pag web, esto le ayudará a tener más tráfico, mejor SEO y mayor conversión en ventas directas.

Para ello TrustYou cuenta con la familia de widgets de Marketing que pueden integrarse en la pagweb del hotel. El más reconocido es el TrustScore como índice de Satisfacción del cliente.

Estancia (entender)

Creemos que es muy importante poder dar acceso a la encuesta de satisfacción al cliente durante su

estancia, cómo? Olvidemos el papel y contemos con un cuestionario online que se pueda descargar el cliente en código QR en diferentes ubicaciones en el hotel.

TrustYou es el único ORM que tiene un cuestionario 100% personalizado en formato online y que permite incluso poder enviar las respuestas a terceros partners como TripAdvisor y HolidayCheck. Moraleja: a más reviews, mayor satisfacción.

Post-estancia (escuchar): pensando que la satisfacción que

muestra el cliente a través de un cuestionario enviado por el hotel es mayor que a través de un portal online, el hotelero debe realizar esta gestión de recogida de reviews y compartirlas. Este será el punto de partida para fidelizar a ese cliente a través de los perfiles sociales del hotel y que redes como Twitter empiezan a usarse como canal de atención al cliente sustituyendo a los canales tradicionales offline, siendo más rápido, efectivo, directo y económico.



Jordi Franquesa Gabarro en una conferencia sobre TrustYou.

ENTIDADES COLABORADORAS

ANEKS3

AnekS3 es una empresa de suministros médicos que se ocupa de la distribución de desfibriladores en todos los espacios públicos, especialmente hoteles. Si desean más información pueden contactar con Eduardo Carbonell en el 670930333 o en el 902760604. Igualmente, pueden consultar nuestra web: www.aneks3.com y consultar cualquier duda en www.ecarbonell@aneks3.com.

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

DIRECTO

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

ESCUELA PROFESIONAL DE HOSTELERIA 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 inmejora-

bles instalaciones se ha convertido en un referente de calidad con proyección en la realidad andaluza.

ESI

Executive Search International (ESI) es la firma de selección de top talents de referencia en la industria hotelera, basada en un profundo conocimiento de la industria turística y en continuo contacto con los mejores profesionales. La firma cuenta con más de treinta años de experiencia y sedes en todo el mundo. Contacto: 922 713 540 Sitio web: www.esiglobal.com

HBD CONSULTING

Empresa especializada en acciones de marketing y ventas para el sector hotelero. Entre sus servicios destacamos las campañas comerciales a través de su call center y la implementación de proyectos de upselling y crossselling. Contacto: www.hbdconsulting.es info@hbdconsulting.es Tel. 902 020 879.

IDAE (INSTITUTO PARA LA DIVERSIFICACIÓN Y AHORRO DE LA ENERGÍA)

Desarrolla medidas de impulso a las Empresas de Servicios Energéticos a través de los programas Biomcasa, Solcasa, Geotcasa y GIT, para la ejecución de proyectos de ACS, calefacción y climatización en edificación a partir de las fuentes renovables, especialmente indicados en hoteles. www.idae.es

“LA CAIXA”

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

MYPROVIDER

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

NESTLE

NESTLE, empresa líder mundial en alimentación presente en el mundo del fuera del hogar en España a través de NESTLÉ PROFESSIONAL, le ofrece una gama completa de productos para hoteles que abarca diversidad de categorías entre las que destacan Bebidas Calientes, Cereales para el desayuno, Productos Culinarios y Postres, Snacks y Chocolates, y Helados. Contacto: foodservices@nestle.es Telefono: SAC: 913890800 / 902112113 (Helados) swww.nestleprofessional.es / www.helados.nestle.es

PIKOLIN

Se ha firmado este acuerdo para ofrecer unas condiciones ventajosas a los establecimientos asociados a CEHAT en la adquisición y renovación de colchones, para dar respuesta a toda la tipología de usuarios que se alojan en estos establecimientos. Contacto: Cristina Pineda. Teléfono: 91 485 26 30

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

RENOLIT

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

de piscinas privadas y públicas, mercado en el que es referente mundial. Contacto: RENOLIT Ibérica, S.A. Ctra. Del Montnegre, s/n | 08470 Sant Celoni (Barcelona) - Tel: 93 848 42 26 Email: renolit.iberica@renolit.com

RENTOKIL INITIAL

Rentokil Initial, servicios especializados en prevención y control de plagas e higiene. Programas específicamente desarrollados para el sector hotelero. PestNetOnLine único sistema en el mercado que permite un seguimiento online y un reporte completo de los servicios de control de plagas. Contacto: Jacinto Diez. 91 627 02 84

SIHOT

SIHOT es un proveedor de software para la gestión hotelera, de origen alemán. Ofrece un conjunto de programas para el control de pequeños, medianos y grandes establecimientos y cadenas, usado por 2.800 hoteles del mundo, 250 de ellos en España. Contacto: Marc Llobet 636.43.21.96 - m.llobet@sihot.com

WILLIS IBERIA

Bróker líder en el sector turístico español, ofrece una amplia experiencia en gestión de seguros a nivel nacional, así como tecnología y programas exclusivos para analizar y evaluar los riesgos de las compañías hoteleras y ofrecer el mejor asesoramiento. Los socios de la Confederación, se beneficiarán de mejoras en el aseguramiento y de primas a precios muy competitivos. Contacto: 91.154.97.43 cehat@willis.com

El pesimismo, acerca de la evolución económica, lastra las perspectivas para la temporada de invierno

Por primera vez en cuatro años, las expectativas de los hoteleros de cara a la temporada invernal son negativas

El pesimismo acerca de la crisis económica se extiende al sector hotelero y lastra las perspectivas esperadas para la nueva temporada de invierno, tras cuatro años consecutivos con resultados positivos. El efecto retraso en las reservas,

debido al modelo de compra de última hora, el impacto de la subida del IVA, y el recorte de los presupuestos para viajes del Imsero, principales causas. Sin embargo, atendiendo a los resultados de verano y a la tendencia estable que mues-

tran los datos macro en el medio plazo, se podría dar una superación moderada de las expectativas. El futuro del sector pasa por una gestión de costes más eficiente, mejorar la experiencia del cliente y favorecer la colaboración público-privada.

El pesimismo acerca de la evolución económica española lastra las perspectivas de los hoteleros para la temporada de invierno 2012, según el Observatorio de la Industria Hotelera, elaborado por la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) y PwC. El índice OHE General, que recoge las perspectivas de los hoteleros (OHE Hotelero) junto con las previsiones macroeconómicas (OHE Macroeconómico), cae un 17% respecto a la temporada de invierno del pasado año y se sitúa en los 34,98 puntos. Las expectativas son negativas por primera vez en los últimos cuatro años debido al cambio de modelo de consumidor, que ha generado retraso en las reservas y aumento de las compras de última hora; la subida del IVA o la reducción del 27% en los presupuestos del programa de viajes del Imsero, que afecta especialmente a determinadas zonas receptoras de turismo nacional.

Aún así, Juan Molas, presidente de CEHAT, ha explicado que pese a estas previsiones el sector ha vivido un aumento de llegadas internacionales, que "consolida a España como uno de los destinos turísticos más importantes del mundo, y que nos llevará a final de año hasta los 57 millones de visitantes, el mejor año desde 2007".

Asimismo, ha subrayado la capacidad del sector hotelero para mantener puestos de trabajo. El sector empleó a 198.000 trabajadores en 2007, frente a los 217.000 puestos de trabajo crea-

dos en 2012, lo que se traduce en un incremento del 9% aproximadamente.

El OHE Hotelero, que mide las perspectivas de los hoteleros relativas a las pernoctaciones, ofertas de plazas, rentabilidad, estancia y precio medio, promociones y publicidad, se sitúa en los 28,36 puntos, lo que supone una caída del 31% respecto al invierno anterior. Por su parte, el OHE Macroeconómico sube hasta los 54,84 puntos, debido a unas expectativas macroeconómicas ligeramente mejores que las del invierno de 2011.

La rebaja de las perspectivas se refleja en una caída de la práctica totalidad de factores analizados en el OHE Hotelero, especialmente significativa en las previsiones sobre pernoctaciones, esfuerzo promocional de las Administraciones Públicas y rentabilidad. El índice de pernoctaciones cae hasta los 30,9 puntos mostrando una clara perspectiva de empeoramiento. Las predicciones apuntan a que el número de viajeros nacionales descenderá de forma significativa, aunque se espera que aumenten los viajeros procedentes de Reino Unido o Países Nórdicos con respecto a la temporada anterior.

Juan Molas ha lamentado la caída "dramática y exponencial de la demanda interna" y ha criticado duramente los recortes en promoción turística, el retraso en la implementación del programa IMERSO y la huelga convocada en Iberia para las navidades de este año. En este sentido, ha comentado que esta



Presentación del Observatorio de la Industria Hotelera Española para la temporada de invierno de 2012.

medida "no sólo perjudicará a la libertad de los ciudadanos españoles para viajar, sino que afectará también a miles de conexiones internacionales, con el mazazo que eso supone para la imagen del turismo español".

En cuanto a la bajada de la demanda interna, el presidente de CEHAT ha anunciado su intención de "proponer al Ministro Soria la toma de medidas urgentes y concretas para proteger a las pymes turísticas de las zonas más sensibles a las caídas de ocupación previstas para este invierno".

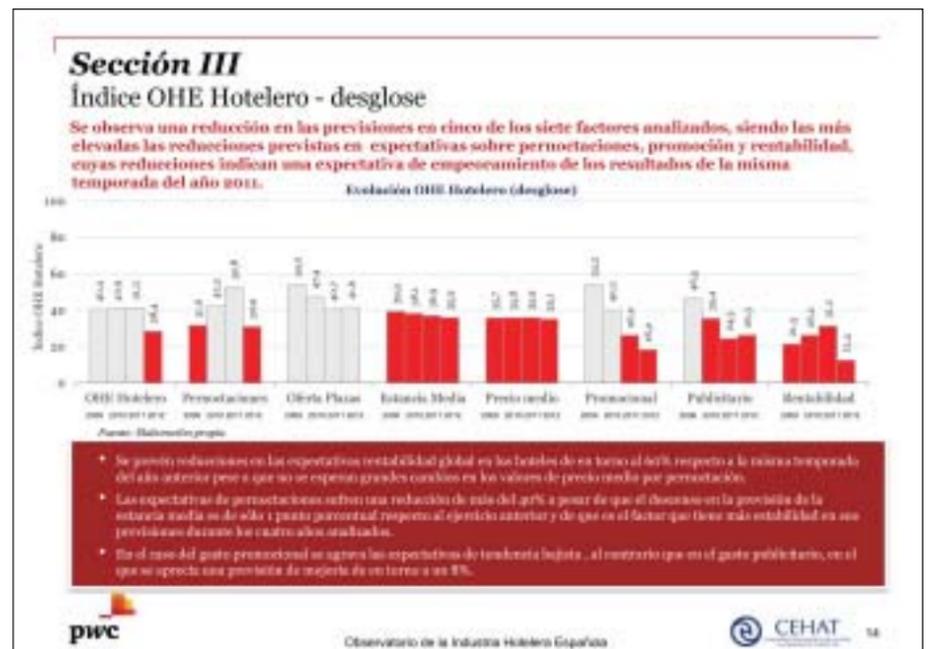
En referencia al esfuerzo promocional de las Administracio-

nes Públicas, el OHE Hotelero también muestra una bajada en las perspectivas en línea con los recortes presupuestarios generalizados, haciendo que el índice pase de los 26,2 a los 18,2 puntos. Lo mismo respecto al esfuerzo publicitario privado, donde el 53,21% del sector hotelero considera que será menor en 2012. Como en el caso de las herramientas de intermediación, el entorno digital resultará vital para aumentar la competitividad de las compañías en el ámbito de promoción y publicidad.

Cabe destacar el pesimismo en lo que respecta a la rentabilidad, variable en la que el índice

pasa de los 31 puntos a los 12,4. El 76% de los encuestados prevén una reducción de los ingresos y el 60% un empeoramiento de la rentabilidad.

Según Juan Molas, presidente de CEHAT, "la temporada de invierno no será buena para todos. Aunque, tal y como ocurrió en verano, los resultados reales podrían superar las expectativas." Molas ha insistido además en que "una lectura triunfalista de la situación resulta engañosa e induce al error pensar que el sector no necesita mejorar constantemente su competitividad". El representante de los hoteleros ha señalado que "hay ciertas ad-



Por primera vez en los últimos cuatro años el Índice OHE se sitúa por debajo de los 40 puntos.

Se percibe una reducción en las perspectivas de pernoctaciones, promoción y rentabilidad.

ministraciones en las que se ha extendido la creencia de que el turismo puede con todo, una aproximación ciertamente alejada de la realidad". Por eso considera "preocupante que en momentos de caída de la demanda se lleven a cabo políticas como la subida del IVA".

Precisamente, en relación al aumento de competitividad, CEHAT considera crucial potenciar la colaboración público-privada. En este sentido, viene solicitando un mayor protagonismo del turismo en los órganos de gobierno (Comisiones Interministeriales y Consejo Estatal de Turismo), así como una adecuada distribución de los representantes hoteleros en la nueva conformación de Turespaña, y una colaboración más estrecha para asegurar que el Plan Nacional e Integral de Turismo se cumpla en los términos en los que se anunció.

En opinión de Álvaro Klecker, socio responsable de Turismo de PwC, " el informe pone de mani-

fiesto que el sector hotelero español debe trabajar en mejorar aspectos como la eficiencia de costes, tal y como está haciendo el sector turístico en su conjunto. La mejora de los ingresos y márgenes mediante una adecuada política de precios para una oferta diferencial y adaptada, en función del entorno y del tipo o segmento de clientela, también debe ser un eje de mejora de la eficiencia constante del negocio. En este sentido, una gestión más eficiente de su parque inmobiliario es un área clave de mejora." Además, el socio de PwC ha añadido que "debemos avanzar en mejorar todo lo relativo a la experiencia del cliente, que nos permita atraer y fidelizar a los turistas." Todo esto, unido a la capacidad de innovar en las herramientas de intermediación, contribuirá positivamente a mejorar las expectativas y los resultados.

Durante la presentación del Observatorio, en la que participó también David Samu, socio res-

ponsable de Turismo, Transporte y Servicios de PwC, se subrayó que la estancia media disminuirá y decrecerán los viajes de más de siete días tanto para turistas españoles como extranjeros. Los hoteleros esperan que se mantenga la estancia media de los turistas extranjeros para el resto de categorías de viajes. En cuanto a la oferta de plazas, no se perciben grandes cambios en las expectativas de los hoteleros. El 67,62% de los encuestados cree que se mantendrá igual que en el mismo periodo del año pasado.

Nota metodológica

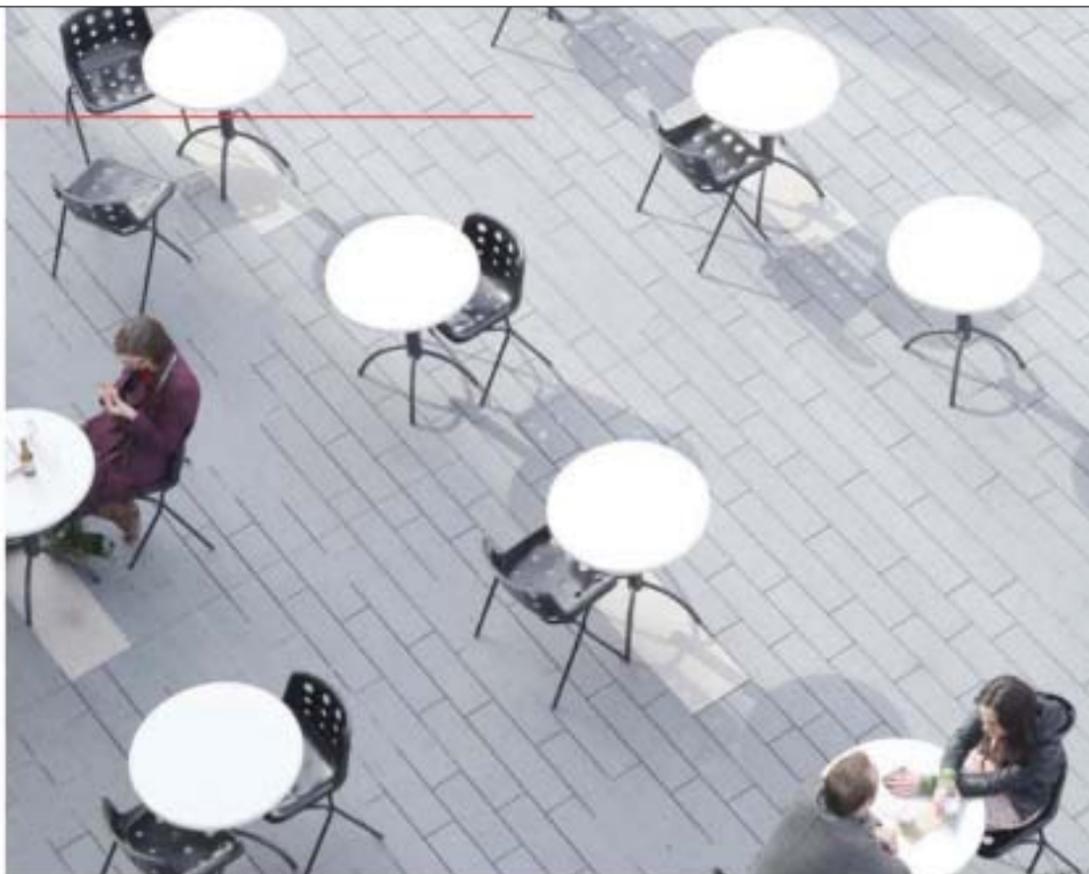
El índice OHE General se elabora a partir del análisis macroeconómico de los principales mercados emisores de turistas a España (índice OHE Macroeconómico) y los resultados de una encuesta de perspectivas sectoriales enviada a los asociados de CEHAT, que representan más de 1,5 millones de plazas hoteleras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



El presidente de CEHAT, Juan Molas, durante la presentación.

Las claves

- El índice OHE General se sitúa en los 34,98 puntos, lo que supone una caída de un 17% en las expectativas con respecto al periodo invernal de 2011.
- El índice OHE Macroeconómico se sitúa en los 54,84 puntos, anticipando un entorno macroeconómico un 21% menos pesimista que en invierno del año pasado, influido por las perspectivas de mejora en los factores macroeconómicos de los principales mercados emisores.
- El índice OHE Hotelero disminuye un 31% con respecto a las expectativas de 2011, situándose por primera vez en los últimos cuatro años por debajo de los 40 puntos y alcanzando los 28,36 puntos para la temporada de invierno de 2012.
- El cambio de tendencia en el comportamiento del turista, que pasa de planificar sus viajes y reservas con antelación, a



ser un comprador de servicios más impulsivo y de última hora, dificulta a los hoteleros su capacidad para anticipar y prever de forma clara la afluencia de turistas, y por lo tanto, les lleva a augurar niveles de ocupación bajos.

- Además, la reducción de un 27% en el presupuesto para viajes del Imsero es otro de los factores que impactan negativamente las perspectivas

para la temporada invernal, donde tradicionalmente son los turistas nacionales (entre ellos, los del Imsero), quienes aportan la mayoría de los ingresos del sector.

- Se agrava la tendencia bajista en las expectativas relativas a la rentabilidad del sector hotelero, así como el volumen de pernoctaciones y el gasto promocional esperado para la temporada de invierno de 2012.

Nestlé ha sido uno de los protagonistas en el Congreso de CEHAT

Nestlé Professional y Helados Nestlé han participado como socios en el congreso de CEHAT celebrado en Valencia

Nestlé fue uno de los protagonistas en el Congreso de Empresarios Hoteles Españoles (CEHAT) celebrado entre el 21 y el 24 de noviembre en Valencia. Nestlé ha presenta-

do algunos de sus posibles desayunos con su máquina Nescafé Alegría y Nescafé Milano, galardonada con 3 premios Innoval en Alimentaria 2012. Por otro lado, Helados

Nestlé presentó sus dos innovaciones estrella para el canal de hostelería: Nescafé Frappélatte, un cremoso café helado, y Frappé Yogur La Lechera.

Nestlé Professional y Helados Nestlé han participado como socios colaboradores en el Congreso de Empresarios Hoteleros Españoles celebrado entre el 21 y el 24 de noviembre en el Hotel Santos Las Arenas, de Valencia, y organizado por CEHAT al que asistieron cerca de cuatrocientos profesionales de la hostelería.

Nestlé Professional tuvo la oportunidad de presentar sus soluciones de desayuno en los coffee break con Nescafé Alegría, y sus soluciones ideales para el bar y lounge del hotel, con Nescafé Milano, galardonada con 3 premios Innoval en Alimentaria 2012.

Nestlé Professional está muy satisfecho por la excelente acogida de que ha sido objeto y por haber tenido la oportunidad de convivir con profesionales del sector y compartir opiniones acerca de las actuales dificultades que vive el segmento de hostelería, así como valorar las soluciones que se están ofreciendo.

Por otro lado, Helados Nestlé presentó sus dos innovaciones estrella para el canal de hostelería: Nescafé Frappélatte, un cremoso café helado, y Frappé Yogur La Lechera, una novedad que cubre las nuevas tendencias de consumo, combinando la frescura del helado con la naturalidad del yogur. La aceptación de ambos productos por parte de los asistentes ha sido muy buena.

Cabe destacar que el éxito de este evento no habría sido posible sin

compromiso y colaboración de todos los miembros del Hotel San-

tos Las Arenas y de CEHAT. Cuanto antecede prueba, una vez más,

la importancia y el valor de la profesionalidad en este sector.



Nestlé ha presentado la nueva cafetera Nescafé Alegría, ideal para disfrutar de los descansos en el trabajo con un buen café.



El mejor servicio, la vida del cliente

Patrocinadores:



SCHILLER
The Art of Diagnostics



Socio colaborador:



Certificado por la
Sociedad Española
de Medicina y
Seguridad del Trabajo



En el marco del Congreso de CEHAT se desarrolló la feria de proveedores

Los principales patrocinadores y colaboradores presentaron sus novedades y propuestas para el sector

En el marco del Congreso de Empresarios Hoteleros Españoles, se ha desarrollado la Feria de Proveedores en la que los principales patrocinadores y colaboradores del

Congreso presentaron sus novedades y propuestas para el Sector. Los patrocinadores pudieron mantener contacto con los congresistas que asistieron a esta edición. Algu-

nas de los temas que se abordaron estaban relacionados con propuestas para el descanso (PIKOLIN), decoración floral basada en plantas preservadas (FLOR), etc.

En el marco de la pasada edición del Congreso de Empresarios Hoteleros Españoles celebrado en Valencia, se desarrolló la habitual Feria de Proveedores en la que los principales patrocinadores y colaboradores del Congreso presentaron sus novedades y propuestas para el sector. Durante los coffee-breaks del Congreso, ofrecidos por Nestlé, los patrocinadores y colaboradores pudieron mantener un contacto directo con los asistentes en esta edición.

Soluciones al grave problema de la Legionela (PALL), propuestas para el descanso (PIKOLIN), decoración floral basada en plantas preservadas (FLOR+) o desarrollos informáticos (MICROS FIDELIO) son algunos de los temas que se abordaron en el transcurso de la Feria. Además, estuvieron presentes el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), American Express, Nestlé (tanto su división Food Service como Nestlé Helados), NS2 con sus propuestas de última generación en conectividad, Zumex y Florida Universidad.

En el ámbito institucional, los stands del Patronato Provincial de Turismo y de la Generalitat Valenciana dieron la bienvenida a este espacio de patrocinadores, situado en el Hotel Santos Las Arenas.

Desde la organización del Congreso, queremos agradecer a todas las entidades participantes en la Feria de Proveedores su apoyo, que consideramos im-

prescindible, no sólo por su aportación económica sino también por el interés que generan

sus soluciones y propuestas para el sector. Queremos dedicar una mención especial al gru-

po Ingapan, representado por sus marcas KOAMA y Chousa, que ofrecieron un exquisito al-

muerzo demostrando su experiencia y saber hacer en restauración de quinta gama.



Los proveedores pudieron relacionarse con los congresistas que asistieron al acto celebrado en Valencia.

Pack **Hotel Cardioprotegido**

Contrátalo en www.salvavidas.eu o llama al 902 760 604

- Desfibrilador Schiller FRED EASY LIFE
- Vitrina Aivia S
- Curso de Formación para 8 empleados homologado por cada Comunidad Autónoma (Incluye Alta)*
- Juego de Señalética
- Cartel Algoritmo Soporte Vital Básico
- Certificado de Hotel Cardioprotegido por la Sociedad Española de Medicina y Seguridad del Trabajo (SEMST)
- 5 años de Garantía
- 5 años de mantenimiento con autochequeo del equipo y envío de equipo de cortesía en su caso.
- Gestión informática de las caducidades.
- Alta en webs y aplicación Iphone SOS-112

* Curso de Formación Bonificable por la Fundación Tripartita, se facturará para bonificación de forma independiente.



El Congreso de Empresarios Hoteleros españoles se consolida como cita imprescindible del Sector

Los hoteleros rindieron un minuto de silencio por la muerte del presidente de la patronal FOEG, Jordi Comas

El Congreso de Empresarios Hoteleros españoles organizado por CEHAT, UHPV y HOSBEC los días 21, 22 y 23 del pasado noviembre en Valencia, se consolida como una de las citas ineludibles para los empresarios del sector. En el encuentro

los empresarios del sector hotelero/turístico pudieron escuchar, debatir y acordar los retos y las líneas estratégicas a desarrollar conjuntamente. Una de las conclusiones del Congreso es que el turismo es un motor económico que mul-

tiplica la productividad de otros sectores y debe seguir manteniéndose líder en España. Los asistentes rindieron un sentido homenaje guardando un minuto de silencio por la muerte del presidente de la patronal FOEG, Jordi Comas.

Organizado por la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), la Unión Hotelera de Valencia (UHPV) y HOSBEC, los días 21, 22 y 23 de noviembre pasados se celebró en el Hotel Santos las Arenas de Valencia el Congreso de Empresarios Hoteleros Españoles. Al encuentro asistieron cerca de cuatrocientos empresarios del sector turístico/hotelero para escuchar, debatir y acordar los retos y las líneas estratégicas a desarrollar conjuntamente a través de mesas redondas y ponencias protagonizadas por algunos de los máximos referentes de cada especialidad.

El Congreso arrancó con el cóctel de bienvenida que se celebró en el marco incomparable del Edificio Veles e Vents de Valencia. Ofrecido por Turismo Valencia, y con la presencia del Vicealcalde de Valencia, Alfonso Grau, el evento permitió a los congresistas disfrutar de las vistas privilegiadas al circuito urbano de Fórmula 1 y al puerto deportivo de la ciudad de Valencia al tiempo que recibieron la visita de la Fallera Mayor de Valencia, la joven Beña Jiménez que aportó una nota de color al entorno.

El día 22 el encuentro profesional se inició con una sesión de apertura en la que participaron, Alberto Fabra, presidente de la Generalitat Valenciana; Rita Barberá, alcaldesa de la ciudad de Valencia; Isabel Borrego, Secre-

taria de Estado de Turismo; Juan Molas, presidente de CEHAT; y Luis Martí, Presidente de la Unión Hotelera de Valencia.

El presidente de la Generalitat Valenciana, Alberto Fabra, señaló en su intervención que "el sector turístico sigue siendo un motor económico fundamental para España y la Comunitat Valenciana. Por ello, considera que se debe continuar apostando por el turismo y aunar esfuerzos entre las administraciones públicas y el sector privado para atraer cada año a miles de turistas". El Presidente de la Generalitat aprovechó la ocasión para anunciar que desde el Consell se está ultimando el nuevo Decreto de Regulación Hotelera adaptado al sistema Hotelstars Union, promovido en España por la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos y el Consejo Español de Turismo (CONESTUR), que entrará en vigor en el verano de 2013 y convertirá la Comunitat en uno de los primeros destinos en España en adoptar esta nueva clasificación europea.

Fabra remarcó que el Consell ha mantenido su apoyo al sector hotelero de la Comunitat en los Presupuestos para 2013. "Es un momento complicado desde el punto de vista presupuestario afirmó pero nuestra apuesta por la promoción de las empresas valencianas, los productos y destinos tu-



Relaciones financieras entre hoteles, agencias y turoperadores moderada por el presidente de la AEHM, Carlos Díaz.

rísticos, así como en la formación para el empleo de los profesionales del sector, es firme y en ella volcaremos todo el esfuerzo".

Además, adelanto que la apuesta turística del Consell para 2013 girará en torno a 3 ejes: la Promoción, la Comercialización y la Profesionalización, "porque nuestro sector turístico es fundamental para el presente y el futuro de nuestra economía y es necesario apostar por lo que nos hace diferentes".

En su intervención, Juan Molas subrayó las grandes preocupaciones del sector. El presidente de los empresarios hoteleros alertó que el 2012 "no será para todos un buen año turístico" a pesar de que "en algunas administraciones se ha extendido la creencia de que el turismo puede soportarlo todo, incluidas las subidas de impuestos, los recortes indiscriminados y la ausencia de inversión". Ante las autoridades presentes, Molas apuntó que una lectura triunfalista de la presente temporada resultaría engañosa e induciría al error de pensar que el sector no necesita mejorar constantemente su competitividad.

En esta misma línea, el presidente de la patronal advirtió que subir las tasas aeroportuarias y aumentar el IVA en un momento en el que la demanda cae es una combinación temeraria. "Si bien la entrada de visitantes internacionales ha aumentado, los ingresos derivados del turismo internacional han subido escasamente", y en lo referente al mercado interno, "que supone la mitad de la actividad en algunas zonas y en otras el cien por cien, presenta cifras seriamente preocupantes". Molas se mostró especialmente crítico con la caída de la inversión en promoción turística, "que se ha desplomado en los últimos tres años" y pasará de 35 millones en 2012 a tan sólo 21 en el próximo ejercicio. Este recorte, advirtió, "pone en jaque una herramienta fundamental para la necesaria regeneración de la oferta".

Asimismo, aclaró que las medidas de control del gasto "deben responder a una lógica eco-

nómica y no pueden afectar a la capacidad del sector hotelero turístico para competir con destinos cada día más fuertes". Así, el presidente mostró su temor ante "la obsesión por la continua reducción del déficit", que olvida que el sector turístico tiene un importante peso específico dentro de la economía española y que es la industria que más empleo ha creado en los últimos tiempos. El presidente de la Diputación de Valencia, Alfonso Rus, compartió parte de la jornada organizada por la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos y la Unión Hotelera de la provincia de Valencia.

Estas reflexiones fueron recogidas por los ponentes, quienes ahondaron más en cada uno de estos temas y los llevaron a sus exposiciones.

Carlos Díaz, presidente de la Asociación Empresarial Hotelera de Madrid, moderó la mesa redonda cuyo tema principal eran las relaciones financieras entre los hoteles y las agencias de viajes y turoperadores y en la que se cuestionó si las comisiones que cobran las OTAS son abusivas y excesivas para los hoteleros. En esta mesa redonda participó también el presidente de UNAV, José Luis Prieto quien señaló que es necesaria una reconversión profunda de las agencias de viajes, consideró un peligro caer en una gran dependencia de portales como Booking, Expedia etc. En su intervención Johan Tyren de Barceló Hoteles & Resorts, señaló la importancia de que estas agencias sepan ofrecer una propuesta de valor, una oferta com-



Los participantes en la mesa redonda 'España, modelo europeo en distribución turística'.

plementaria y destacó la importancia de que los diferentes jugadores caminen juntos para sobrevivir ante el entorno actual. Manuel López, Consejero Delegado del grupo Intermundial apuntó que hace unos años hubo quien dijo "el poder lo tiene el cliente" y ante esto hubo quien pensó: "maldito cliente", pensando en de qué manera se podría desintermediar. A su juicio, no se puede hacer esto, no se puede intermediar. "El hotelero lo que hace es adaptarse porque lo quiere es llenar sus camas y llegará a acuerdos con quien pueda traerle clientes de manera ortodoxa", ha explicado. Otro de los temas que se ha puesto sobre la mesa es el de la paridad, si sería posible llegar a ella o no, además de cuestionarse quién es el culpable de los niveles de precios que algunos consideran excesivamente bajos, si las agencias de viajes o los propios hoteleros en la búsqueda de llenar plazas.

La distribución hotelera demostró ser uno de los temas que más preocupan a los hoteleros, así quedó patente durante la Mesa Redonda ESPAÑA, MODELO EUROPEO EN DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA", moderada por el presidente de la Unión Hotelera de Valencia, Luis Martí contó con la participación de Javier García Cuenca, Vicepresidente de Magic Costa Blanca Hotels & Resorts. VP de HOSBEC; Tomeu Bennasar, Director General Logitravel; Meritxell Clemente, Head of Hotel Business Development WEMEA de Amadeus IT Group; Javier Delgado Muerza, Travel Industry Head de Google; Tomeu Bennasar, Director Corporativo IT del Grupo Iberostar; y Álvaro Carrillo de Albornoz, Director General del ITH. Ante un entorno que se vislumbra multicanal y con un futuro en el que entrarán en juego diversos actores y en el que los hoteleros tendrán que saber qué estrategia les conviene más para distribuir su producto, de-

pendiendo de la tipología y cada momento, la innovación y la constante búsqueda de nuevas soluciones parece ser la única respuesta posible. En este sentido Javier Delgado Muerza afirmó que el modelo ha cambiado mucho y va a seguir haciéndolo aun más. Añadiendo que "Internet es una manera eficiente de comunicarse con el cliente y quien no lo haya entendido tendrá problemas muy importantes", apuntando así a que los hoteleros que no se hayan adaptado ni se adapten a las nuevas tecnologías están y estarán en desventaja frente a los que sepan aprovechar sus oportunidades e innovar.

Tal como expuso Javier García Cuenca, la evolución tecnológica seguirá produciendo nuevas formas hasta ahora no conocidas, como por ejemplo, la reciente incidencia de los dispositivos móviles. En este entorno de constante cambio, la distribución hotelera se ha apuntado a un proyecto pionero que ha nacido en la Comunidad Valenciana llamada Travel Open Apps.

Por la tarde, Manuel Pimentel, ex Ministro de Trabajo; y el periodista Javier Capitán centraron su intervención en la Gestión del Talento, una de las habilidades estratégicas que toda empresa debe desarrollar para garantizar contar con el mejor equipo posible. Con una propuesta llena de humor y plagada de sorpresas, sus intervenciones pusieron en valor el capital humano de toda empresa, sobre todo cuando se trata de compañías de servicios como las turísticas. Según Manuel Pimentel, la mayoría de la gente posee talentos individuales, por lo que no puede hablarse de "talento" en singular. La inteligencia, por tanto, consiste en ser consciente y capaz de desarrollarlos dado que facilitan el camino hacia la realización personal.

La necesidad de renovación también protagonizó la interven-



El alto comisionado de la marca España, Carlos Espinosa, en un momento de su intervención.

ción del catedrático de economía, Carlos Rodríguez Braun. Durante una mesa redonda junto al periodista José María Calleja, y moderada por Álvaro Klecker, socio responsable de Turismo de PwC; el profesor expresó que la

renovación constante es inevitable y no es necesariamente mala. Según explicó, lamentablemente los ajustes en el sector privado se cobraron un coste enorme en desempleo y en empresas cerradas. "Era inevitable y no necesariamente malo. Lo malo no es que haya gente que se quede en el paro sino que luego no encuentren trabajo. Lo malo no es que una empresa cierre, sino que no abran otras", señaló, apuntando que el problema no es el paro, sino el paro de larga duración.

Asimismo destacó que el Gobierno cuando toma las medidas necesarias, lo hace de una manera ineficaz o equivocadamente. Rodríguez Braun ha criticado las medidas tanto de los responsables actuales como de los anteriores. Después de que se desatara la crisis en España, se empezó a crecer a mediados de 2009 y se mantuvo este crecimiento hasta mediados de 2011. "La economía crece, poco y menos de lo suficiente para absorber el paro, pero crece". Sin embargo, el país volvió a caer. Y según el catedrático el crecimiento se paró porque se realizaron ajustes asimétricos: "El sector privado se ajusta mucho y habla poco y el sector público habla mucho y ajusta poco".

Mientras tanto, de acuerdo con sus explicaciones, el sector público no reaccionó. "Si lo hubiera hecho podíamos no haber tenido el tropezón". Y cuando lo

hizo no tomó las medidas acertadas, porque "en lugar de contener el gasto, suben los impuestos, que es lo peor que podían hacer". La solución para Rodríguez Braun sería hacer un ajuste pero ello supondría soportar el coste político que ello conllevaría, cosa que a los partidos no les agrada.

Aun así, el economista ha considerado la posibilidad de que se saliera de la situación actual en 2013, pero esto sería por la flexibilidad del sector privado y la rigidez que el euro impone al sector público. Carlos Rodríguez Braun concluyó afirmando que existen dos opciones: "que el Gobierno ayude o que no ayude, pero que nos deje en paz. Solo así será la recuperación más pronto que tarde".

Por su parte, el periodista José María Calleja lanzó un mensaje optimista, señalando que aunque la situación actual de nuestra economía no es buena, otras veces ha habido circunstancias peores, y ha recordado el importante avance que se ha realizado hasta la caída, que ha hecho que a día de hoy empresas españolas sean reconocidas internacionalmente. Asimismo, Calleja incidió en la importancia de actuar: "No se puede salir de la crisis esperando a que alguien te resuelva los problemas", además de ser optimista dentro de lo que se pueda, afirmando: "Cuanto peor veamos las cosas mas nos va a costar salir adelante".



Carlos Rodríguez Braun, Álvaro Klecker y José María Calleja debatieron sobre la coyuntura económica actual.

La Marca España

Los congresistas esperaron con expectación la intervención de Carlos Espinosa de los Monteros, Alto Comisionado de la marca España. De sus palabras quedó clara la indudable importancia de la imagen de España en el exterior para la economía y para el turismo. Según el Alto Comisionado, es fundamental "hacer de España un país fiable en el que se puedan hacer negocios".

Lamentablemente, este es un aspecto que se encuentra actualmente en entredicho por los temas económicos que afectan al país. Durante su intervención en el Congreso de Empresarios Hoteleros Españoles, Espinosa señaló que es fundamental que recuperemos una imagen que nunca hemos tenido muy fuerte, pero que ahora tenemos más débil que nunca en cuanto a fiabilidad en el tema económico.

Preguntado por una cuestión que atañe a la coyuntura actual, el proceso en Cataluña, el ponente reconoció que es algo que indudablemente afecta, y que se ha traducido en cierta hostilidad hacia España. "La imagen sirve para aumentar las exportaciones de los productos, para atraer inversiones, se traduce en un incremento medido en términos de bienestar".

Para crear una marca España potente en el exterior señaló la importancia de la colaboración público-privada, sin olvidar el papel que juega cada uno de los españoles como embajadores en el exterior y la influencia que pueden tener actualmente gracias a las redes sociales.

Sobre el proyecto de la marca España destacó que "se trata de



Alberto Fabra, presidente de la Generalitat Valenciana; Rita Barberá, alcaldesa de Valencia; Isabel Borrego, Secretaria de Estado de Turismo; Juan Molas, presidente de CEHAT; y Luis Martí, Presidente de la UHPV.

un proyecto de Estado, de país, de toda la nación, no de un partido político o un Gobierno determinado", que nace con vocación de ser una de las funciones que tiene que asumir el Estado, defender su imagen, sus características, la identidad de ese país fuera y dentro del mismo, con el objetivo de mejorar la imagen de sus productos y servicios a través de la suma de elementos de diversas aéreas (economía, turismo, arte, moda, etc.).

Asimismo, Espinosa destacó que somos un país con una reputación muy desigual, muy buena en algunos temas y mala

en otros. En los valores emocionales (valor de las leyes, corrupción, etc.) es donde estamos más por debajo, con una imagen que se puede calificar en algunos casos de negativa.

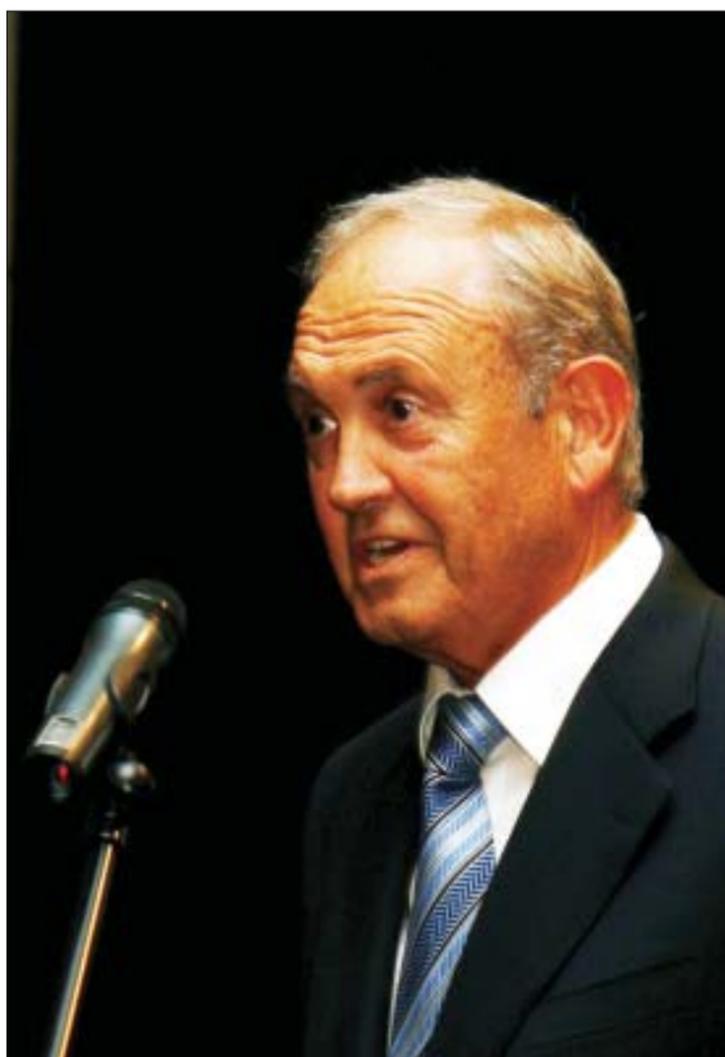
La última intervención del día la protagonizó Emilio Duró, quien desarrolló una exposición magistral en la que dejó claro que "hay cuatro factores que nos ayudan en la búsqueda de la felicidad: mantenernos en forma, desarrollar la mente, cultivar el espíritu y comunicar nuestras emociones". Esto es sano, tanto para las personas como para las empresas. Además, el men-

saje final fue de completo optimismo, "hoy es el mejor día de los que nos quedan de vida".

La consellera de Turismo, Cultura y Deporte, Lola Johnson, clausuró el congreso de Empresarios Hoteleros, y señaló que "jornadas como esta son el lugar para encontrar fórmulas que hagan que el turismo siga creciendo en la Comunitat Valenciana y en España". La consellera instó a trabajar "por un modelo de turismo más sólido y consolidado" abogando por la colaboración público-privada en todas sus facetas.

El broche final de este Congreso tuvo lugar en el Instituto

Valenciano de Arte Moderno (IVAM) donde antes de dar comienzo la cena de clausura se hizo entrega de las distinciones al Hotelero de Honor que emocionado recogió Francisco García Martínez, presidente del grupo de hoteles Magic Costa Blanca, premio que se le entregó por toda una vida dedicada al sector hotelero. El Huésped de Honor este año recayó en Esther Eiros, por su apoyo constante al sector turístico a través del programa que semanalmente dirige en Onda Cero. Una profesional que vive y respira por el Turismo.



García Martínez, presidente del grupo Hoteles Magic Costa Blanca.



El edificio Veles e Vents abrió sus puertas para ofrecer el cóctel de bienvenida.

La cadena Confortel, ganadora del premio RSC Hotelera 2012

Ha sido convocado por el Grupo Intermundial y la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT)

La cadena Confortel fue la ganadora de la primera edición del premio RSC, por las acciones de Responsabilidad Social Corporativa implementadas en todos sus hoteles. Los finalistas NH y Westin Valencia recibieron el segundo y tercer premio, respectivamente. El premio RSC Hotelera 2012, que celebra su primera edición, ha sido convocado por el Grupo Intermundial y la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT).

En el marco del Congreso de Empresarios Hoteleros Españoles celebrado en Valencia, se hizo entrega de los Premios RSC Hotelera 2012. La cadena Confortel ha sido la ganadora de esta edición, mientras que NH y el hotel The Westin Valencia recibieron el segundo y tercer premio, respectivamente. Los tres resultaron finalistas entre una lista de 15 candidaturas escogida por el Jurado, que ha destacado la gran calidad del conjunto de propuestas presentadas.

Los premios fueron entregados momentos antes de la cena de clausura del Congreso que se celebró en el Instituto Valenciano de Arte Moderno (IVAM). El Presidente de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), Juan Molas, fue el encargado de presentar el galardón, el primero del

ámbito de la RSC que se ha destinado exclusivamente a hoteles.

Manuel López, Consejero Delegado de Intermundial, entregó el primer premio al Director General de Confortel Hoteles, José Ángel Preciados. La cadena ha recibido el primer premio por su ejemplo de activismo contra la exclusión social y lucha en favor de la accesibilidad en el Turismo. Preciados ha destacado que el Premio "es un motivo de alegría para mucha gente que trabaja en la organización de Confortel y que lleva impreso el ADN de la solidaridad". Para esta cadena, la responsabilidad social corporativa y el diseño para todos son dos importantes pilares. De hecho, es la primera y única compañía hotelera que ha implantado un Proyecto de Accesibilidad en todos sus hoteles, garantizando su disfrute a los clientes con capacida-

des diferentes. Un hecho destacable es que el 30% de su plantilla lo conforman trabajadores con discapacidades.

Además, Confortel mantiene convenios con entidades y Fundaciones que tienen por objetivo incorporar a personas con riesgo de exclusión social, y en especial, con discapacidad. Por otro lado, el compromiso medioambiental de Confortel se traduce, entre otras, en la implantación de Manual de Buenas Prácticas Medioambientales.

El Director Ejecutivo de Operaciones del Grupo Intermundial, Javier del Nogal, hizo entrega del Segundo Premio a Mónica Chao, Directora Corporativa de Medio Ambiente de la cadena NH Hoteles. Contribuir a la mejora de las condiciones medioambientales es un objetivo primordial de la cadena, como demuestra la creación

de un Departamento de Medio Ambiente, la implementación de un Plan Estratégico Medioambiental y el desarrollo del Club Sostenible que realiza campañas de sensibilización para los empleados y proveedores. La cadena NH también lleva a cabo acciones sociales, como el programa internacional social 'Up! For People', con programas de formación y prácticas laborales para jóvenes en riesgo de exclusión y discapacitados.

Del Nogal, entregó también el tercer galardón al Director del Hotel The Westin Valencia, Franck C. De Weerd, por su compromiso medioambiental y de apoyo a la comunidad. Entre las iniciativas llevadas a cabo por The Westin Valencia, cabe destacar la creación del Green Council, un organismo interno que vela por la preservación del

medio ambiente y que involucra a todos los departamentos y a los asociados del hotel.

Un premio de futuro

Para el Consejero Delegado de Intermundial la calidad de las propuestas presentadas "demuestra el gran esfuerzo que, a nivel general, están haciendo los hoteles para trabajar en pro de el medio ambiente y la sociedad". El Premio RSC Hotelera nace, precisamente, con el objetivo de reconocer este esfuerzo de los hoteles, especialmente difícil en tiempos de crisis como el actual.

Tanto el Grupo Intermundial como CEHAT piensan ya en la organización de la segunda edición del Premio, por lo que animan a los hoteles a seguir trabajando en la misma buena línea que han seguido hasta ahora.



Manuel López, Consejero Delegado de Intermundial, y José Ángel Preciados, Director General de Confortel, cadena que recibió el primer premio por su lucha contra la exclusión social y en favor de la accesibilidad.



Javier del Nogal, Director Ejecutivo de Operaciones del Grupo Intermundial, hizo entrega del Segundo Premio a Mónica Chao, Directora Corporativa de Medio Ambiente de la cadena NH Hoteles.



Franck C. De Weerd, Director del Hotel The Westin Valencia, recogió el tercer premio.



El Consejero Delegado de Intermundial y el Director Ejecutivo de Operaciones junto a los premiados.

Amadeus se asocia con TOURISMlink, iniciativa patrocinada por la Comisión Europea

El Instituto Tecnológico Hotelero lidera el área tecnológica de este proyecto europeo

TOURISMlink, basado en la plataforma española Travel Open Apps, promovida por la Agencia Valenciana de Turismo, aspira a fortalecer la competitividad del sector turístico

co europeo -especialmente de las pymes- a través del desarrollo y la implantación de tecnología innovadora. TOURISMlink es una iniciativa lanzada por Antonio Tajani,

Vicepresidente de la Comisión Europea, responsable de la Dirección General de Empresas e Industria, que aspira a fortalecer la competitividad del sector turístico europeo.

Amadeus, proveedor tecnológico de referencia para el sector mundial del viaje, ha firmado un memorándum de entendimiento (MoU, por sus siglas en inglés) en virtud del cual participará en TOURISMlink, la iniciativa patrocinada por la Comisión Europea destinada a facilitar la integración de las pequeñas y medianas empresas turísticas en la cadena de valor del sector a escala mundial por medio de tecnologías innovadoras.

TOURISMlink es una iniciativa lanzada por Antonio Tajani, vicepresidente de la Comisión Europea, responsable de la Dirección General de Empresas e Industria, que aspira a fortalecer la competitividad del sector turístico europeo -especialmente de las pymes- a través del desarrollo y la implantación de nuevas tecnologías.

Los miembros del consorcio TOURISMlink son: la Asociación Europea de Agencias de Viajes y Turoperadores (ECTAA,

por sus siglas en inglés), la Asociación Europea de Hoteles, Restaurantes y Cafés (HOTREC), la Universidad italiana Commerciale Luigi Bocconi, el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), que lidera el área tecnológica del proyecto, y el grupo ZN, encargado de la difusión del proyecto.

En virtud de este acuerdo de colaboración, Amadeus actuará como asesor en aspectos de negocio y tecnología que sean relevantes para el proyecto y ofrecerá recomendaciones relacionadas con las cuestiones comerciales y de desarrollos tecnológicos necesarias en las distintas fases del proyecto. El programa también contempla conectar a las pymes al mercado digital global a través del desarrollo de soluciones sencillas, económicas, fáciles de usar e interoperables.

TOURISMlink facilitará el flujo de información entre proveedores de servicios turísticos (como proveedores de alo-

jamientos, transporte y agencias de viajes especializadas en información local) e intermediarios (como agentes de viajes y turoperadores).

"Estamos muy entusiasmados por la colaboración de Amadeus IT en el proyecto TOURISMlink. Esta iniciativa requerirá un conocimiento exhaustivo de las verdaderas cuestiones empresariales y tecnológicas a las que se enfrentan actualmente los proveedores turísticos y agentes de viajes europeos a la hora de distribuir y comercializar sus productos. Amadeus aporta sus sólidas credenciales para evaluar y abordar apropiadamente estas cuestiones", comenta François-Xavier Peërs, Project Manager de TOURISMlink.

"El sector turístico europeo es uno de los principales motores de crecimiento económico y empleo. En este sentido, apoyamos plenamente las iniciativas de la Comisión Europea para estimular la competitividad

del sector del viaje y el turismo, especialmente en lo que respecta a las medianas y pequeñas empresas. El objetivo de TOURISMlink es investigar y desarrollar tecnologías innovadoras para ayudar a las pymes turísticas europeas a ser más eficientes; y dotar de mayor eficiencia la industria del viaje es la misión corporativa de Amadeus. Consideramos que aportamos dos tipos de activos sólidos para facilitar la realización de este proyecto: nuestra experiencia y conocimientos en la investigación y el desarrollo de tecnología innovadora para las empresas del sector en todo el mundo (la inversión en I+D de Amadeus IT desde 2004 asciende a más de 2.000 millones de euros) y nuestras excelentes relaciones con un amplio grupo de empresas del sector, forjadas gracias a nuestra amplia presencia local en todos los mercados de la UE", añade Juan Jesús García, Senior Advisor de Industry-Affairs en Amadeus.

TOURISMlink es un proyecto destinado a desarrollar un estándar de distribución B2B europeo, promovido y patrocinado por la Comisión Europea; que aspira a incrementar la competitividad y las oportunidades de negocio en el sector turístico conectando a las empresas turísticas locales con el mercado digital mundial.

Los principales objetivos del proyecto son conectar digitalmente la oferta con la demanda en el sector turístico; proporcionar las herramientas digitales necesarias a las pymes del sector -hoteles, restaurantes, cafés y otros- para que puedan conectarse con los agentes de viajes y turoperadores; construir una comunidad online para profesionales del turismo; y establecer un marco comunitario de normas y principios de interoperabilidad para que se estandaricen y utilicen sistemas tecnológicos de comunicación (TIC) compatibles.

ESEs para hoteles: producir energía útil al menor coste posible

Las Jornadas de Eficiencia Energética y Sostenibilidad se celebraron en el marco del Congreso de CEHAT en Valencia

Las Empresas de Servicios Energéticos (ESEs) ofrecen al sector hotelero contratos cada más adaptados a las necesidades del sector",

con condiciones más "flexibles", asociados a niveles de ahorro, con el objetivo de conseguir mayores niveles de eficiencia energética. Esta

es la principal conclusión de los expertos que se reunieron, en Valencia, en las IV Jornadas de Eficiencia Energética en el Sector Hotelero.

Estas jornadas, que pasaron también por Girona, Sevilla, Santiago de Compostela y Tenerife, tuvieron lugar en el marco del Congreso de Empresarios Hoteleros de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) de Valencia, y fueron inauguradas por Rafael Ripoll Navarro, secretario Autonómico de Turismo, Cultura y Deporte de la Conselleria de Turisme, Cultura i Esport de la Generalitat Valenciana; Juan Molas, presidente de CEHAT; y Luis Miguel Martí, presidente de la Unión Hotelera de la Provincia de Valencia

Ponentes como Coralía Pino López, responsable de Proyectos Sostenibilidad y Eficiencia Energética del Instituto Tecnológico Hotelero; Efrén Conde, jefe de Proyectos Grandes Cuentas, Soluciones Integrales de Servicios Energéticos de Gas Natural Fenosa; Ferrán González, director Nacional de Ventas de Buderus; Gonzalo de Castro Albero, subdirector general de TÜV Rheinland; Alessandro Ferrari, director general de Aquasonic; Salvador Rey, gestor de Grandes

Cuentas del Segmento Hoteles y Hospitales de Schneider Electric; Óscar Martínez Patón, director de Banca de Empresas de BMN; y Pablo Villamediana Pérez, director del Hotel Regente-Med Playa de Benidorm, explicaron cómo los hoteles pueden aprovechar los contratos ESE y otras vías de financiación para ahorrar energía y para incorporar nuevos equipos y herramientas que aumente sus niveles de eficiencia y les hagan más sostenibles.

Coralía Pino, de ITH, afirmó que "los contratos ESE han evolucionado, y se han ido adaptando al sector hotelero" y además, según Efrén Conde, de Gas Natural Fenosa "son flexibles" en cuanto a su duración, en función de los ahorros y niveles de eficiencia que quiera conseguir cada establecimiento, y pueden adaptarse a inversiones a partir de 50 mil euros, que son "las más comunes en este sector".

El modelo ESE es una respuesta a la "necesidad de buscar la mejor tecnología para conseguir eficiencia", garantizando su rendimiento, tal y como explicó

Ferrán González, director Nacional de Ventas de Buderus; quien subrayó que la principal ventaja de estos contratos para la hotelería es que se "focaliza en instalaciones de equipos de grandes prestaciones para producir energía con el menor coste posible, y esto bueno para todo el mercado y para toda la cadena de valor" de la industria turística.

Existen, además, otros modelos de financiación alternativos, que, como señaló Óscar Martínez Patón, de BMN, están más centrados en modelos de negocio "a medio y largo plazo, que aporten ahorros y beneficios", a pesar de que existe una demanda para costear operaciones a corto plazo; y es que, para esta entidad financiera "es importante que el negocio sea sostenible y tenga capacidad de generar retornos claros", aspecto que los hoteles deben resolver antes de recurrir a esta forma de financiación.

Medir, el primer paso

Pablo Villamediana Pérez, director del Hotel Regente-Med Playa de Benidorm, explicó la experiencia

de su establecimiento en materia de eficiencia energética, e insistió en la necesidad de "primero medir, para tener datos y ver cuáles son las necesidades" y las medidas que se deben adoptar. El Hotel Regente-Med Playa de Benidorm instaló hace varios años placas térmicas fotovoltaicas y calderas de alta tecnología de Buderus para producir ACS, y tras "poco tiempo, vimos resultados significativos". Este establecimiento eligió la modalidad ESE, porque, en su opinión, "en el caso de la energía, si vale la pena hacer esta externalización", para ahorrar costes y dedicar los recursos propios a tareas que generen valor, ya que ahorrar energía también implica un componente comercial muy importante.

Precisamente, para vender sostenibilidad, es necesario contar con avales reconocidos, como las certificaciones y auditorías, que además, pueden ser el punto de partida de mejorar en este sentido. Gonzalo de Castro Albero, subdirector general de TÜV Rheinland, recordó la importancia de "obtener una foto fija inicial que permita tomar decisiones de inver-

sión", y desglosó los pasos que se deben seguir para certificar las medidas de eficiencia energética adoptadas en un edificio. También Salvador Rey, de Schneider Electric, manifestó que las certificaciones son herramientas "cuantitativas y cualitativas", destinadas a auditar, medir, monitorizar y conocer las condiciones actuales de las instalaciones y equipos, "para tomar medidas concretas que aumenten la eficiencia, que sumen al personal y a los clientes en el ahorro energético, y que estimulen el benchmarking" in-house o en el sector hotelero.

Finalmente, Alessandro Ferrari, director general de Aquasonic, explicó el proyecto que ITH y la firma que dirige han puesto en marcha para eliminar lo que calificó como "el colesterol del agua", la cal, a través de un sistema propio, patentado y certificado por la ISO 9001, para evitar y eliminar las incrustaciones de cal, a través de ondas radio-electromagnéticas, capaz de generar "ahorros del 40% en el uso de las instalaciones hoteleras", y que, además, mejora la calidad del agua.

La industria necesita un estándar tecnológico para la distribución hotelera

Esta es la principal conclusión de la mesa redonda 'España, modelo europeo en distribución turística'

La Consejería de Turismo, Cultura y Deportes y el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) firmaron, durante la semana del evento, un acuerdo para la comercialización, difusión y

desarrollo estratégico del Travel Open Apps, que aspira a convertirse, en el marco del proyecto europeo TOURISMLink, en un estándar de distribución turística a nivel europeo. Entre

las principales conclusiones de la mesa redonda 'España, modelo europeo en distribución turística' esta la necesidad de un estándar tecnológico para la distribución hotelera.

"Nuestro sector necesita imperiosamente estándar que dé sentido a la distribución", afirmó con rotundidad **Javier García Cuenca**, vicepresidente de **Magic Costa Blanca Hotels & Resorts** y vicepresidente de **HOSBEC**, durante su intervención, en el marco del Congreso de Empresarios Hoteleros Españoles de CEHAT, en la mesa redonda "España, modelo europeo en distribución turística", que abordó las claves de la plataforma **Travel Open Apps**, germen del proyecto europeo **TOURISMLink**, cuyo principal objetivo es crear una herramienta de distribución B2B, de alcance europeo.

Junto a **Javier García Cuenca**, ponentes como **Tomeu Bennisar**, director general de **Logitravel**; **Meritxell Clemente**, Head of **Hotel Business Development WEMEA** de **Amadeus IT Group**; **Tomeu Bennisar**, director corporativo IT de **Grupo Iberostar**; **Javier Delgado Muerza**, **Travel Industry Head** en **Google**; **Álvaro Carrillo de Albornoz**, director general del **Instituto Tecnológico Hotelero (ITH)**, y **Luis Martí**, presidente de la **Unión Hotelera de Valencia (UPHV)**; plantearon algunos de los principales retos de la distribución turística para el sector hotelero, en un escenario con canales múltiples, que suponen grandes desafíos para la empresas turísticas españolas.

En este sentido, **Tomeu Bennisar**, director corporativo IT de **Grupo Iberostar**, señaló que, en el mercado turístico actual es fundamental disponer de "soluciones que faciliten convergencia de productos, de precios, de redes sociales" y de todos los elementos vinculados a la oferta turística, premisa que, según **Bennisar**, cumple el proyecto **Travel Open Apps**. "El sector debe posicionarse en plataformas únicas de distribución y simplificar un entorno enormemente complejo, que ahora es ineficiente", lo que pasa por "definir estándares, por aunar voluntades y definir un modelo que opere correctamente estas soluciones".

Móvil, mercado 'exponencial'

El director de IT de **Iberostar** insistió en que, para sacar partido de los diferentes canales de distribución, "hay que conocer al cliente, que deja mucha información en nuestros hoteles", que hay que "traducir en mejoras en la relación con el consumidor"; sin olvidar el fenómeno de la "movilidad", que calificó como "una realidad imparables y acele-

rada" que requiere de "inversiones importantes orientadas a adaptar nuestros soportes a estos medios".

Precisamente, **Javier Delgado**, **Travel Industry Head** en **Google**; mencionó la tecnología móvil como parte de la ecuación de la distribución turística, que exige a las empresas "innovación constante". Según **Delgado**, el mercado de móviles ha crecido de forma "exponencial", y señaló que España es el país con mejor y mayor parque móvil en Europa, por delante de Gran Bretaña, lo que constituye no sólo "una oportunidad latente", sino que es el preámbulo para incorporar otras tecnologías, como las televisiones inteligentes. Para el responsable para la industria turística de **Google**, el hotelero "debe valerse de todos los canales disponibles para sacar el mayor rendimiento de su inventario y su producto", y el móvil es un factor clave "porque acompaña al usuario en todos los procesos del viaje".

Álvaro Carrillo de Albornoz, director general del **Instituto Tecnológico Hotelero (ITH)**, ahondó en las posibilidades que ofrece la tecnología para la distribución turística en un contexto multicanal, que puede convertirse en un obstáculo cuando "las tecnologías no se hablan entre ellas", esto es, cuando no son compatibles. **Travel Open Apps** y **TOURISMLink**, sistemas "integrales, abiertos e interoperables", pretenden crear un estándar "que se hable con todos los sistemas que actualmente se usan en el sector", lo que se traducirá en ahorro de costes para toda la industria.

Un estándar tecnológico

El protagonista del debate fue el proyecto europeo **TOURISMLink**, vinculado a **Travel Open Apps**, herramienta de difusión y comercialización online de la oferta turística de la Comunidad Valenciana, que como explicó el director general de **ITH**, "está abierto a la integración con todos los distribuidores e intermediarios", y que puede dimensionarse en función de las necesidades y el tamaño de cada hotel, gracias a sus módulos específicos para cada unidad de negocio. En **Travel Open Apps**, "ya están integrados las principales OTAs, canales de distribución, intermediarios y PMS y otros software de gestión", indicó **Carrillo de Albornoz**, y ya ha generado "más de 22.000 reservas, cuenta con cerca de 600 empresas dadas de alta, y ha generado un



Uno de los principales objetivos de la plataforma **TravelOpenApps** es crear una herramienta de distribución B2B.

volumen de negocio cercano a los 10 millones de euros".

Javier Delgado, de **Google**, señaló, en referencia a **TOURISMLink**, que toda tecnología que reduzca tiempo y esfuerzo para llegar a la oferta "es buena por definición, porque facilita la experiencia del usuario, y esto es positivo para el ecosistema". La principal ventaja de **Travel Open Apps** es que, en opinión de **Javier García Cuenca**, de **Magic Costa Blanca Hotels & Resorts**, "pone en valor a todo el destino turístico", porque "se podrán generar nuevos productos, más cercanos al turismo de experiencias". Para **García Cuenca**, "este tipo de plataformas permiten pasar de picar datos a hacer minería de datos", es decir, tener la capacidad de detectar patrones de conducta en los clientes y diseñar estrategias de marketing y comercialización, tal y como se ha hecho en la más reciente campaña electoral de **Barack Obama**, que citó como ejemplo.

García Cuenca señaló que **TOURISMLink** está trabajando en diseñar su modelo de futuro, que debe incorporar a la iniciativa privada, "punto crítico" que tiene que acometer este proyecto.

Sobre este asunto, el director general de **ITH** explicó que, como parte del desarrollo de **TOURISMLink**, se están "adelantando iniciativas en torno al modelo de negocio que hará sostenible este estándar", para lo que ya se está trabajando en llegar a acuerdos con el sector privado, a través de las entida-

des sectoriales que forman parte del proyecto.

Con el objetivo de reforzar los apoyos institucionales que avalan a **Travel Open Apps** y a **TOURISMLink**, en la misma semana en la que se celebró el Congreso de Empresarios Hoteleros Españoles en Valencia, la consejera de Turismo, Cultura y Deportes de la Comunidad Valenciana, **Lola Johnson**, y el presidente del **Instituto Tecnológico Hotelero (ITH)**, **Juan Molas**, firmaron un acuerdo para la comercialización, difusión y desarrollo estratégico del **Travel Open Apps**, que aspira a convertirse, en el marco del proyecto europeo **TOURISMLink**, en un estándar de distribución turística a nivel europeo.

Las OTAs, a debate

El papel de la intermediación, especialmente de los canales online, fue uno de los asuntos más debatidos durante esta mesa redonda. Para **Meritxell Clemente**, Head of **Hotel Business Development WEMEA** de **Amadeus IT Group**, "la distribución hotelera va a seguir intermediada, porque muchos más jugadores entrarán en escena". Para **Clemente**, "es el cliente el que manda, el que elige el canal", y las empresas tecnológicas deben "crear plataformas avanzadas que conecten al cliente y a la oferta", razón por la que **Amadeus IT** se ha involucrado en **TOURISMLink**.

En este orden de ideas, **Tomeu Bennisar**, director general de **Logitravel**; pidió no echar la "culpa" a la distribución o la intermedia-

ción, porque es más relevante saber "qué le gusta al cliente y por qué funcionan determinadas plataformas, para aprender de ellas". El director general de **Logitravel**, apuntó que, con la aparición de estos nuevos canales, "las agencias de viajes han perdido un espacio" que deben recuperar, pero no a cualquier precio; por eso es necesario "decidir cómo participar, qué hacer en cada momento, y cómo aprovechar la tecnología para hacerlo".

Javier Delgado, de **Google**, terció en esta polémica, y subrayó que "en internet, hay más oportunidades de problemas". En esta misma línea se pronunció **Tomeu Bennisar**, del **Grupo Iberostar**, que dio la "bienvenida" a las OTAs, "porque generan un gran beneficio", ligado a un modelo de negocio "simple" y, en este contexto, es deber de los hoteles verificar los márgenes y beneficios que generan las reservas que provienen de estos canales.

Delgado hizo hincapié en que el éxito de las OTAs es que "han sabido entender la migración del cliente antes que los demás, y que hicieron una apuesta valiente por la tecnología", razones que les han llevado "a donde están ahora". En este sentido, señaló que el modelo de distribución turística "ha cambiado y mucho, y cambiará más", porque el "usuario está cada vez más informado, es más exigente, es multicanal y multipantalla", y esto requiere que los hoteleros que "no apuesten contra internet", dijo **Delgado** citando a **Eric E. Schmidt**, presidente ejecutivo de **Google**.

ITH y MICROS Fidelio facilitarán el acceso al software avanzado de última generación

Las dos compañías han puesto en marcha un proyecto piloto que será escaalable a las necesidades de las pymes

ITH y MICROS Fidelio han puesto en marcha un piloto que facilitará el acceso a software avanzado de gestión de última generación, escalable a las necesidades de las

pymes. Con este piloto, los hoteles participantes no podrán incorporar un sistema de gestión integrado de última generación; además tendrán descuentos sobre los cos-

tes de las licencias, servicios de instalación, soporte y mantenimiento. El objetivo es disponer de sistemas y aplicaciones capaces de competir en el mercado laboral.

La clave para la gestión hotelera está en disponer de sistemas y aplicaciones capaces de afrontar los principales retos del actual mercado hotelero, especialmente en lo relacionado con los múltiples canales de intermediación y la distribución *online*, la movilidad y las reservas a través de dispositivos como los teléfonos inteligentes y las tabletas, y la necesidad de integrar la gestión de todos los departamentos del hotel, para optimizar costes y aumentar los beneficios. Y todo esto

protagonistas; de hecho, un porcentaje cada vez más alto de personas reservan su hoteles desde su *smartphone* y comparten con sus amigos su experiencia en las redes sociales: todo en vivo y en directo".

Por eso, Díez considera fundamental diseñar una política de distribución *online* global en la que "el hotel mande sobre su inventario y decida su política de distribución". El director general de MICROS Fidelio España recalca la importancia de "tener

Apple y Google como nuevos actores en el mix de distribución hotelera online, a través de sus soluciones iTravel o Google Hotel Finder, también pondrá sobre la mesa escenarios nuevos. En cualquier caso, la perspectiva es "interesante", porque si se gestionan "correctamente" las posibilidades que ofrecen estas plataformas, y si se cuenta con una web propia "atractiva y bien posicionada" -apunta Díez, "está demostrado que el hotelero puede reducir sus costes de distribución de un 15% a un 3% para una reserva del mismo valor". El director general de MICROS Fidelio España recuerda que, no obstante, "existe el riesgo que Google posicione mejor a aquellos portales que le cedan más margen de sus operaciones" y, aunque de momento, ha negado reiteradamente que vaya a hacerlo, "podría ocurrir que, al final, el hotelero seguirá pagando las mismas comisiones que paga hoy, y que se repartirán entre las propias OTAS y Google". Aún así, MICROS Fidelio sigue viendo más ventajas que desventajas, razón por la que, durante el primer trimestre de 2013, liberará la

«Los hábitos de los clientes han cambiado y seguirán cambiando, sobre todo en la forma de buscar y comprar»

debe hacerse en un contexto de crisis económica, en el que cada euro cuenta; y en un mercado en constante evolución, que exige flexibilidad y actualizaciones constantes en materia de software. Con el objetivo de facilitar el acceso a herramientas de gestión hotelera 100% integradas y adecuadas a las necesidades y dimensiones la industria hotelera española, el Instituto Tecnológico Hotelero y MICROS Fidelio, líder mundial en desarrollo de *software* para la gestión hotelera, han lanzado un piloto para incorporar programas de gestión desarrollados por MICROS Fidelio, especialmente pensados para adaptarse a pequeños y medianos hoteles y establecimientos independientes, cuyas utilidades permiten reducir los costes derivados de la no intermediación y el mantenimiento manual de OTA's, flexibilizar los precios medios de reserva gracias al control sobre la venta directa y posicionamiento; optimizar los recursos dedicados a la gestión de reservas; integrar CRMs y otros canales de comercialización, para sacar mayor partido a las estrategias de marketing; y reducir los costes asociados a la explotación de los sistemas y a su mantenimiento.

Software orientado al cliente

Para César Díez, director general de MICROS Fidelio España, es importante que los hoteles y sus programas de gestión resuelvan algunos de los desafíos tecnológicos y sociales que plantea el mercado turístico europeo y mundial, porque "los hábitos de los clientes han cambiado y seguirán cambiando en los próximos años, sobre todo en la forma de buscar y comprar; y también en la forma en la que los clientes interactúan con el hotel y con su entorno"; y en este sentido, "internet y la movilidad están siendo los grandes

una buena web propia y un buen posicionamiento SEO y SEM orientado a la distribución directa y, al mismo tiempo, controlar la distribución indirecta (OTAS, paridad de tarifas, etc.) desde la misma plataforma; contando con un CRS que incluya un motor de reservas propio, integraciones con las principales OTAS del mercado, herramientas de *yield management*, y todo integrado con el PMS".

«El software de gestión hotelera siempre juega un papel esencial a la hora de potenciar la venta y optimizar los costes, pero si cabe aún más en un contexto de crisis económica como el que vivimos»

La necesidad de que la tecnología para la gestión hotelera funcione con la precisión de un mecanismo de relojería suizo es también una forma de responder a las dificultades asociadas a la situación económica mundial por la que estamos atravesando. "El software de gestión hotelera siempre juega un papel esencial a la hora de potenciar la venta y optimizar los costes, pero si cabe aun más en un contexto de crisis económica como el que vivimos", -subraya Díez; "y cada euro invertido y cada euro generado son de vital importancia: no hay margen para el error y la tecnología está aquí precisamente para esto, esto es, para adaptarse a las medidas del hotel". Escalabilidad e integración "de todas las áreas de negocio desde un mismo prisma y no por separado", son los dos requerimientos fundamentales que el mercado turístico actual demanda.

Pero si la crisis económica ha supuesto cambios y ha exigido reaccionar de forma ágil y rápida, la inminente irrupción de

integración entre el PMS Opera y Google Hotel Finder.

Otro cambio relevante, especialmente en lo que se refiere a reservas de última hora, es el *mobile commerce*. En este terreno, los hoteles "empiezan a estar preparados, aunque aún queda mucho camino por recorrer", apunta Díez, quien considera que "está demostrado que un cada vez mas alto porcentaje de las reservas, sobre todo de las de última hora, se realizan desde dispositivos móviles el mismo día del viaje; de esta forma, el software de gestión del hotel debe estar preparado para atender este mercado, que crece progresivamente". Para atender a esta demanda de los hoteles, MICROS Fidelio ha desarrollado aplicaciones para que el cliente pueda reservar una habitación "atacando al inventario real del hotel y, con un código en su *smartphone*, podrá accederá su habitación sin tener que pasar por la recepción", explica el director general de esta compañía.



Algunas características de MICROS Fidelio Suite 8 PMS.

PMS avanzados en nube

El sector hotelero europeo y español está esencialmente formado por pymes hoteleras, y aunque pueden reaccionar ágilmente a los cambios, no siempre disponen de los recursos financieros para acceder a las herramientas tecnológicas más actualizadas o a aquellas que se garanticen un servicio óptimo de acuerdo a sus necesidades. Este fenómeno no es ajeno a MICROS Fidelio. César Díez apunta que, hasta ahora "la mayoría de pymes accedían a los PMS locales más por comodidad que por necesidad tecnológica, y estos PMS locales tienen dificultades a la hora de innovar, pues no disponen de medios suficientes para invertir en I+D".

"Hoy en día, con la tecnología en la nube (cloud computing), los hoteles pequeños y medianos tienen acceso a la misma tecnología de los grandes, gracias a que pueden compartir recursos", entre otras ventajas.

«Con la tecnología en la nube, los hoteles pequeños y medianos tienen acceso a la misma tecnología de los grandes»

Para Díez, esto supone "un avance importantísimo, y significará un gran salto cualitativo para todas las pymes sin importar donde estén localizadas".

Precisamente, el proyecto piloto que ITH y MICROS Fidelio han puesto en marcha está pensado para que las pymes hoteleras y establecimientos indepen-

dientes implementen un *Property Management System* (PMS) personalizable, dimensionado en función de sus necesidades reales, capaz de combinar módulos intuitivos como CRMs, gestión venta y catering, control de materiales, reservas en línea, entre otros, en una única solución sencilla y eficaz. De esta forma, el hotel tendrá un mayor control sobre su inventario que le permitirá gestionar de forma más eficiente los acuerdos adquiridos con los diferentes canales de distribución y así poder competir de forma más ágil y en posición más ventajosa.

El estudio tiene como objetivo hacer un seguimiento del funcionamiento y rendimiento de este PMS avanzado en tres tipologías de alojamientos: un hotel independiente vacacional, otro de segmento urbano, y una pequeña compañía tres a diez hoteles; aunque está abierto a la participación de todos aquellos establecimientos interesados en incorporar esta herramienta. Precisamente, y para apoyar a

los hoteles participantes en el proyecto, ITH y MICROS Fidelio les ofrecerán ventajas especiales, con descuento sobre licencias (*retail price*), sobre los costes de los servicios de instalación, configuración y soporte live, descuento sobre el mantenimiento durante los dos primeros años, y soporte gratuito durante la duración del piloto.

Los hoteles pueden ahorrar un 40% de costes operativos usando la tecnología

La tecnología ahorra costes de distribución y marketing, y mejora la experiencia del cliente, concluyeron los expertos que participaron en el tercer ciclo 2012 de las jornadas TIC de ITH. Los hoteles pueden

recortar hasta un 40% de costes operativos usando herramientas tecnológicas avanzadas. Esta es una de las conclusiones a las que se llegó en 'HOTELWARE, Actualizando la gestión hotelera'.

La innovación no es sólo para las grandes empresas, sino que es una forma de optimizar la gestión y mejorar la experiencia del cliente, para conseguir fidelizarles y aumentar beneficios, y además, podría suponer ahorros de hasta un 40% de los costes operativos de los hoteles. Esta es la principal conclusión de "#HOTELWARE: Actualizando la gestión hotelera", la tercera edición de las Jornadas de Tecnologías para el Turismo de ITH, celebradas desde el pasado mes de junio en Barcelona, Elche, Málaga, Santander y Madrid. Esta serie de conferencias fue organizada por el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), y contó con la colaboración del Gremi d'Hotels de Barcelona, AndalucíaLab, AEHCOS, Turismo de Cantabria, Visit Elche, la Oficina de Turismo Madrid Visitors & Conventions Bureau y la AEHM.

La tercera edición de las Jornadas TIC de ITH, reunió a hoteleros, especialistas en gestión, marketing y tecnología, que han analizado las prioridades que se deben afrontar en materia de tecnología, para alcanzar un mode-

lo de hotel de tercera generación, optimizado, más eficiente y más conectado, que mejore y amplifique la experiencia del cliente y los resultados de las empresas hoteleras.

Durante la sesión de clausura, celebrada en Madrid a principios de noviembre, Mar de Miguel, directora gerente de la Oficina de Turismo Madrid Visitors & Conventions Bureau, subrayó, que la aplicación de la tecnología en turismo es una de las "líneas esenciales" del Plan Estratégico de Turismo 2012-2015 de la administración local, razón por la que promueven la "innovación y cooperación profesional" en este sector. Por su parte, Antonio Gil, secretario general de la Asociación de Empresarios Hoteleros de Madrid (AEHM), recaló que la tecnología no equivale a "recetas mágicas", pero eventos como estos invitan a "reflexionar sobre soluciones importantes para nuestras empresas".

En este sentido, Jesús Gatell, vicepresidente de ITH, hizo hincapié en que la innovación en turismo es "imprescindible", y re-

cordó que, en el sector hotelero, "estamos colonizados por la comercialización online, y ésta crece, fundamentalmente, a través de la intermediación", lo que implica que los hoteleros "no controlamos ni la oferta ni los precios".

Joaquín Castillo, director general de Turismo de la Comunidad de Madrid, clausuró las jornadas recordando a los asistentes que, para el sector turístico, la tecnología es un "instrumento imprescindible que permitirá componer un nuevo escenario comercial para explotar productos y servicios de forma más eficaz", porque permite recopilar información relevante que generará "una red de conocimiento a la que el sector pueda sacar el máximo partido", tarea para la que Castillo ha ofrecido el apoyo institucional de la administración regional.

En "#HOTELWARE: Actualizando la gestión hotelera" participaron ponentes y expertos de multinacionales como Microsoft, MICROS Fidelio, Transhotel y NH Hotels, empresas españolas como Educatour, Tecnalia, Artiem Fresh People y Axel Hotels, y firmas especializadas en tecnología para el sector turístico como TrustYou y eMascaró, entre otras; que debatieron sobre el papel de la nube, la intermediación en la era online, y la conectividad a través de los dispositivos móviles y su impacto en el turismo. Las III Jornadas de Tecnologías para el Turismo de ITH contaron con el apoyo institucional de las administraciones locales de las cinco ciudades en las que tuvieron lugar, y que, de esta forma, mostraron su apuesta decidida por la innovación y la tecnología en el turismo y la hotelería españoles.



Se reunieron hoteleros, especialistas en gestión, marketing y tecnología.

Financiar la innovación, el reto de las empresas turísticas españolas

El próximo 12 de diciembre, se celebrará en el hotel NH Eurobuilding de Madrid, la Jornada "Un viaje hacia la innovación" que se celebra en el marco de la Asamblea Anual de la Plataforma Tecnológica del Turismo- Thinktur, que contará con la asistencia de los principales representantes de la industria turística y hotelera, agentes sectoriales, técnicos y científicos, que analizarán las tecnologías más vanguardistas y sus aplicaciones en el turismo, desde la perspectiva de la imaginación, como motor de la innovación, el progreso y de nuevos proyectos.

Thinktur, plataforma liderada por la industria, es la red de empresas turísticas y tecnológicas, y agentes de la innovación turística, un foro de conocimiento e información para el sector, que dirige el Instituto Tec-

nológico Hotelero, y gestionan la Asociación de Empresas del Sector TIC, las Comunicaciones y los Contenidos Digitales (AMETIC), el Instituto de Investigación Polibienestar de la Universidad de Valencia y la Sociedad Estatal de Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas (SEGITTUR).

María del Carmen Vicente, de la Subdirección General de Colaboración Público-Privada del Ministerio de Economía y Competitividad; y Álvaro Carrillo de Albornoz, director de la Plataforma Thinktur y director general del Instituto Tecnológico Hotelero, abrirán la asamblea, que abordará las acciones realizadas y las líneas futuras de actuación que la Plataforma Thinktur llevará a cabo. Posteriormente, se estudiarán algunos proyectos nacionales e internacionales que se

han desarrollado durante el 2012, gracias al fomento de sinergias y al impulso sectorial de la Plataforma Thinktur.

Financiación e innovación

Durante este encuentro, se debatirá el papel de la creatividad, la innovación, y la cultura emprendedora en la gestión empresarial; y se estudiarán las vías para financiar nuevos e imaginativos proyectos turísticos, tanto las convocatorias públicas nacionales e internacionales del Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI) del Ministerio de Economía y Competitividad; como las oportunidades de generación de valor que ofrece la creación y explotación de patentes y marcas, según la Oficina Española de Patentes y Marcas.

El chef Paco Roncero y la presidenta de Microsoft, María Garaña, en Fiturtech 2013

Fiturtech 2013 presentará un prototipo de habitación de hotel tecnológica, ITH TechroomXperience, que combina los últimos avances tecnológicos y un revolucionario diseño.

Con el lema TheNextTravelGeneration, el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) y FITUR, presentan las novedades para Fiturtech2013, el principal foro de turismo y tecnología, que tendrá lugar del 30 de enero al 1 de febrero de 2013 en el pabellón 10B03, y que dedicará esta edición a la evolución del turismo y la hotelería hacia los sentidos y las emociones, las nuevas fronteras y propuestas turísticas, y el Hotel de Tercera Generación, un modelo optimizado, eficiente y más conectado, centrado en mejorar la experiencia del cliente y los resultados económicos de los hoteles.

Durante la primera jornada, el miércoles 30 de enero, Ana Larrañaga, directora de FITUR y Juan Molas, presidente de CEHAT y de ITH, inaugurarán Fiturtech2013, y darán paso a la ponencia del afamado chef ejecutivo y director del Casino de Madrid y del Gastrobar Estado Puro, Paco Roncero (dos estrellas Michelin) que versará sobre la experiencia del cliente y la gastronomía. Juan Molas, presidente de CEHAT, ahondará en cómo ha cambiado el cliente hotelero, en compañía de Kike Sarasola, presidente de RoomMateHotels; Antonio Pérez Navarro, consejero delegado de HospesInfinite Places; y Gema Vicedo, directora para España de LeadingHotels of TheWorld. En la sección "Al Paredón", el público y las redes podrán preguntar a Fernando Gallardo, periodista y crítico de hoteles del diario El País, su opinión y sus anécdotas sobre los hoteles que visita por ocio y trabajo.

El jueves 31 de enero, se explorarán las opciones de viajes y experiencias del turismo del futuro. De esta forma, Ana Bru, propietaria de Bru&Bru Barcelona y primera turista espacial española, y Mariano López-Urdiales, CEO y Fundador de Zero2Infinity; ofrecerán su visión sobre turismo espacial y experiencias turísticas exclusivas.

Las tendencias y la oferta turística que vienen serán debatidas en una mesa redonda en la que intervendrán José Luis Lopez de Ayala, Sector Lead Travel de Google Spain; Juan P. Julia, presidente de Axel Hotels; y Abel Matutes Prats, director general de Palladium Hotel Group. Sebastián Muriel, vicepresidente de Relaciones Institucionales de Tuenti, responderá a todas las dudas sobre redes sociales que formulen los asistentes y la comunidad online. Durante la misma jornada, el Instituto de Empresa presentará proyectos innovadores para la industria turística a *Business Angels*.

Finalmente, el viernes 1 de febrero se centrará en la gestión

hotelera y el eManagement. María Garaña, presidenta de Microsoft Ibérica, explicará las posibilidades de la nube para una nueva generación de hoteles conectados, y Chema Alonso, consultor de Seguridad de Informática64, repasará los aspectos relacionados con la seguridad informática vinculados a la gestión empresarial electrónica, y sus implicaciones en tiempos de recortes financieros; asunto en el que profundizará, en la sección "Al Paredón", Luis M. García, Director de Estrategia de Plataforma de Microsoft Ibérica. También se hablará sobre cómo la nube ha cambiado la gestión hotelera en la mesa de debate en la que participarán Javier Blanco, director de marketing de Paradores; Javier Matas, Chief Organization & Technology Officer en NH Hoteles; Francesc Pons, director financiero de ArtiemFreshPeopleHotels; y César Díez, director general en España de MICROSFidelio.

ITH TechroomXperience

Por primera vez en FITUR, los asistentes podrán conocer un prototipo de habitación de hotel que combina los últimos avances tecnológicos y un revolucionario diseño, a cargo del estudio internacional de diseño SerranoBrothers. ITH TechroomXperience es una propuesta que integra tecnologías, software, aplicaciones, gadgets y mobiliario de última generación, con un revolucionario diseño futurista, que ofrece una experiencia basada en la conexión, la comodidad, el lujo y la interactividad. ITH TechroomXperience refleja el modelo de Hotel de Tercera Generación, socialmente responsable con su entorno, medioambientalmente sostenible, hiperconectado e hipereficiente, que aporta el máximo valor añadido a sus clientes.

FiturGreen

El Instituto Tecnológico Hotelero y FITUR, en colaboración con la Organización Mundial del Turismo (OMT) y Habitat Futura, organizan la cuarta edición de FiturGreen, que se celebrará en el pabellón 10B05, y que en 2013 se centrará en los modelos de financiación de la eficiencia a través de Empresas de Servicios Energéticos (ESEs), certificaciones energéticas y construcción sostenible, y sobre gestión de la sostenibilidad en turismo.

El programa de este año incluirá talleres y casos de éxito sobre tecnologías avanzadas de monitorización y control energético, climatización eficiente, iluminación eficiente, etc.

Instrumentos de Trabajo

Nuestras Publicaciones no están en las salas de espera



 **NEXOTUR**.com AGENCIAS DE VIAJES PERIODICO DIARIO ONLINE
 **CONEXO**.net REUNIONES E INCENTIVOS PERIODICO DIARIO ONLINE
 **Nexobús**.com TRANSPORTE DE PASAJEROS PERIODICO DIARIO ONLINE
 **NexoHotel**.com HOTELERIA Y ALOJAMIENTO PERIODICO DIARIO ONLINE



NEXOTUR AGENCIAS DE VIAJES PERIODICO SEMANAL (50 EDICIONES)
CONEXO REUNIONES E INCENTIVOS PERIODICO MENSUAL (11 EDICIONES)
Nexobús TRANSPORTE DE PASAJEROS PERIODICO MENSUAL (11 EDICIONES)
CEHAT HOTELERIA ESPAÑOLA PERIODICO MENSUAL (10 EDICIONES)



Noticias con Q de Calidad NOTICIAS CON 'Q' DE CALIDAD MENSUAL (11 EDICIONES)
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)
NEXO HOTEL PROVEEDORES DE HOTELES ANUARIO (1 EDICION)



Ranking DE EMPRESAS TURÍSTICAS PERIODICOS ANUALES (4 EDICIONES)
Protagonistas DEL TURISMO EN ESPAÑA PERIODICOS ANUALES (2 EDICIONES)
CIMET CONFERENCIA IBERO-AMERICANA DE TURISMO
Turnexo SALON PROFESIONAL DEL AGENTE DE VIAJES
NexoBusiness SALON DE CONVENCIONES, CONGRESOS E INCENTIVOS
BIBLIOTECA NEXOTUR BIBLIOTECA NEXOTUR DEL TURISMO ESPAÑOL



De Profesional a Profesional **Nexo** GRUPO

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 GEMOLOGIA
PERIODICO MENSUAL (11 EDICIONES)

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

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

ALTA RELOJERIA
RELOJERIA DE ALTA GAMA
CUATRIMESTRAL (3 EDICIONES)



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

FORO
FORO ANUAL DE LA
RELOJERIA ESPAÑOLA

AEA
ENGASTADO DE JOYAS
PERIODICO MENSUAL (11 EDICIONES)

SEMPSA
METALES PRECIOSOS
PERIODICO MENSUAL (11 EDICIONES)

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

NEXO
editores s.a.

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

AT-Costa Daurada firma un convenio de colaboración con la empresa Garamond

Buscan facilitar a los asociados que soliciten un conjunto de servicios profesionales

La Asociación de apartamentos turísticos de la Costa Daurada ha firmado un convenio de colaboración con la empresa Garamond para facilitar, a los asociados que lo solici-

ten, un conjunto de servicios profesionales y soluciones técnicas en el ámbito del marketing y la comunicación para ayudar y motivar la optimización de los recursos.

El acuerdo está promovido desde AT-Costa Daurada para ayudar y motivar la optimización de los recursos comerciales de todos los asociados de la Costa Daurada y de las Terres de l'Ebre.

Las empresas que alquilan apartamentos turísticos en ambas zonas ya activan durante la temporada diferentes mecanismos comerciales para potenciar la demanda; pero apenas en momentos como los actuales, en los cuales los mercados están sometidos a un entorno económico muy difícil, hace falta que estas empresas profesionalicen y prioricen todavía más hacia dónde es conveniente que dirijan sus esfuerzos para ganar clientes. El convenio de colaboración entre AT-Costa Daurada y Garamond está pensado justamente en dar respuestas en este sentido: ayudar y asesorar a los asociados de forma individualizada en temas de marketing, online y comunicación. En definitiva, facilitar soluciones profesionales de alto valor añadido y de calidad a todos los asociados de AT-Costa Daurada. Unas

soluciones que pueden ir desde hacer un test de satisfacción de clientes o un plan de fidelización, hasta desarrollar una campaña de publicidad local o editar un catálogo, pasando también y muy especialmente por la implantación de las actuales herramientas comerciales del marketing online: realización de páginas Web, campañas a Google, optimización de lugares web, microsites, acciones a portales especializados, redes sociales, etc.

Ahora, además, con la nueva normativa de la Generalitat de Catalunya para las viviendas de uso turístico se abre un escenario que, sin duda, aportará nuevas oportunidades comerciales a las empresas y a los propietarios que gestionen apartamentos turísticos tanto en la Costa Daurada como las Terres de l'Ebre y que, ahora más que nunca, hace falta saber aprovecharlas.

AT-Costa Daurada ha contado con el apoyo de la empresa Garamond desde 2005 para desarrollar algunos de sus proyectos más importantes de carácter comer-

cial. Con esta larga colaboración profesional se ha conseguido que, además de consolidar una excelente relación entre ambas organizaciones, el equipo de profesionales que integran Garamond logre un amplio conocimiento del mercado turístico de la Costa Daurada en general y del sector de los apartamentos turísticos en particular. Un conocimiento que AT-Costa Daurada y Garamond ponen ahora a disposición de sus asociados en unas condiciones muy ventajosas.

Garamond es una empresa de Tarragona que desde 1992 se ha especializado en dar servicios profesionales de marketing y comunicación a todo tipo de organizaciones: empresas privadas, instituciones, administración pública, etc. El ámbito de actuación de Garamond es básicamente Cataluña, Tarragona, Lleida y entorno a Barcelona, pero también cuenta con clientes fuera del principado. El equipo de profesionales está formado por 12 personas que provienen de diferentes áreas técnicas de conocimiento.

El ministro Soria se reúne con empresarios hoteleros en Barcelona

El ministro de Industria, Energía y Turismo, José Manuel Soria, se ha reunido con representantes del Gremio de Hoteles de Barcelona, entre los que estaba su presidente, Jordi Clos, y a los que ha explicado las medidas que desde el sector público y el privado se están poniendo en marcha para que Barcelona, Cataluña y España se beneficien del notable incremento que el sector turístico va a registrar en los próximos años en el mundo. Soria ha transmitido a los hoteleros la buena evolución del turismo, también en la ciudad de Barcelona durante el año 2012 y les ha animado a utilizar la mar-

ca España como marca paraguas para la promoción turística. Ha explicado que el Plan Nacional Integral de Turismo profundiza en los destinos emisores convencionales y en los nuevos, y cada vez más, la promoción se lleva a cabo en países como China, Brasil, India o Rusia.

El ministro ha revelado que varios operadores turísticos chinos han mostrado su deseo de volar directamente desde Pekín o Shangai a ciudades como Madrid o Barcelona y ha dicho que es una posibilidad abierta y que repercutiría muy favorablemente en el turismo.



Jordi Clos, Presidente de GHB, José Manuel Soria, Juan Molas y Alberto Fernández Díaz, Vicepresidente de la Diputación de Barcelona

La FEEC se asocia a CEHAT con pleno derecho

La Junta Directiva de la Federación Española de Empresarios de Camping y Ciudades de Vacaciones (FEEC), ha aprobado por unanimidad su ingreso oficial en CEHAT. De este modo, responde a la demanda de gran parte del tejido empresarial del sector del camping que había manifestado su interés por formar parte de un colectivo que aglutina la diversidad del sector turístico.

Según Ana Beriaín Apeseguía, presidenta de FEEC, "en estos momentos de complejidad económica y social, la necesidad de cohesión y unidad del sector turístico español resulta prioritaria". Para Juan Molas, presidente

de CEHAT, "es un honor contar con una entidad como FEEC en el seno de nuestra organización para continuar uniendo fuerzas que nos permitan afrontar todos los desafíos que tenemos por delante".

La FEEC, institución representativa del sector del camping a nivel nacional, se constituyó en 1977. Actualmente está integrada por veinte asociaciones de camping, provinciales y autonómicas, que aportan a través de sus establecimientos casi medio millón de plazas de alojamiento. Se trata, por tanto, de la segunda área de actividad más importante en España en cuanto a número de plazas turísticas ofertadas se refiere.



Comité Ejecutivo de Campings celebrado en las oficinas de CEHAT.

La CEHAT entrega a Francisco García la 'Orden al Mérito Hotelero'

Francisco García, presidente de la cadena hotelera Magic Costa Blanca, con sede central en Benidorm, ha sido distinguido por la Confederación Española de Hoteles con la 'Orden al Mérito Hotelero'. El galardón le fue entregado durante el Congreso de Empresarios Hoteleros celebrado en Valencia.

El comité organizador del congreso decidió de forma unánime entregar este galardón a Francisco García por su larga trayectoria dentro del sector hotelero. La 'Orden al Mérito Hotelero' es un reconocimiento que creó el CEHAT en el año 2005 para distinguir a aquellas personas físicas o jurídicas que se hayan distinguido de manera extraordinaria en pro del sector hotelero español.

El presidente de Magic Costa Blanca inició su andadura dentro del sector turístico como director de un hotel de Benidorm. En 1974 arrendó su primer establecimiento, el hotel Fenicia de esta ciudad, y hace 30 años, en 1982, adquirió la totalidad de Hoteles Costa Blanca. Actualmente Magic Costa Blanca posee 12 establecimientos turísticos repartidos por la Costa Blanca y Valencia.

Desde el principio, García ha destacado por sus teorías sobre el sector y la forma de rentabilizar instalaciones y ampliar el volumen de negocio. Fue pionero

en lanzar al mercado la campaña "un niño gratis", ya generalizada en el sector, y también fue el primero en establecer el "todo incluido" en sus establecimientos, práctica que ya han adoptado la mayoría de hoteles de su área de influencia. Recientemente, en los hoteles de más alta gama ha implantado el "todo exclusivo", con productos de

primera línea que imprimen al servicio un marchamo de calidad que valoran los clientes.

"Estoy muy agradecido al CEHAT por este galardón, que supone un reconocimiento a mi carrera en la que siempre he luchado por mejorar y engrandecer el sector hotelero en la provincia de Alicante", ha comentado Francisco García.



Juan Molas y Francisco García en la entrega del Hotelero de Honor.

Class | Clase

Flight & Date | Vol et date

AC 231

A12

26B

Boarding Time

**GARANTÍA ES SABER
QUE TUS VACACIONES
EMPIEZAN Y ACABAN
CON UNA SONRISA**



YYC27670



alicante
PUERTO DE SALIDA
VUELTA AL MUNDO A VELA

902 400 454
www.viajeselcorteingles.es

VIAJES

El Corte Inglés

Asociación de Empresarios de Hostelería y Turismo de Huesca cumple 35 años

La Asociación oscense quedó constituida el 14 de noviembre de 1977

La Asociación Provincial de Empresarios de Hostelería y Turismo de Huesca ha cumplido el trigésimo aniversario de su constitución, como única entidad representativa del sector en la pro-

vincia. La Asociación representa a alrededor de 700 empresas de hostelería y turismo de la provincia, siendo la única entidad de la provincia que defiende los intereses empresariales.

La historia de esta entidad se remonta al 14 de noviembre de 1977, fecha en la que se formalizó mediante Acta de Constitución y en donde se aprobaron sus primeros estatutos firmados por D. Luis Acín Boned, D. Carlos García Martínez, D. Pedro Ordas Escartín, D. Ramón Planes Blanch, D. Juan José Ayneto Turmo, D. Agustín Lleida Llorens, D. Joaquín Pardina Susín, D. Baltasar Sanvicente Estallo, D. Pascual Sarvisé Laiglesia, D. Isidoro Escartín Barea, D. Ramón Ubieta Calvo y D. Mariano Martín de Cáceres.

En diciembre de 1977 se celebraron las primeras elecciones a la Junta Directiva, saliendo elegido D. Luis Acín como primer Presidente, 2 Vicepresidentes, D. Mariano Martín y D. Ángel Más, y 20 vocales en representación de las comarcas y de los sectores hosteleros.

Posteriormente, en 1982, salió elegido como Presidente de Hostelería D. Ángel Mas Portella, quien permaneció en dicho cargo durante 24 años, hasta 2006.

En el 2006, y tras varias reformas estatutarias, la Junta Directiva pasó a estar compuesta por 27 miembros, siendo D. Juan Ignacio Pérez Ferrer su Presidente, acompañado por 6 Vicepresidentes por los sectores de Hospedaje, Restauración, Cafés-Bares, Discotecas, Camping y Turismo Deportivo y los 20 vocales que se mantienen desde su constitución.

Desde octubre de 2009 y hasta la actualidad, ocupa la Presidencia D. Roberto Pac Sa, como cuarto empresario que consigue este cargo en la historia de la Asociación.

Actualmente, la Asociación representa a alrededor de 700 empresas de hostelería y turismo de la provincia, siendo la única entidad de la provincia que defiende los intereses empresariales a nivel regional ya que está representada en la Confederación de Empresarios Oscense, CEPYME Aragón, Confederación de Empresarios de Aragón y la Confederación de Hostelería y Turismo de Aragón, así como a nivel nacional, ya que también pertenece, como miembro de pleno derecho, a la

Federación Española de Hostelería, la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), la Federación Española de Empresarios de Camping y Ciudad de Vacaciones y la Federación de Asociaciones Provinciales de Empresarios de Salas de Fiesta, Baile y Discotecas de España, siendo estas entidades además en las que está representada, las encargadas de trabajar en las directrices europeas que pueden afectar al sector turístico del Estado Español.

Asimismo y a lo largo de su historia, esta Asociación se ha dedicado y se dedica tanto a la representación de sus socios, como a la promoción de la gastronomía y el fomento del turismo en la provincia, bien sea a través de la celebración de numerosas jornadas, certámenes y concursos, la defensa de los intereses empresariales en general y de los asociados en numerosos asuntos como el Convenio Colectivo Laboral de Hostelería o la negociación del IVA en el sector, a la vez que sigue dando numerosos servicios gratuitos.

Las empresas turísticas de Lanzarote invierten 18 millones de euros

Actualmente se han materializado ya unos 20 proyectos y 15 están en ejecución. Casi un centenar de empresas turísticas se han acogido a los servicios prestados por los CIDE de Turismo Lanzarote en el último año llevando a cabo 35 proyectos.

Los Centros de Innovación y Desarrollo Empresarial de Turismo en Lanzarote, formados por ASOLAN y AETUR e integrantes de la Red CIDE, han contribuido con su asistencia que las empresas alojativas y de hostelería en la isla de los volcanes estén invirtiendo 18 millones de euros en la materialización de proyectos de innovación y modernización. Casi un centenar de empresas turísticas se han acogido a los servicios prestados por los CIDE de Turismo Lanzarote en el último año llevando a cabo 35 proyectos.

Lanzarote, con los CIDEs de TURISMO ASOLAN y AETUR, lidera la ejecución de proyectos vinculados a la Red Cide en Canarias. Así, con estos 18 millones de euros invertidos por las PYMES turísticas de la Isla se han mejorado y reformado los equipamientos de

la planta alojativa de Lanzarote, se han impulsado novedosos proyectos de ahorro energético con sistemas de geotermia, solar térmica y fotovoltaica; y nuevas aplicaciones para plataformas de marketing online, redes WIFI y webs 2.0. La puesta en marcha de estas iniciativas ha permitido a las empresas acceder a unos 630.000 euros aproximadamente en ayudas públicas.

La Red Cide es un proyecto coordinado por el Instituto Tecnológico de Canarias, cofinanciado por la Agencia Canaria de Investigación, Innovación y Sociedad de la Información, y en un 85 por ciento por fondos FEDER de la Unión Europea.

Desde ASOLAN y AETUR se subraya que la Red CIDE permite a toda las empresas del Archipiélago que lo deseen, recibir el asesoramiento y servicios de apoyo necesarios para que sus ideas innovadoras se materialicen en resultados concretos y tangibles. Este apoyo permite a la empresa canaria obtener un mayor rendimiento económico, productivo, social, medioambiental y, en definitiva, ser más competitivas.

Las claves del éxito marcan la asamblea 44 de AEHCOS

La ponencia del escritor, formador y gurú del turismo Domenc Biosca en la 44 Asamblea de la Asociación de Empresarios Hoteleros de la Costa del Sol (AEHCOS) patrocinadas por Gas Natural Fenosa, en el Hotel TBH Torrequebrada, han reunido a mas de una centena de directivos hoteleros, en busca de soluciones y alternativas para mejorar las perspectivas del año 2013.

El presidente de AEHCOS, José Carlos Escribano, ha resaltado en su intervención las acciones que la asociación ha realizado a lo largo de este año para impulsar los activos diferenciadores del destino Costa del Sol. Asimismo, ha enumerado las acciones conjuntas con otras asociaciones e instituciones públicas para mejorar las condiciones tributarias de los hoteles en sus municipios correspondientes.

Entre las acciones realizadas por AEHCOS cabe destacar:

"Continúa apuesta de la asociación por las nuevas tecnologías (cuenta en twitter con mas 1400 seguidores y mas de 600 fans en facebook), así como el uso del blog donde los asociados pueden participar y el envío periódico de boletines digitales informativos.

"Se ha resaltado que el turismo del mercado nacional

sigue la tendencia del enfriamiento frente a una leve reactivación de mercados internacionales, encabezados por el ruso. Sin embargo las previsiones para el invierno son bastante bajas, para ambos mercados.

"La perspectiva con relación al Foro de Saneamiento Integral de la Costa del Sol también ha sido objeto de debate con la intervención de Salvador Vilchez, coordinador del foro quien ha mostrado su pesimismo hacia el cumplimiento del objetivo para 2015.

Por su parte, el profesor Domenc Biosca ha resaltado las 7 claves para el éxito de las empresas turísticas en el año 2013, destacando:

1. La obsesión por la fidelización
2. La apuesta por la Marca del destino
3. Segmentación y especialización
4. Escuchar al cliente en tiempo real
5. La importancia de estar en las Redes Sociales.
6. Ser Multicanal
7. Convertir al empleado en un anfitrión-vendedor.

Los representantes de Gas Natural Fenosa han ofrecido interesantes alternativas a los asistentes para mejorar la eficiencia energética de los hoteles y a su vez disminuir la huella de carbono.

El ministro de Industria, Energía y Turismo entrega las Medallas y Placas al Mérito

El ministro de Industria, Energía y Turismo, José Manuel Soria, ha hecho entrega de las Medallas y Placas al Mérito Turístico, concedidas por Consejo de Ministros del pasado día 8 de noviembre y cuyo objetivo es distinguir a aquellas personas, instituciones, empresas o destinos que, de manera notable y extraordinaria, hayan contribuido al desarrollo, fomento y promoción del turismo.

En el acto de entrega se encontraban también presente el secretario general de la Organización Mundial del Turismo, Taleb Rifai, así como la secretaria de Estado de Turismo, Isabel Borrego y el director general del Instituto de Turismo de España, Manuel Butler, entre otras autoridades.

Medallas al Mérito Turístico
La Medalla al Mérito Turístico a la Innovación ha recaído en Abel Matutes Prats, vicepresidente ejecutivo de Empresas Matutes y Director General de Fiesta Hotel Group, quien ha demostrado, con la reconversión del Ushuaia Beach Hotel, su capacidad de innovación tras convertirse en referente de la transformación y revitalización de la Playa d'en Bossa (Ibiza).

El cocinero Martín Berasategui ha recibido la Medalla al Mérito Turístico a la Promoción. Berasategui es el cocinero español con más estrellas Michelin (siete en total). Su carrera despe-

ga a partir de 1993 cuando inaugura su restaurante en Lasarte, consiguiendo en un año su primera estrella Michelin, y la segunda tres años después.

Con la Medalla al Mérito Turístico en Sostenibilidad y Calidad ha sido distinguido Miguel Ángel Fernández Torán, presidente del Grupo Balnearios de Montaña, formado por los balnearios de Cofrentes y Chulilla en Valencia, Montanejos y Benassal en Castellón, y Baños de Montemayor en Cáceres. El empresario valenciano ha apostado tenazmente por la calidad y la innovación como estrategias de negocio.

La Medalla al Mérito Turístico a la Internacionalización ha sido concedida a Eugenio de Quesada

y Carlos Ortiz (ex aequo) por haber creado conjuntamente la Conferencia Iberoamericana de Ministros y Empresarios de Turismo (CIMET), eficaz instrumento para la internacionalización de las empresas turísticas españolas en Iberoamérica.

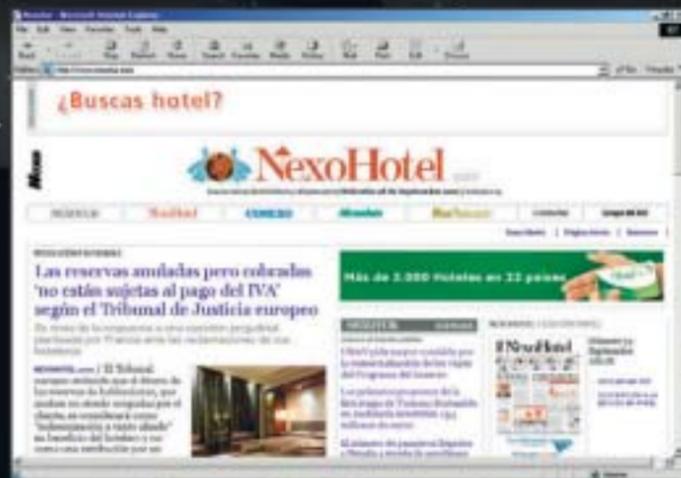
Alejandro del Castillo y Bravo de Laguna, conde de la Vega Grande de Guadalupe, ha sido distinguido con la Medalla al Mérito Turístico por extraordinarios servicios prestados al turismo. En 1961 convocó el concurso internacional de ideas "Maspalomas, Costa Canaria" cuyo resultado fue un plan estratégico para convertir aquellos arenales en destino de ocio y descanso para millones de europeos.



Miguel Ángel Fernández Torán recibe la Medalla al Mérito Turístico.



El Sector ha cambiado y la Información también



Date de alta
en NexoHotelcom
Diario online de la Hotelaría

**...y recíbelo
cada mañana
en tu email**

INTERMEDIACIÓN | VALORACIÓN | CONSULTORÍA | INVERSIÓN Y DESARROLLO



Christie+Co
BUSINESS INTELLIGENCE

Algunas propiedades disponibles

www.christie.com

Oficina de Barcelona
Paseo de Gracia 11
Escalera B, 4º 3º
08007 Barcelona
T: +34 93 343 6161
E: barcelona@christie.com

Oficina de Berlín
T: +49 (0) 30 / 20 00 96-0
E: berlin@christie.com

Oficina de Dubai
T: +971 (0) 50 426 6045
E: dubai@christie.com

Oficina de Dublín
T: +353 (0) 1 618 2000
E: dublin@christie.com

Oficina de Frankfurt
T: +49 (0) 69 / 90 74 57-0
E: frankfurt@christie.com

Oficina de Helsinki
T: +358 (0) 9 4137 8500
E: helsinki@christie.com

Oficina de Londres
T: +44 (0) 20 7227 0700
E: international@christie.com

Oficina de Lyon
T: +33 (0) 4 77 25 11 47
E: lyon@christie.com

Oficina de Marsella
T: +33 (0) 4 91 29 12 40
E: marseilles@christie.com

Oficina de Munich
T: +49 (0) 89 / 2 00 00 07-0
E: munich@christie.com

Oficina de París
T: +33 (0) 1 53 96 72 72
E: paris@christie.com

Oficina de Rennes
T: +33 (0) 2 99 59 83 30
E: rennes@christie.com

Oficina de Varsovia
T: +48 (0) 22 305 53 46
E: warsaw@christie.com

Oficina de Viena
T: +43 (0) 1 / 9 97 13 65
E: vienna@christie.com

14 Oficinas en el Reino Unido

COSTA DE ALMERÍA



En venta: € 4.000.000
En alquiler: € 144.000 al año

HOTEL 4E

+ Situado en el Parque Natural de Cabo de Gata

- 34 habitaciones (dobles, individuales y suites)
- Restaurante, salones para grandes eventos
- Espectaculares jardines, entorno naturaleza

Ref 9240078

PRINCIPADO DE ANDORRA



En venta
Nuevo precio - 2.500.000 €

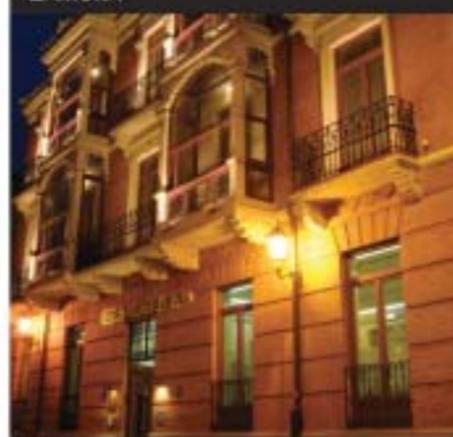
HOTEL 3E

+ Situado en Bordes d'Envalira

- 29 habitaciones (dobles y triples)
- Restaurante y bar
- Posibilidad de comprar 2 solares adyacentes

Ref 9240083

ZAMORA



En venta
€ 3.750.000

HOTEL 4E

+ Hotel urbano en el centro de Zamora

- 45 habitaciones totalmente equipadas
- Restaurante de prestigio y cafetería
- Salas de reuniones

Ref 9240088

Nueva oficina de Christie + Co en Varsovia

Christie + Co, consultora hotelera internacional, está expandiendo sus operaciones europeas a Polonia y Ucrania, con la apertura de su 14ª oficina internacional en Varsovia.

Adam Konieczny liderará la nueva oficina, proporcionando los mismos servicios de asesoramiento que se ofrecen en todas las oficinas de Christie + Co, como son los de valoraciones, estudios de mercado y viabilidad, búsqueda y selección de operadores, asesoramiento y evaluación de proyectos, y negociación de contratos, entre otros.

Adam aporta una larga experiencia en consultoría hotelera y en el mercado local, que junto a la experiencia internacional de Christie + Co nos permitirá ofrecer a nuestros clientes un asesoramiento en el sector hotelero de estos dos países europeos Polonia y Ucrania, que han experimentado una fuerte expansión en los últimos años.

